



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

Análisis de Mercado para la Exportación de Turismo Ecológico en playas manabitas dirigido al mercado de Estados Unidos

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de:
Licenciada en Administración de Empresas
con Mención en Negocios Internacionales

Profesor Guía:
Juan Carlos Zabala

AUTORA:
MARÍA BELÉN MAYORGA NAVAS

Año
2012

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación.”

Juan Carlos Zabala

Economista

C.I.: 171138721-5

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

María Belén Mayorga Navas

C.I.: 171905121-9

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fuerza y salud para alcanzar mis objetivos, a mis padres por brindarme su amor y apoyo incondicional durante toda mi vida.

DEDICATORIA

A mis padres Carlos y Ligia que son la fuente de mi desarrollo personal y profesional, por creer en mí y por haberme inculcado el sentido de superación, porque admiro su fortaleza y dedicación en cada día de mi vida para ser la persona que soy.

A mis hermanos, sobrinos y mi novio por su apoyo incondicional y saber que siempre podré contar con ellos.

RESUMEN

El presente trabajo tiene como finalidad establecer la factibilidad para la exportación del servicio de turismo ecológico en las playas manabitas tomando como mercado meta los Estados Unidos. Para la investigación de éste mercado se analizó los gustos y preferencias del consumidor a través de encuestas realizadas por el Ministerio de Turismo a turistas estadounidenses que visitaron el país y adicionalmente a través de información obtenida de entidades americanas y mundiales sobre Turismo. Posteriormente se comparó el servicio que se pretende exportar con los competidores más relevantes que tiene el Ecuador como es el caso de Costa Rica, Colombia, Perú y México obteniendo como conclusión que las playas manabitas en el Ecuador poseen las características demandadas por el cliente pero debido a la falta de promoción nacional en el exterior no se da a conocer los encantos en las playas manabitas.

ABSTRACT

The main objective of this research is to determine the feasibility of exploiting ecotourism services in the Manabí beaches for United States market. The target market was analyzed by its preferences throughout surveys conducted by the Ministerio de Turismo de Ecuador to tourists that visited Ecuador. Additional information was gathered through American and worldwide agencies on the web. Afterwards the Manabi ecotourism service was compared against its most relevant competitors such as Costa Rica, Colombia, Peru and Mexico. As a result it was concluded that the Manabí beaches have the demanded features by the U.S. customer but due to the lack of diffusion these are not known internationally.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	3
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	4
1.3 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS.....	4
1.4 OBJETIVOS	5
1.4.1 Objetivo General.....	5
1.4.2 Objetivos Específicos.....	5
CAPÍTULO II	6
2 MARCO TEÓRICO	6
2.1 DEFINICIÓN Y VENTAJAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN EL CONTEXTO DEL SECTOR DE SERVICIOS.....	6
2.2 EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE TURISMO.....	7
2.3 ECOTURISMO	8
2.4 ANÁLISIS DE MERCADO	9
CAPÍTULO III	12
3 DESARROLLO	12
3.1 TURISMO ECOLÓGICO EN ECUADOR	12
3.2 DESTINOS ECOTURÍSTICOS.....	15
3.3 PAQUETES TURÍSTICOS MANABÍ.....	21
3.4 COMERCIALIZACIÓN SERVICIO A EXPORTAR.....	23
3.5 ANÁLISIS ECONÓMICO, POLÍTICO, SOCIAL, CULTURAL, Y AMBIENTAL QUE AFECTEN AL SECTOR	31
3.6 INFORMACIÓN GENERAL MERCADO RELEVANTE Y CLIENTE POTENCIAL – ESTADOS UNIDOS	35
3.7 ESTADOS UNIDOS – TURISMO EMISOR.....	37
3.8 PERFIL TURISTA ESTADOUNIDENSE – ENCUESTA MINISTERIO DE TURISMO	43
3.9 ECUADOR COMO DESTINO ESTADOUNIDENSE	48
3.10 REQUISITOS PARA VISITAR AL ECUADOR	49

CAPÍTULO IV	51
4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	51
CAPÍTULO V	64
5 ANÁLISIS DE MERCADO	64
CAPÍTULO VII	68
6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	68
6.1 CONCLUSIONES.....	68
6.2 RECOMENDACIONES	70
Bibliografía	72
Anexos	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 3.1	Variedad Servicios Turísticos.....	14
Gráfico No. 3.2	Mapa Áreas Protegidas Ecuador	15
Gráfico No. 3.3	Sitios Eco turísticos Ecuador	16
Gráfico No. 3.4	Asignación de presupuesto de promoción	24
Gráfico No. 3.5	Exportaciones Ecuador – Turismo/2010	32
Gráfico No. 3.6	Porcentaje de Entradas de Extranjeros por nacionalidad al Ecuador frente al total, Periodo 2009 – 2010.....	33
Gráfico No. 3.7	Entradas de Extranjeros por nacionalidad al Ecuador	33
Gráfico No. 3.8	Llegadas de Turistas Extranjeros por medio de transporte.....	34
Gráfico No. 3.9	Turismo Receptor – Ingreso de Divisas	35
Gráfico No. 3.10	Principales destinos estadounidenses	37
Gráfico No. 3.11	Gasto importaciones Estadounidenses.....	38
Gráfico No. 3.12	Gasto Estadounidenses Viajes al Exterior	38
Gráfico No. 3.13	Características generacionales influyentes en Ecoturismo.....	41
Gráfico No. 3.14	Número de días de vacaciones.....	42
Gráfico No. 3.15	Elementos Viajero Responsable	42
Gráfico No. 3.16	Datos generales Informe Ministerio de Turismo.....	43
Gráfico No. 3.17	Motivo Principal de Visita Estadounidenses	44
Gráfico No. 3.18	Forma de Viaje.....	44
Gráfico No. 3.19	Gastos realizados por el turista por día	45
Gráfico No. 3.20	Nivel de Satisfacción en servicio de Transporte – Rango de 1 a 10	45
Gráfico No. 3.21	Nivel de Satisfacción en Alimentación – Rango de 1 a 10.....	46
Gráfico No. 3.22	Nivel de Satisfacción Alojamiento – Rango de 1 a 10.....	47
Gráfico No. 3.23	Precio.....	47
Gráfico No. 4.1	Crecimiento Turismo Mundial	51

Gráfico No. 4.2	Turismo receptor por regiones – 2010	52
Gráfico No. 4.3	Principales destinos Continente Americano.....	52
Gráfico No. 4.4	Aspectos relevantes para el cálculo del Índice de competitividad.....	53
Gráfico No. 4.5	Competencia Turismo Receptor	55
Gráfico No. 4.6	Llegadas Internacionales Costa Rica – 2010.....	57
Gráfico No. 4.7	Atractivos Ecoturísticos Costa Rica –2010	57
Gráfico No. 4.8	Llegadas visitantes internacionales - Perú 2010.....	59
Gráfico No. 4.9	Llegadas turistas extranjeros – México	62
Gráfico No. 4.10	Principales destinos - México.....	63

ÍNDICE DE FOTOGRAFÍAS

Foto 3.1	Manta	16
Foto 3.2	Parque Nacional Machalilla	16
Foto 3.3	Playa Canoa	17
Foto 3.4	Playa de los Frailes	17
Foto 3.5	Isla de la Plata	17
Foto 3.6	Isla Corazón	17
Foto 3.7	Playa Crucita	17
Foto 3.8	Playa Puerto Cayo.....	17
Foto 3.9	Playa Ayampe	18
Foto 3.10	Playa Santa Marianita	18
Foto 3.11	Punta Prieta.....	19
Foto 3.12	Punta Prieta.....	20
Foto 3.13	Playa de Manabí.....	20
Foto 3.14	Río Cuasa Eco Lodge	21
Foto 3.15	Isla Salango.....	22
Foto 3.16	Naturis Tours	22
Foto3.17	Mantaraya Lodge.....	26
Foto 318	Logo Ecuador Turístico	30

INTRODUCCIÓN

El turismo Ecológico en el Ecuador, es una de las actividades con mucha importancia en los últimos años debido al interés por la conciencia ambientalista y de protección al medio ambiente.

Ecuador es un país pequeño pero caracterizado por su singular topografía, su diversidad climática, variedad de flora y fauna. En cuestión de pocas horas podemos trasladarnos desde la selva tropical a las estribaciones de los Andes y su región costera pudiendo apreciar y cautivarnos por interminables paisajes naturales.

Debido a la disponibilidad de atractivos naturales y culturales en el país y específicamente en las playas manabitas, el ecoturismo permite desarrollar y explotar recursos naturales en diferentes áreas y lograr que los países del extranjero conozcan sobre estas maravillas naturales. El turismo ecológico logra mejorar los ingresos de áreas poco conocidas y consecuentemente mejora el estilo de vida de estas poblaciones.

El análisis de mercado se enfocará a la exportación del servicio de turismo ecológico en las playas manabitas dirigido al mercado estadounidense a través de la información que proporciona el Ministerio de Turismo, Banco Central del Ecuador, instituciones americanas como la Oficina de Viajes y Turismo, International Trade Administration, Barómetro de la Organización Mundial del Turismo, así como también el análisis de principales competidores para el Ecuador.

La provincia de Manabí goza de un sinnúmero de atractivos naturales claves para la aplicación del ecoturismo, como el Parque Nacional Machalilla, Isla de la Plata, Playa Murciélagos, entre otras y que se analizarán más adelante.

El mercado meta es Estados Unidos de América considerado como potencia mundial y habitantes con altos niveles de ingreso que gustan del medio ambiente, la naturaleza y lugares poco conocidos. Para el Ecuador es considerado como un mercado potencial mismo que constituye el 23.79% de llegadas internacionales.

CAPÍTULO I

1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El análisis nos permitirá determinar la necesidad de implementar nuevas áreas de desarrollo turístico ecológico para lo cual se ha identificado la provincia de Manabí debido que posee un sinnúmero de playas no conocidas y no aprovechadas para promocionar al Ecuador internacionalmente lo cual ayudará al desarrollo de la región.

El turismo ecológico es una modalidad de turismo que está orientada hacia áreas con valores naturales y culturales, que basan sus actividades en recreación y educación al mismo tiempo. Contribuyen a la conservación del lugar visitado; además propicia la participación directa y benéfica de las poblaciones locales, y compromete a todos los involucrados a tomar las precauciones necesarias para minimizar impactos tanto ecológicos como culturales. (Manual Legal del Turismo, 2005, pag. # 101)

Ecuador presenta grandes atractivos naturales y turísticos que llaman la atención del turista extranjero, así en el momento de decidir un lugar para visitar, Ecuador indudablemente está incluido entre las opciones más interesantes. (Metropolitan Touring, 2010).

Nuestro país posee todas las regiones naturales en un solo territorio, Galápagos, la Costa del Pacífico, la Cordillera de los Andes y la Cuenca Amazónica. Esto implica disponer de una variedad de paisajes como cumbres andinas, bosques secos tropicales, bosques lluviosos, páramos, volcanes, nevados, y bosque de manglar. Esto permitirá lograr promocionar al Ecuador a

nivel mundial no solo a nivel de las playas en la provincia de Manabí sino a nivel nacional.

Sin embargo, no existe una política de desarrollo del turismo ordenada y planificada, que busque simultáneamente la conservación, protección y desarrollo de las especies naturales y aseguren la tranquilidad y bienestar del turista extranjero durante su estadía en el país. (Ministerio de Turismo, 2009)

Así mismo, existe una concentración de la infraestructura turística (plazas hoteleras, establecimientos de comidas y bebidas, agencias de turismo infraestructura vial y portuaria, servicios públicos, etc.) en las dos principales plazas de desarrollo (Quito y Guayaquil), circunstancia que determina una subutilización de los recursos naturales y turísticos del resto del país y una desigualdad de oportunidades.

Por otro lado, el Ecuador se encuentra dolarizado lo que implica la necesidad de disponer de mayores divisas extranjeras para mantener la dolarización, constituyendo el turismo una de las fuentes más importantes de ingreso de divisas. (Banco Central del Ecuador, Boletín Estadístico, 2009).

1.2 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿El mercado estadounidense es potencial para la exportación del servicio Turismo Ecológico en playas Manabitas?

1.3 FORMULACIÓN DE LA HIPÓTESIS

El mercado estadounidense es un mercado atractivo para la exportación del servicio de turismo ecológico en las playas manabitas.

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Realizar un análisis de mercado para la Exportación de Turismo Ecológico en playas Manabitas dirigido al mercado de Estados Unidos.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Realizar una descripción detallada del servicio de turismo ecológico que se pretende exportar.
- Realizar un análisis de la competencia, canales de distribución y promoción, proveedores, precios referenciales y análisis del comportamiento del consumidor para detectar sus necesidades, gustos y preferencias en materia de Turismo Ecológico.
- Profundizar el análisis del mercado meta, el marco regulatorio, tratados comerciales para la exportación del servicio.

CAPÍTULO II

2 MARCO TEÓRICO

El análisis teórico comprende una amplia información sobre temas relacionados con la exportación del servicio de turismo ecológico en las playas manabitas dirigido al mercado estadounidense, la misma que servirá para informar y guiar a aquellas empresas dedicadas a alguna de las actividades turísticas tales como las desarrolladas por hoteles, agencias de turismo, restaurantes, transporte turístico, guías de turismo, etc.

2.1 DEFINICIÓN Y VENTAJAS DEL COMERCIO INTERNACIONAL EN EL CONTEXTO DEL SECTOR DE SERVICIOS

El Comercio Internacional se relaciona con toda actividad de negocio en la cual intervenga el intercambio de productos o servicios que crucen fronteras nacionales. (Hays, 1974: pag # 9).

Gracias a la internacionalización del comercio y a la apertura a la inversión extranjera, las industrias dedicadas a la prestación de servicios legales, jurídicos, software y servicios computacionales, turismo o educación, experimentan un crecimiento continuo y estable.

La industria de servicios es por lo general altamente empleadora, como en el caso de la prestación de servicios de arquitectura, ingeniería, consultoría y construcción, y la industria del turismo.

La industria de servicios contribuye al crecimiento de la economía mediante transferencia de tecnología y mejoramiento de los canales de información. (CORPEI, 2010).

2.2 EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DE TURISMO

De acuerdo a la Organización Mundial del Comercio la exportación de servicios de turismo es el movimiento transfronterizo de consumidores, que permite que incluso trabajadores no calificados de zonas alejadas sean exportadores de servicios, por ejemplo, vendiendo artesanías, actuando en espectáculos culturales, o trabajando en alojamientos turísticos. Los servicios de turismo y los servicios relacionados con los viajes abarcan los servicios prestados por hoteles y restaurantes, los servicios de agencias de viajes y organización de viajes en grupo, los servicios de guías de turismo y otros servicios conexos. Casi todos los Miembros de la OMC destacan la importancia del turismo, especialmente por su contribución al empleo y como fuente de divisas. El sector de los servicios de turismo, generalmente uno de los más dinámicos de la economía, hace un uso intensivo de mano de obra y mantiene numerosos vínculos con otros importantes segmentos de la economía. (World Trade Organization, 2010)

Con la creación de la Organización Mundial de Comercio, también nació el Acuerdo General de Comercio de Servicios – AGCS el cual es el primer acuerdo comercial multilateral que abarca el comercio de servicios cuyo objeto es contribuir a la expansión del comercio “en condiciones de transparencia y de liberalización progresiva y como medio de promover el crecimiento económico de todos los interlocutores comerciales y el desarrollo de los países en desarrollo.

La definición del comercio de servicios en el marco del AGCS presenta cuatro modos en función de la presencia territorial del proveedor y del consumidor en el momento de la transacción de la siguiente manera: Modo 1 Comercio transfronterizo; modo II Consumo en el extranjero); Modo III Presencia comercial); y Modo IV) Presencia de personas físicas). (World Trade Organization, 2010)

En el caso de la exportación de servicio de ecoturismo, se aplicará el comercio en el extranjero que se refiere cuando Nacionales del país A se han trasladado al extranjero en calidad de turistas, estudiantes o pacientes para recibir los servicios correspondientes. (World Trade Organization, 2010)

La exportación del servicio de turismo dependerá de los reglamentos y lineamientos de cada país, respetando su democracia. Para el caso del Ecuador, existen acuerdos comerciales entre los países miembros del grupo al que pertenece como por ejemplo en la CAN, ALADI.

2.3 ECOTURISMO

En la actualidad la exportación del Servicio de turismo Ecológico ha tomado gran importancia a nivel mundial. El Ecoturismo es una modalidad de turismo que está orientada hacia áreas con valores naturales y culturales, que basan sus actividades en recreación y educación al mismo tiempo. Contribuyen a la conservación del lugar visitado; además propicia la participación directa y benéfica de las poblaciones locales, y compromete a todos los involucrados a tomar las precauciones necesarias para minimizar impactos tanto ecológicos como culturales. Esta modalidad de turismo se inició promoviendo a los parques nacionales y otras áreas protegida. (Manual Legal de Turismo, 2005: pag. # 101)

De acuerdo al análisis realizado por Lieve Coppin en su ensayo "Ecoturismo y América Latina: una aproximación al tema", el ecoturismo es una herramienta que permitirá aprovechar los recursos que tienen los países en desarrollo y de este modo lograr mejorar su nivel económico. En la actualidad el Ecoturismo, se ha convertido en una nueva modalidad para viajeros y turistas logrando así generar una conciencia ambientalista y correcta y adicionalmente beneficiando el desarrollo del país pero siempre prestando atención al uso adecuado y racional de los recursos naturales y aplicación de la tecnología y formas de organización que respeten los ecosistemas naturales y los patrones socio culturales. Este tipo de turismo rechaza el turismo común y depredador,

buscando autenticidad en la experiencia, preocupación por la calidad y cuidado del medio ambiente. Cabe mencionar que se debe considerar ciertos aspectos políticos y culturales para que el Ecoturismo funcione, como por ejemplo los patrones de consumo de los habitantes, ética de la cultura latinoamericana para generar la concientización ambientalista. Para países como Costa Rica y Ecuador, una de las razones por las cuales se justifica el desarrollo del Ecoturismo en estos países, es que se dirige la actividad económica hacia comunidades lejanas y de este modo no concentran los ingresos en las ciudades grandes. Para extranjeros el espíritu conservacionista cada vez es mayor. El 76% de los estadounidenses correspondientes a la generación de los Baby Boomers se consideran ambientalistas, siendo esta una oportunidad de lograr penetrar en este mercado tan atractivo. (Lieve Coppin, Ecoturismo y América Latina)

Para el Ecuador la actividad turística nacional ha sido declarada prioritaria para el desarrollo socioeconómico de la República. Se trata de incentivar la inversión reinversión turística tanto nacional como extranjera, en el caso de este análisis de mercado, nos concentraremos en el mercado extranjero estadounidense. (Manual Legal del Turismo, 2005: pag. #1)

En base al Informe de análisis de turismo de Agosto 2010, entre los principales mercados emisores registrados en el período Enero-Agosto se encuentran: Estados Unidos, Colombia y Perú, con una importante participación porcentual del 25,10%, 19,21% y 14,80% respectivamente, y mercados tales como España, Gran Bretaña, Alemania y Francia que contribuyen con las llegadas al país, con valores relativos de: 5,48%, 2,22%, 2,31% y 1,90% respectivamente. (Ministerio de Turismo, 2010).

2.4 ANÁLISIS DE MERCADO

El Análisis de Mercado abarca la investigación de algunas variables sociales y económicas que van a condicionar esta investigación. El objetivo del estudio

de mercado será ratificar la real posibilidad de colocar el servicio que se prestará al mercado meta, en este caso Estados Unidos, conocer los canales de comercialización que se usan o podrían usarse en la comercialización de ellos, determinar la magnitud de la demanda que podría esperarse y conocer la composición, características de los consumidores.

Al estudiar el mercado de un servicio es preciso reconocer todos y cada uno de los agentes que, con su actuación, tendrán algún grado de influencia sobre las decisiones que se tomarán al definir su estrategia comercial. Para el análisis de mercado de la investigación, los submercados que se reconocerán son: competidor, distribuidor, consumidor.

Para el análisis del mercado competidor, éste trasciende más allá de la simple competencia por la colocación del servicio. Si bien esto es primordial, muchos proyectos dependen sobremanera de la competencia con otros servicios. El mercado competidor directo, tiene connotaciones importantes que es necesario considerar en la preparación y evaluación. Será imprescindible conocer la estrategia comercial que desarrolle para enfrentar en mejor forma su competencia frente al mercado consumidor. Cada antecedente que se conozca de ella se utilizará en la definición de la propia estrategia comercial del proyecto. Así por ejemplo, conocer los precios a que vende, las condiciones, plazos, costos de crédito que ofrece, descuentos. La viabilidad de un proyecto, en muchos casos, dependerá de la capacidad de aprovechar algunas oportunidades que ofrece el mercado. Por ello es importante reconocer que el servicio que venderá no siempre corresponde a lo que compra el consumidor.. (SapagChai, 2000: pag. # 53, 54, 55, 56, 57, 70).

El mercado distribuidor, es quizás, el que se requiere del estudio de un menor número de variables, aunque no por ellos deja de ser importante. El mercado consumidor es probablemente el que más tiempo requiere para su estudio. La complejidad del consumidor hace que se tornen imprescindibles varios estudios específicos sobre él. Los hábitos y motivaciones de compra serán

determinantes al definir al consumidor real y la estrategia comercial que deberá diseñar para enfrentarlo en su papel de consumidor frente a la posible multiplicidad de alternativas en su decisión de compra.. (SapagChai, 2000: pag. # 53, 54, 55, 56, 57, 70).

Al estudiar variables externas, que son, en la generalidad de los casos, incontrolables por una empresa, deben reconocerse cuatro factores que, si se evalúan bien, permitirán detectar las amenazas, oportunidades y aliados del medio. Estos son los factores económicos, socioculturales, tecnológicos y políticos. (SapagChai, 2000: pag. # 53, 54, 55, 56, 57, 70)

De acuerdo al libro “Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo” es importante llevar a cabo una planificación, es decir, reconocer y analizar las oportunidades y amenazas que presenta el entorno para el destino, los puntos fuertes y débiles del destino frente a ese entorno y la selección de un compromiso estratégico que mejor satisfaga las aspiraciones de los organismos que gestionan los destinos turísticos y otros grupos de interés en relación al destino. Se debe realizar una planificación del análisis de situación el cual engloba los niveles internos y externos. Dentro del nivel interno incluye el análisis de mercado de la competencia, el sector y el entorno. Por otro lado en el nivel interno se incluye el análisis de mercado de los recursos que posee el destino y los agentes implicados en el mismo. Una forma habitual de presentar el análisis es a través del Análisis FODA, en el cual se identifican las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas que presentan el destino de las playas de Manabí. (Bigné, 2000: pag. 307-308).

CAPÍTULO III

3 DESARROLLO

3.1 TURISMO ECOLÓGICO EN ECUADOR

El turismo Ecológico en el Ecuador, es una de las actividades con mucha importancia en los últimos años debido al interés por la conciencia ambientalista y de protección al medio ambiente.

Debido a la disponibilidad de atractivos naturales y culturales en el país, el desarrollo del ecoturismo permite desarrollar y explotar recursos naturales en diferentes áreas del Ecuador y lograr que los países del extranjero conozcan sobre estas maravillas naturales. El turismo ecológico logra mejorar los ingresos de áreas poco conocidas y consecuentemente mejora el estilo de vida de estas poblaciones.

En el Ecuador se creó la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo (ASEC) en 1991, la cual nace como una organización privada sin fines de lucro con el apoyo del Ministerio de Turismo y con presencia en las principales ciudades del país, cuyo principal objetivo es apoyar al desarrollo sostenible del turismo y concretamente del ecoturismo en el país; al mismo tiempo, el desarrollo de sus miembros y así conseguir que el turismo sostenible se realice en términos de sostenibilidad y bajo estrictas normas de conducta y éticas tanto para las operaciones turísticas como para los visitantes. La ASEC posee el apoyo del Ministerio de Turismo para lograr sus objetivos. (ASEC, 2009).

El Ministerio de Turismo, trabajó para elaborar el Plan Estratégico de Turismo Sostenible del Ecuador 2020, con el objetivo de explotar el servicio de turismo cuidando los recursos naturales, culturales, históricos, las comunidades, el medio ambiente y reactivando la economía ecuatoriana. Tiene como visión la

consolidación del turismo sostenible como una herramienta importante y eficaz para el desarrollo integral y con rentabilidad eficaz social del país generando empleo y mejoramiento de calidad de vida de las poblaciones y comunidades. Adicionalmente lograr ser un destino turístico sostenible líder altamente diverso, competitivo, seguro y de calidad en el ámbito internacional y garantizar la gestión sostenible en el desarrollo y operación turística de sus riquezas culturales y naturales; la articulación de las cadenas de valor del turismo; la seguridad y la calidad de los destinos; la innovación, el conocimiento y la tecnología aplicada; con conectividad, infraestructura y facilidades adecuadas para el turismo. (Ministerio de Turismo, 2007; pag.20).

El Plandetur 2020 presenta estrategias para el mejoramiento del Turismo ecuatoriano a través del desarrollo, equipamiento, y dotación de elementos necesarios para la creación y mejora de destinos turísticos competitivos; innovación de productos turísticos, planificación de mercadeo estratégico y operativo y gestión integrada de la comercialización para la mejora continua de la competitividad; fortalecimiento de microempresas, comunidades turísticas, proveedores de suministros y servicios complementarios para la industria turística; capacitación y formación integral en turismo sostenible logrando generar fuentes de empleo. (Ministerio de Turismo, 2007; pag.29).

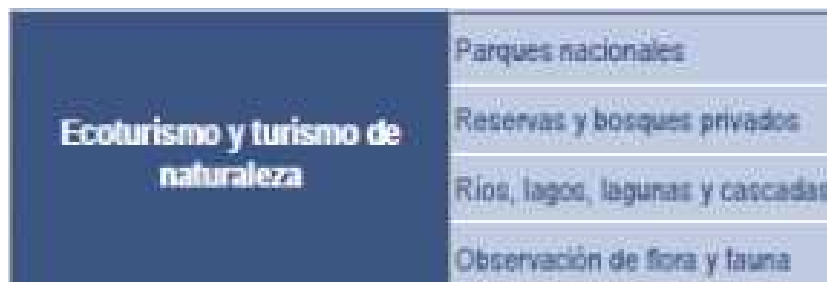
Gracias a esta iniciativa, el Ministerio de Turismo creó la marca “Ecuador, ama la vida”, la misma que promociona el turismo sostenible en el Ecuador a través de la página web del Ministerio de Turismo, ferias internacionales, y agencias de viajes registradas en el Ministerio de Turismo.

Para el éxito del turismo sostenible, el Ecuador contó con el apoyo de Rainforest Alliance, la misma que es reconocida mundialmente por sus planes de conservación del medio ambiente. Adicionalmente el Ecuador tuvo apoyo financiero de instituciones como el Fondo Multilateral de Inversiones del Banco de Desarrollo Interamericano, Fundación Overbrook Foundation, Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos, Fondo Mundial del Medio

Ambiente, Fundación Citigroup, y la Asociación de Operadores Turísticos de Galápagos. (Ecuador, ama la vida, 2011).

De acuerdo a Plandetur, el Ecoturismo abarca las siguientes variedades de servicios turísticos:

Gráfico No. 3.1. Variedad Servicios Turísticos

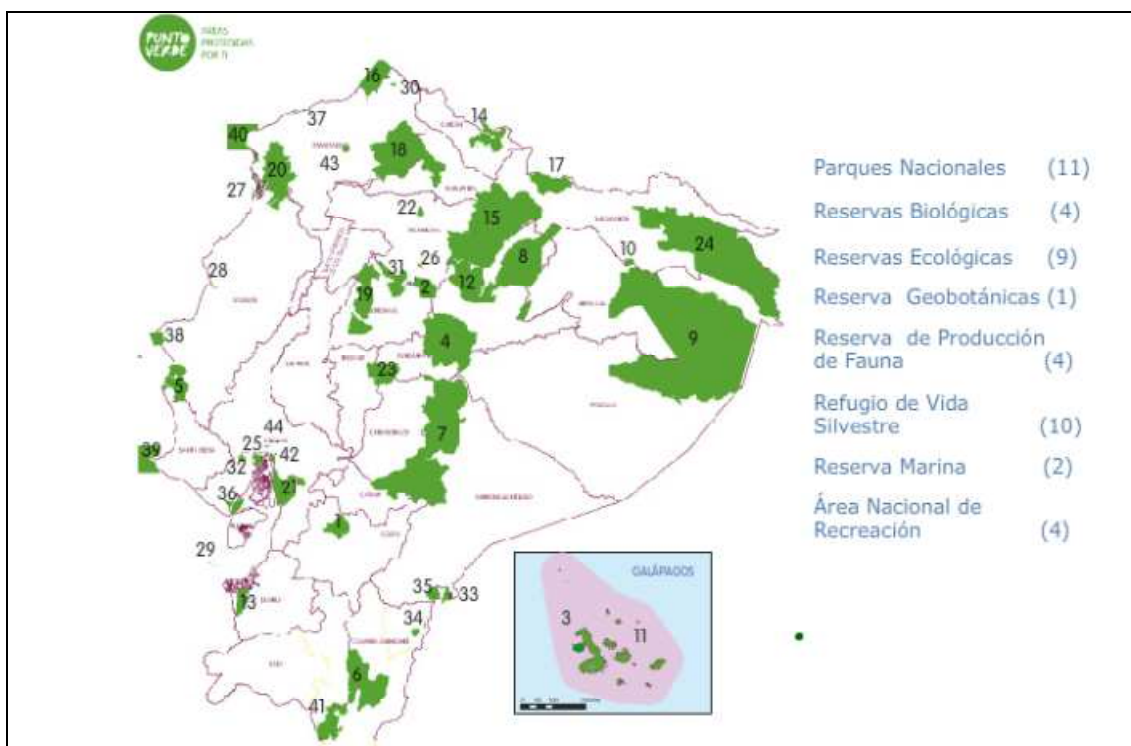


Fuente: Plandetur 2020

Elaboración: Plandetur 2020

El Ecuador con apenas el 0,2% de la superficie terrestre, posee el 18% de todas las especies de aves del planeta, el 18% de especies de orquídeas, casi el 19% de los anfibios y el 8% de los mamíferos. Adicionalmente posee áreas protegidas que garantizan las funciones de la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las funciones ecológicas. El Patrimonio de Áreas Naturales del Estado es uno de los cuatro subsistemas que la Constitución Política de la República del Ecuador, en su Art. 405 define al Sistema Nacional de Áreas Protegidas las siguientes:

Gráfico No. 3.2. Mapa Áreas Protegidas Ecuador



Fuente: Ministerio de Ambiente

Elaboración: Ministerio de Ambiente

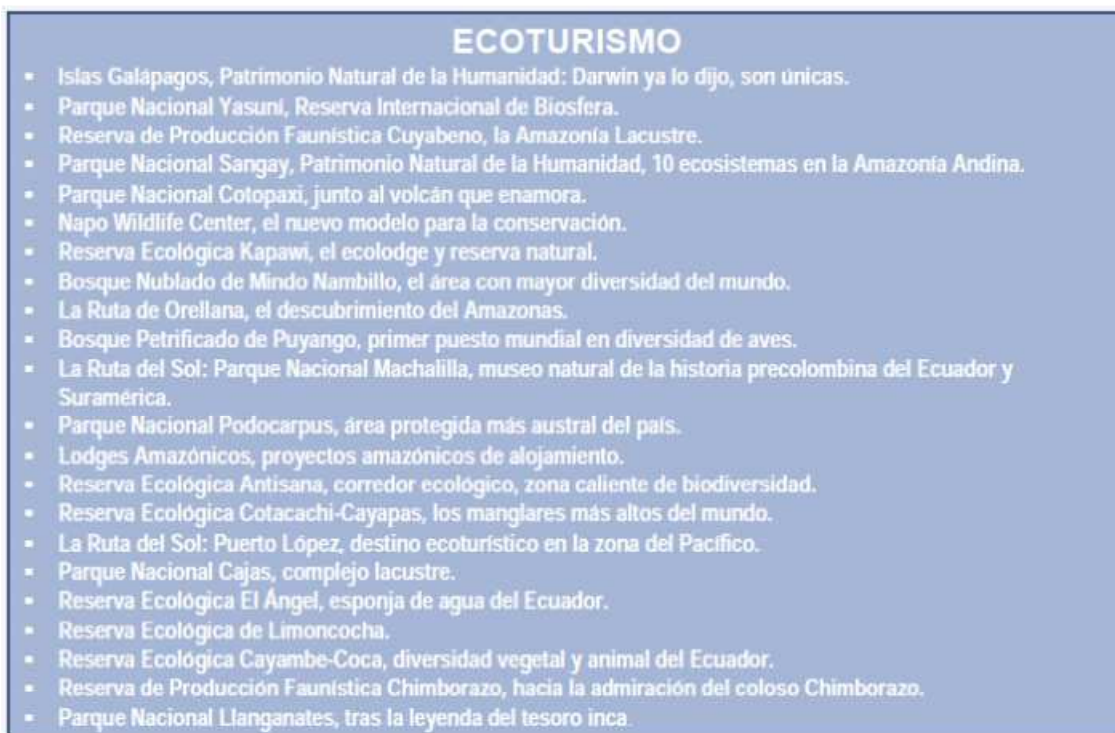
Para el desarrollo de actividades de Ecoturismo en zonas de conservación y protección, el Ministerio de Ambiente realiza en cada una de las zonas de protegidas un registro de visitantes, así como también la asistencia técnica y capacitación de los pobladores de la zona que se han convertido en guías, quienes son los encargados de comunicar a los visitantes la importancia de las zonas visitadas así como también recomendaciones para evitar la contaminación de áreas naturales y promover su conservación. (Ministerio de Ambiente, 2010)

3.2 DESTINOS ECOTURÍSTICOS

De acuerdo al Plandetur 2020, hay tres líneas de servicios claves en el Ecuador: Ecoturismo-Turismo de Naturaleza, Turismo Cultural y Turismo de Deportes-Aventura. Cada servicio tiene un ranking de acuerdo a la oferta y valor potencial que presentan dentro de criterios sobre Unicidad, Valor intrínseco, Carácter local, Notoriedad y concentración de Oferta. Para el caso

de Ecoturismo, se detallan los destinos a nivel nacional que cuentan con un ranking alto en las características mencionadas anteriormente:

Gráfico No. 3.3. Sitios Eco turísticos Ecuador



Fuente: Plandetur 2020.

Elaborado por: Plandetur 2020

A nivel de la Provincia de Manabí, Ecuador Travel presenta a los principales destinos:

Foto No. 3.1

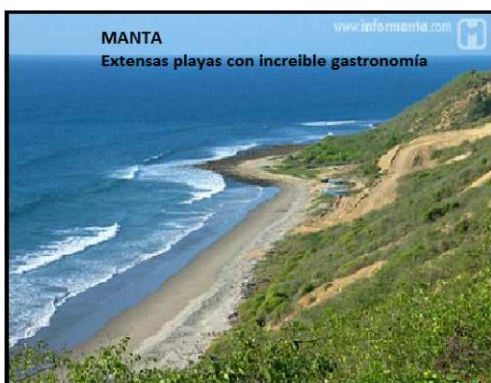


Foto No. 3.2



Fuente: Ecuador Travel

Elaboración: Belén Mayorga

Foto No. 3.3



Fuente: Ecuador Travel
Elaboración: Belén Mayorga

Foto No. 3.4



Foto No. 3.5



Fuente: Ecuador Travel
Elaboración: Belén Mayorga

Foto No. 3.6



Foto No. 3.7



Fuente: Ecuador Travel
Elaboración: Belén Mayorga

Foto No. 3.8



Foto No. 3.9



Fuente: Ecuador Travel
Elaboración: Belén Mayorga

Foto No. 3.10



En base a un reportaje realizado por Descubriendo Ecuador, en la Provincia de Manabí se presentan diferentes atractivos turísticos para todos los gustos y preferencias de los turistas, desde descanso, aventura, ecoturismo, deliciosa gastronomía, y variedad de deportes de aventura.

De acuerdo al Gobierno Provincial de Manabí, esta provincia cuenta con 350 kilómetros de playas, poco desarrolladas, esperando a inversionistas. El turismo en la provincia es el principal recurso económico. Cuenta con atractivos de tipo natural, cultura y paisajístico como acantilados, desembocaduras, estuarios, islotes, islas, lajas y rocas que muestran bellos paisajes a lo largo de la geografía costera. El informe de Inventario de Atractivos Turísticos de Manabí, menciona que la provincia en un 52% posee atractivos naturales para desarrollar el ecoturismo.

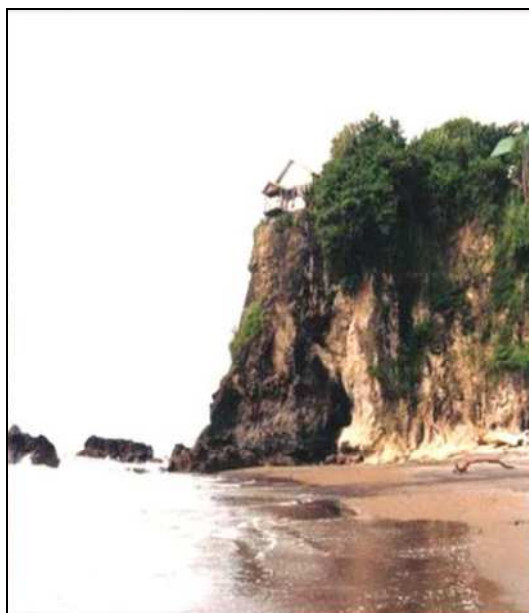
Las playas manabitas son las más visitadas por turistas naciones y extranjeros desde el Cantón Pedernales en la cual están las playas más hermosas de la costa ecuatoriana y son propicias para la práctica de deportes acuáticos.

El Gobierno Provincial de Manabí, establece que “El flujo turístico en la provincia es permanente, durante todo el año. Las épocas de mayor afluencia son los meses de julio, agosto, septiembre y feriados como el de Navidad, Año

Nuevo, Carnaval y Semana Santa.” Las llegadas de los turistas en estas épocas vienen principalmente desde la sierra. De acuerdo al Ministerio de Turismo, el mercado meta, Estados Unidos, únicamente visita las playas manabitas en un 0,80%.

Hacia el sur en Jama, se puede encontrar el Mirador del Pacífico o Punta Prieta en donde posee un lugar para hospedarse y apreciar la flora y fauna de la zona.

Foto No. 3.11. Punta Prieta



Fuente: Ecuador Travel

Elaboración: Belén Mayorga

Otro atractivo de la zona es El Arco del Amor, que está situada en la zona de Taste, y cuenta con playas como San Juan y el Matal que son pueblos pesqueros pero con un inigualable paisaje y aguas azules. En San Vicente se puede encontrar la playa de Canoa la cual en la actualidad posee una gran afluencia de turistas nacionales, especialmente en época de vacaciones y feriados. (Manabí Gobierno Provincial, 2010).

Foto No. 3.12. Punta Prieta



Fuente: Manabí Gobierno Provincial
Elaboración: Belén Mayorga



Las playas de San Jacinto, San Clemente y la Punta de Charapotó la cual cuenta con reservas de manglar, extensas playas mismas que se conectan con la desembocadura del Río Portoviejo, llegando a la playa de Crucita de importante interés turístico. En Manta y sus playas de El Murciélago, San Mateo, San Lorenzo y Punta Blanca. Hacia el sur de la provincia encontramos Puerto Cayo, Puerto López, Puerto Rico, los Frailes, Machalilla, Ayampe. Excursiones a la Isla Salango e isla de la Plata en el Parque Nacional Machalilla. En la provincia se encuentra también reservas ecológicas como Mache – Chindul en Cojimies, el cual cuenta con fabulosos manglares. En Bahía de Caráquez, se puede realizar turismo ecológico y alternativa como la visita a senderos en la isla Corazón, observación de especies animales en los manglares. (Manabí Gobierno Provincial, 2010).

Foto No. 3.13 Playas de Manabí



Fuente: Manabí Gobierno Provincial
Elaboración: Belén Mayorga



Adjunto como anexo No. 1 al presente documento mapa vial turístico de Manabí donde se estable la ubicación de los sitios anteriormente mencionados.

3.3 PAQUETES TURÍSTICOS MANABÍ

Debido a su variedad de atractivos y enfocándonos en el turismo ecológico, a continuación se presentan paquetes turísticos para esta provincia:

En Río Cuasa Ecolodge, brinda un servicio totalmente ecológico en alojamiento y tours en la provincia. Posee cabañas ecológicas y áreas de camping.

Foto No. 3.14 Río Cuasa Eco Lodge



Fuente: Río Cuasa Eco Lodge

Elaboración: Belén Mayorga

Ellos son la puerta de entrada a la reserva ecológica Mache Chindul ubicada en la provincia de Manabí y parte de la provincia de Esmeraldas. Esta reserva es un bosque húmedo que cuenta con una gran biodiversidad de plantas y animales. Posee fabulosos paisajes que encierran cascadas y piscinas naturales. Adjunto a este documento anexo No. 2 con los principales paquetes turísticos que ofrece Río Cause Ecolodge

Adicionalmente se puede tomar tours individuales, como por ejemplo a la Isla Salango, donde se puede divisar las ballenas jorobadas que vienen a las costas ecuatorianas para el apareamiento. Este tour tiene un costo de 25 a 30 dólares. En esta isla también se pueden mirar aves similares a las Islas

Galápagos como fragatas y pelícanos. En la playa de esta isla tienen la posibilidad de realizar buceo de superficie en toda la época del año.

Foto No. 3.15 Río Cuasa Eco Lodge



Fuente: Río Cuasa Eco Lodge
Elaboración: Belén Mayorga



Por otro lado, Viajando por Ecuador ofrece otros paquetes turísticos de acuerdo al anexo No. 3 de éste documento. Estos precios aplican para grupos de 15 personas. Incluye las tres comidas del día, alojamiento, visita a los diferentes destinos de acuerdo al itinerario de cada tour y guía turístico.

Naturis Tours, está ubicado en Puerto López, Provincia de Manabí donde el turista puede acudir y tomar tours de manera diaria fuera de un paquete de varios días. Los principales tours que ofrece esta operadora de turismo se detallan en el anexo No. 3 de la presente investigación.

Foto No. 3.16 Naturis Tours



Fuente: Naturis Tours
Elaboración: Belén Mayorga



3.4 COMERCIALIZACIÓN SERVICIO A EXPORTAR

El Ministerio de Turismo es la entidad encargada de la promoción del turismo ecuatoriano en el exterior. Esta institución lidera la actividad turística, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control de acuerdo al Registro Oficial publicado el cuatro de agosto del dos mil once.

La estructura del Ministerio de Turismo, está dada de acuerdo al Anexo No. 5.

Dentro la estructura se encuentra la Secretaría de Promoción Turística, que es la encargada de proyectar al Ecuador, para el turismo receptor, como un destino turístico competitivo con diferenciales de posicionamiento que los hagan atractivo mundialmente. Esta secretaría posee cuatro direcciones; Dirección de Investigación, Dirección de Mercados, Dirección de Campañas y Dirección de Producción de Promoción. (Registro Oficial Ministerio de Turismo., 2011: pag #13).

Con el fin de conocer más a fondo, la estructura anteriormente mencionada, se mantuvo una entrevista con una de las personas del equipo de trabajo de la secretaría específicamente para los Estados Unidos. El señor S. Novoa, señaló que la promoción del país se realiza a través de la Dirección de Mercados en la cual de ejecuta actividades de promoción a nivel internacional, para posicionar al país como destino competitivo en el turismo consciente y sostenible en el mundo, que permite incrementar la demanda turística y el ingreso de divisas. Adicionalmente organiza la promoción internacional para el mercado específico, previo un informe de la Dirección de Investigación, la misma que brinda información estratégica mediante acciones técnicas de investigación, recopilación, y generación, para el desarrollo del turismo. La promoción turística está basada actualmente en el Plan de Integral de Marketing Turístico de Ecuador – PIMTE 2014.

Para llevar a cabo los objetivos planteados en el PIMTE 2014, la Secretaría de Promoción Turística, mantiene una estrategia comercial basada en desarrollar una clasificación de mercados y productos ordenándolos como claves, de consolidación y de oportunidad. El gobierno asigna un presupuesto para la promoción en base a esta estrategia. En el caso de que el presupuesto fijado para el plan de marketing no se tuviera, se debe invertir en forma priorizada partiendo de los mercados y productos clave. (PIMPTE 2014, 2008: pag. 43).

Gráfico No. 3.4. Asignación de presupuesto de promoción

Mercado según prioridad y % de distribución de presupuesto	Mercados	% de distribución del presupuesto asignado a cada grupo de prioridad		
Mercados Clave 50% del presupuesto para mercados	1. USA	40%		
	2. Colombia	10%		
	3. Perú	10%		
	4. España	20%		
	5. Alemania	20%		
Mercados De consolidación 45% del presupuesto para mercados	6. Reino Unido		20%	
	7. Canadá		15%	
	8. Francia		18%	
	9. Argentina		6%	
	10. Italia		13%	
	11. Brasil		6%	
	12. Chile		6%	
	13. Holanda		16%	
Mercados de Oportunidad 5% del presupuesto para mercados	14. Venezuela			100%
	15. México			
	16. Panamá			
	17. Austria			
	18. Suiza			
	19. Bélgica			
	20. Costa Rica			
Total		100%	100%	100%

Fuente: PIMTE 2014

Elaborado por: PIMTE 2014

Cada año, el gobierno asigna un presupuesto al Ministerio, basándose en el cumplimiento de objetivos del año inmediato anterior. En el 2011, el presupuesto asignado fue de 20 millones de dólares y para el 2012 el presupuesto es de 40 millones de dólares dado el cumplimiento de metas.

El Ministerio de Turismo, en base al PIMTE 2014, promociona al Ecuador en Estados Unidos por los cuatro mundos, es decir, Costa, Andes, Amazonía y Galápagos a través de la estructuración de productos por Circuitos. Esta

estructura hace que los productos, como la Ruta del Spondylus, Avenida de los Volcanes, Ruta del Libertador, entre otros, sean operados de forma integradora, ofreciendo experiencias en los cuatro mundos en un solo producto turístico. Esta estructura tiene como condición la operación turística en al menos dos mundos del Ecuador, razón por la cual el Ministerio de Turismo no promociona específicamente el ecoturismo en playas manabitas sino sus cuatro mundos. (S. Novoa, comunicación personal, Enero 11, 2012).

El servicio turístico a exportar se lo realiza mediante convocatorias a las operadoras de turismo en el Ecuador, realizadas por el Ministerio de Turismo. Luego de un proceso de selección en base a cumplimiento de requisitos del Ministerio, las operadoras pueden participar en ferias y eventos en los Estados Unidos. Estos eventos son coordinados entre el Ministerio y la Oficina de Relaciones Públicas y Promoción Turística en Estados Unidos. Esta oficina sugiere en que eventos se debe participar en base al mercado que se enfocan y productos turísticos que el país ofrece. (S. Novoa, comunicación personal, Enero 11, 2012)

Adicionalmente se realizan PressTips y viajes de familiarización. Estos métodos de turismo tienen como objeto obtener publicidad positiva en los Estados Unidos, basado en invitar a periodistas y prensa para conocer el país y que estos realicen publicaciones, propaganda en sus medios. Se realizan acciones en revistas de aerolíneas como: A-Bordo de Tame y Aerogal con la revista Nuestro Mundo, las cuales poseen una Temática Turística donde se recorre los destinos más atractivos del Ecuador en sus cuatro regiones. (S. Novoa, comunicación personal, Enero 11, 2012)

Por otro lado, el servicio turístico a exportar es promovida a través de seminarios como Meet Ecuador,¹ See Ecuador² y Travel Mat Latin América.

¹ Es un seminario organizado por la firma William H. Coleman, Inc. la cual exclusivamente gestiona los eventos de viajes de la industria en América Latina y el cual es auspiciado por Quito "touchthesky", Ecuador ama la vida, Fundación Municipal de Cuenca y Guayaquil la magia del pacífico sur. Los proveedores de turismo que forman parte de Meet Ecuador se detallan en el Anexo No. 6 del presente documento.

Otra operadora de turismo es ADVANTAGE TRAVEL misma que posee programas de turismo en todo el Ecuador y las islas Galápagos. Dan una gran importancia al turismo sostenible, protección del medio ambiente y de las comunidades locales basados en la responsabilidad y ética de la empresa (Advantage Travel, 2006).

Particularmente en la provincia de Manabí ofrecen programas en el Parque Nacional Machalilla, a través de Mantaraya Lodge, el cual está certificado por Smart Voyager y Rainforest Alliance, lo que garantiza que las prácticas turísticas sean ecológicas y responsables. Mantaraya Lodge ofrece programas turísticos de acuerdo a sus itinerarios y en base a los días de estadía. El Hotel Mantaray está situado en el Parque Nacional Machalilla. Los principales destinos dentro de los programas son: Agua Blanca, Isla de la Plata, Bosque húmedo Ayampe, Los Frailes y Salango. (Mantaraya Lodge, 2010). Ver anexo No. 7.

Foto No. 3.17 Mantaraya Lodge



Fuente: Mantaraya Lodge
Elaborado Mantaraya Lodge



En base a la consulta realizada al señor Raúl García, de Advantage Travel, al turismo en Manabí lo realizan en su mayoría en Mantaraya Lodge o playas cercanas a las instalaciones del hotel del cual son propietarios. El resto de

² Es un seminario de Turismo que se lleva a cabo en el Ecuador los cual permite la visita al país de los operadores extranjeros para que puedan apreciar el turismo del Ecuador y lo puedan promover en el exterior

playas de la provincia de Manabí están fuera del área operativa de Advantage Travel sobre todo cuando hay traslados lejanos y carreteras inseguras en sentido criminal por lo tanto evitan ese riesgo y se mantienen dentro del área del Parque Nacional Machalilla. (R. García, comunicación personal, Enero 22, 2012).

Adicionalmente se contactó con el señor Gustavo Reyes, Gerente de Ventas de Advantage quien recalcó que las playas manabitas y ecuatorianas en general son poco atractivas en comparación con el Caribe, Colombia, etc., debido a la infraestructura, costo y sobre todo por servicio, en donde lamentablemente el Ecuador tiene años en retraso por lo tanto no recomiendan a sus clientes de categoría alta, visitar otras playas debido a que no cumplen con los estándares de calidad. (G. Reyes, comunicación personal, Enero 22, 2012).

La provincia de Manabí, a través del Gobierno Provincial de Manabí, posee la Campaña Turística 2010, con el slogan Ven a Manabí, te espero!.

La Corporación de Turismo Metropolitan Touring, es la más reconocida a nivel nacional e internacional y que da un gran empuje al turismo en América Latina, ofrece paquetes turísticos en la provincia de Manabí, pero a nivel de turismo interno, es decir el turista que acude a Metropolitan Touring en el Ecuador. Esta empresa cuenta con oficinas a nivel nacional y en particular para esta investigación en la Provincia de Manabí. Los precios ofertados para el año 2011 se detallan en el anexo No. 8 del presente informe. Los precios están sujetos a variaciones de acuerdo a la categoría del hotel. (Metropolitan Touring, 2011).

Para conocer a fondo el manejo que Metropolitan Touring en relación al turismo receptivo desde Estados Unidos, se mantuvo una entrevista con la Gerente Comercial, la señora Ana Cristina Valdivieso quien es la encargada del manejo de ventas desde Estados Unidos. Actualmente Metropolitan maneja una estrategia de producto propio, el cual es Galápagos debido a que son

propietarios de tres barcos, dos yates y un hotel en las islas y por lo tanto poseen la infraestructura demandada por los clientes. Esta empresa esta enfocada a clientes de un nivel alto y adultos mayores a partir de los 50 años de edad en su mayoría. La demanda de clientes hacia la costa es mínima y debido a la falta de infraestructura no se promociona a playas manabitas. Eventualmente se promocionan paquetes que incluyen a Quito, Otavalo, Cotopaxi, Baños, el Oriente y Galápagos para que el turista pueda conocer el Ecuador Continental también. Los estadounidenses no vienen al Ecuador a conocer playas sino lugares distintos. Para ellos es más conveniente ir a Florida, México o el Caribe para sus vacaciones en playas. En la actualidad, Metropolitan trabaja activamente con el MINTUR gracias a que ahora se manejan estrategias específicas respecto a la promoción turística. (C. Valdivieso, comunicación personal, Enero 23, 2012).

Metropolitan Touring maneja la comercialización turística a través de mayoristas de turismo en Estados Unidos, como Latur, Avanti, Galápagos Explorers, Thompsons Family mismas que son reconocidas a nivel mundial y por lo tanto traen a clientes de acuerdo a los estándares de Metropolitan. La venta también puede realizarse desde las Agencias de Viajes en Estados Unidos directamente, pero no existe una fidelización por parte de las mismas como en el caso de los mayoristas de turismo en el extranjero quienes manejan una alianza estratégica y publican la marca de Metropolitan Touring generando así una fidelización. Adicionalmente la venta se puede realizar directamente con clientes a través de la página web de Metropolitan lo cual consideran más conveniente en cuanto a ingresos debido a que no requieren pagar comisiones a intermediarios como en el caso de las Agencias de Viajes. (C. Valdivieso, comunicación personal, Enero 23, 2012).

Por otro lado, Klein Tours es reconocida a nivel internacional por el turismo receptivo desde Estados Unidos y el mundo. Se mantuvo una entrevista con Adriana Rivas, encargada de turismo receptivo americano. Klein Tours maneja principalmente las Islas Galápagos como destino en el Ecuador debido al alta

demanda que tiene y debido a que poseen tres embarcaciones en las islas. Esta agencia de turismo si promociona los cuatro mundos del Ecuador pero muy poco. En la región costa promocionan a Machalilla y eventualmente en época de ballenas la Isla de la Plata. Se está empezando a promocionar la Ruta del Spondylus pero no tiene mayor acogida debido a la falta de infraestructura para un nivel alto de clientes por lo tanto no existe demanda para playas en el Ecuador. Klein Tours procura promocionar sus paquetes turísticos siempre combinando las Islas Galápagos con Ecuador Continental como: visitas a Quito, Otavalo, Ruta de los Volcanes, Mindo, Amazonía. (A. Rivas, comunicación personal, Enero 24, 2012).

Adicionalmente, el turismo ecuatoriano es comercializado a través de “See Ecuador”, un seminario de Turismo que se lleva a cabo en el Ecuador lo cual permite la visita al país de los operadores extranjeros para que puedan apreciar el turismo del Ecuador y lo puedan promover en el exterior. (Meet Ecuador, 2010).

El Ecuador también forma parte del Travel Mat Latin América el cual es el evento de negocios más importante para el Turismo de Latinoamérica en el que participan compradores de productos y servicios turísticos a nivel mundial y operadores de turismo que representan cada país de la región. (Travel Mat Latin America, 2010).

La Feria Internacional de Turismo en el Ecuador, es otro evento importante para hacer conocer a nivel mundial los atractivos turísticos que el Ecuador posee. Esta feria se llevará a cabo en el mes de Septiembre en la ciudad de Guayaquil. (FITE, 2011).

El Ecuador cuenta con 70 empresas calificadas en la industria del turismo las mismas que ofrecen, hoteles, cruceros y tours los cuales pueden ser encontrados en la página de “Ecuador, ama la vida”.

Foto No. 3.18 Logo Ecuador Turístico

Fuente: Ministerio de Turismo
Elaborado Ministerio de Turismo

Ecuador, ama la vida, es la Marca País que promociona el Ministerio de Turismo en las ferias internacionales. La imagen está basada en el sol, la vida, la tierra, la mega diversidad, los diseños precolombinos, los tejidos y las flores. Con esta marca, el país pretende reposicionar “Los Cuatro Principales Productos”: Amazonas, Andes, Costa y las Isla Galápagos, así como las nuevas rutas turísticas: ruta de las Flores, Tren de Mitad del Mundo y Ruta Spondylus Trail, lo menciona el reportaje de la Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Sudamérica. (Andes, 2011).

Para mejorar el servicio turístico, el Ministerio de Turismo, posee varios programas como el Programa Nacional de Capacitación Turística el cual ayuda al fortalecimiento del sector turístico mejorando las destrezas y conocimientos del talento humano que se halla inmerso en el sector, de este modo se logra mejorar la calidad en el servicio al cliente y prestación de servicios turísticos y consecuentemente generando mayor competitividad. (Ministerio de Turismo, 2011).

Así mismo el Ministerio cuenta con el programa “Viaja Fácil” el cual mejora a los prestadores de servicios turísticos privados y/o comunitarios la gestión de comercialización y permitiéndoles conocer la oferta turística existente en su país y poderla ofrecer al exterior a través de publicaciones gratuitas en Ecuador Travel, y se les provee de canales de distribución turística. Estos programas

promueven el interés de los ecuatorianos para promocionar a su país y consecuentemente se lograr dar a conocer al Ecuador a nivel mundial y cooperando con la Economía del país. (Ministerio de Turismo, 2011).

Por otro lado, Ecuador posee la revista virtual Magazine Ecuador Travel la cual está disponible en inglés y en español y brinda toda la información sobre el turismo sostenible ecuatoriano, lugares por conocer en el Ecuador, historia, principales destinos, cultura, naturaleza, gastronomía, calendario fiestas y folklore, información de parques nacionales, ecoturismo, detalle de rutas y vuelos disponibles al país y ciudades principales, y enfocándose al cuidado del medio ambiente junto con el apoyo del Ministerio de Turismo de la marca Ecuador, ama la vida.

3.5 ANÁLISIS ECONÓMICO, POLÍTICO, SOCIAL, CULTURAL, Y AMBIENTAL QUE AFECTEN AL SECTOR

En el mundo actual, la internacionalización en el mundo y la globalización económica obligan a los países como el Ecuador, a depender de países desarrollados como Estados Unidos y Canadá por lo cual la crisis que estas potencias puedan tener afecta directamente a los países en desarrollo.

La crisis mundial en América Latina se expresa en una reducción de las exportaciones, baja de remesas, reducción de las fuentes internacionales de crédito, aumentos del desempleo y la pobreza. Según la CEPAL, la crisis afecta más en el ámbito comercial que en el financiero.

Ecuador posee una población de aproximadamente 14.306.876 habitantes, su PIB es de 56.000 millones de dólares de acuerdo a datos obtenidos del Banco Central del Ecuador.

La balanza comercial en los 10 últimos años, ha presentado un superávit ligado a un incremento de los precios del petróleo en los últimos años a excepción del año 2009 debido a la crisis internacional en donde los precios disminuyeron.

Para inicios del 2011, la balanza comercial presenta un superávit de 96 millones de dólares.(Banco Central del Ecuador, 2011).

Ecuador ha sido caracterizado por ser un país rico en recursos naturales pero no se lo ha explotado en su mayoría. De acuerdo al Ministerio de Turismo, en el año 2010, la exportación del servicio de turismo se encuentra ubicado en cuarto lugar después de productos tradicionales como el camarón y plátano. En la actualidad las exportaciones de otros productos como el banano, camarón, café y cacao, flores y madera han tomando importancia económica logrando un incremento para su balanza comercial. La exportación de servicios como el Turismo ha crecido notablemente en los últimos años y se han creado planes y estrategias para explotar este servicio y aprovechar de los recursos y ventajas comparativas que el país posee.

Gráfico No. 3.5. Exportaciones Ecuador – Turismo/2010

AÑOS/TRIM	* TURISMO	PETROLEO CRUDO	BANANO Y PLATANO	CAMARON	DERIVADOS PETROLEO	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES	FLORES NATURALES	TOTAL (Productos Primarios e Industrializados)
2009	499,2	4.251,18	1.452,88	485,04	508,23	493,72	373,07	400,99	9.744,53
UBICACION	4	1	2	6	3	5	8	7	
2010	583,7	6.438,75	1.546,66	585,71	465,31	457,48	490,13	445,81	12.603,53
UBICACION	4	1	2	3	6	7	5	8	

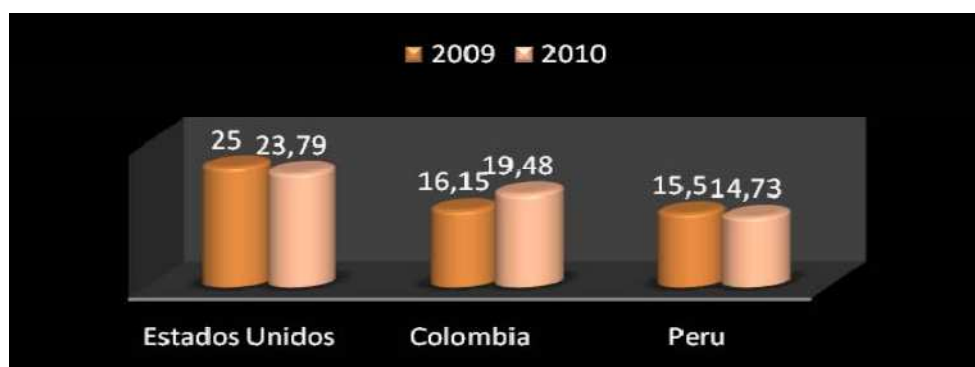
Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Ministerio de Turismo

En base al Ministerio de Turismo, en el mes de Diciembre de 2010, el Ecuador contabiliza 96.358 entradas de extranjeros al país, con lo cual existe un crecimiento del 5,81% al compararse con las entradas registradas en Diciembre de 2009. Sin embargo, en el período Enero-Diciembre de 2010 existe un incremento del 8,10% en las entradas de extranjeros al país, al pasar de 968.499 en el año 2009 a 1.046.968 en el año 2010, según estadísticas provisionales proporcionadas por la Dirección Nacional de Migración.

Entre los principales mercados emisores registrados en el período Enero-Diciembre se encuentran: Estados Unidos, Colombia y Perú, con una importante participación porcentual del 23,79%, 19,48% y 14,73% en su orden, y mercados tales como España, Alemania, Gran Bretaña y Francia que contribuyen con las llegadas al país, con valores relativos de: 5,64%, 2,14%, 2,39% y 1,94% respectivamente.

Gráfico No. 3.6. Porcentaje de Entradas de Extranjeros por nacionalidad al Ecuador frente al total, Periodo 2009 – 2010

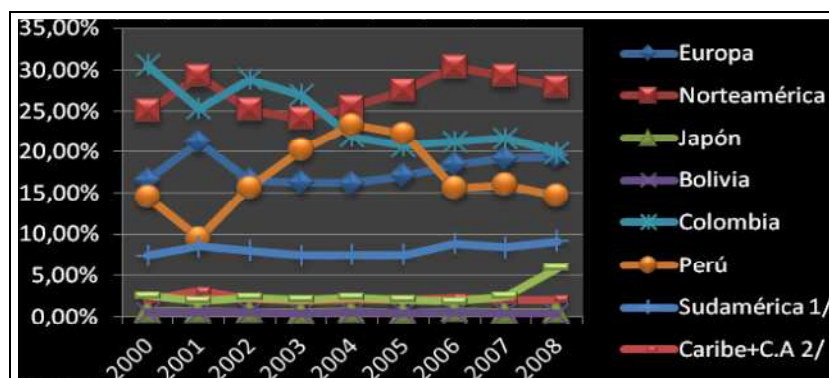


Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: Belén Mayorga

En comparación entre el año 2009 y 2010, podemos evidenciar un decremento en un 1,21% en relación a la entrada de turistas estadounidenses. Por el otro lado se ha evidenciado un incremento de turistas colombianos y peruanos en un 3.33% y 0,77% respectivamente.

Gráfico No. 3.7. Entradas de Extranjeros por nacionalidad al Ecuador

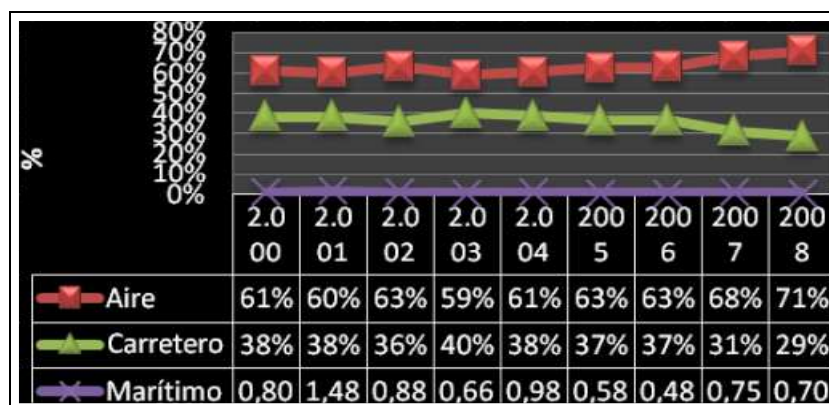


Fuente: Comunidad Andina y Ministerio de Turismo

Elaborado por: Belén Mayorga

Para Europa, Norteamérica y Japón hasta el año 2008, podemos evidenciar que la llegada de turistas japoneses es muy baja, lo cual es un indicador para explotar ese mercado y lograr que los japoneses pongan su mira en el turismo ecuatoriano. Lo importante es lograr promocionar al país a nivel mundial y no únicamente a los países que comúnmente visitan el Ecuador.

Gráfico No. 3.8. Llegadas de Turistas Extranjeros por medio de transporte



Fuente: Comunidad Andina y Ministerio de Turismo

Elaborado por: Belén Mayorga

Las entradas internacionales se efectúan a través de las principales Jefaturas de Migración, Quito, Guayaquil, Rumichaca y Huaquillas. Es importante señalar que el 70% de entradas de extranjeros al Ecuador lo realizan por vía aérea que corresponde a 710.000 turistas extranjeros. Para facilitar el ingreso de turistas vía terrestre es importante que las vías del país sean las adecuadas y que puedan brindar la comodidad al turista extranjero. En la actualidad el gobierno ha realizado obras de construcción en distintas provincias del Ecuador, especialmente en la Provincia de Manabí.

Gráfico No. 3.9. Turismo Receptor – Ingreso de Divisas



Fuente: Comunidad Andina y Ministerio de Turismo

Elaborado por: Belén Mayorga

En lo que respecta al Ingreso de Divisas por concepto de turismo, en el primer trimestre del año 2010 el país contabilizó en su Balanza de Pagos (Viajes + transporte de pasajeros aéreo) 189,1 millones de dólares, de los cuales 187,9 millones de dólares corresponden al gasto en compras directas realizadas por los no residentes en el país y 1,2 millones de dólares al gasto en transporte aéreo.

3.6 INFORMACIÓN GENERAL MERCADO RELEVANTE Y CLIENTE POTENCIAL – ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos posee una población de 310 millones de personas, de acuerdo a Population Reference Bureau y se encuentra dentro de los países con más población a nivel mundial. Presenta un nivel de crecimiento del 0,93%. Se prevé para el año 2050 un incremento de la población a 423 millones de personas. Ver Anexo 9.

Tiene una superficie de 9.826.675 Km² y es el tercer país más grande a nivel mundial. Posee un tipo de gobierno republicano federal basado en la Constitución con una fuerte tradición democrática. Posee una tasa de desempleo del 9,7% y una tasa de inflación del 1,7%.

Desde el año 1975, las ganancias generadas por los ingresos de los hogares han ido al tope del 20% de las familias. La guerra llevada a cabo en marzo – abril del 2003 entre los Estados Unidos e Irak, requirió cambios importantes para los recursos nacionales a los militares. El incremento en los precios del petróleo entre el año 2005 y el primer semestre del año 2008, amenazaron a los niveles de inflación y desempleo, afectando de esta manera al presupuesto de los consumidores norteamericanos. (Agencia Central de Inteligencia, 2011).

En la actualidad los problemas a largo plazo son el rápido incremento en los costos de medicina y pensiones en la población que está envejeciendo, déficits presupuestarios y estancamiento de los ingresos familiares en los grupos económicos más bajos. La recesión económica mundial, la crisis de las hipotecas sub-prime, los fracasos del banco de inversión, la caída de precios de la vivienda, y la escasez de crédito empujaron a los Estados Unidos a una recesión a mediados de 2008. El PIB se contrajo hasta el tercer trimestre de 2009, haciendo de esta la crisis más profunda y más larga desde la Gran Depresión. En enero de 2009, el Congreso de EE.UU. aprobó un proyecto de ley para proporcionar 787 mil millones de dólares de estímulo fiscal para ser utilizados en diez años el cual fue aprobado por el presidente. Este monto representa dos tercios del gasto adicional y un tercio en recortes de impuestos para crear empleos y ayudar a la economía. (Agencia Central de Inteligencia, 2011).

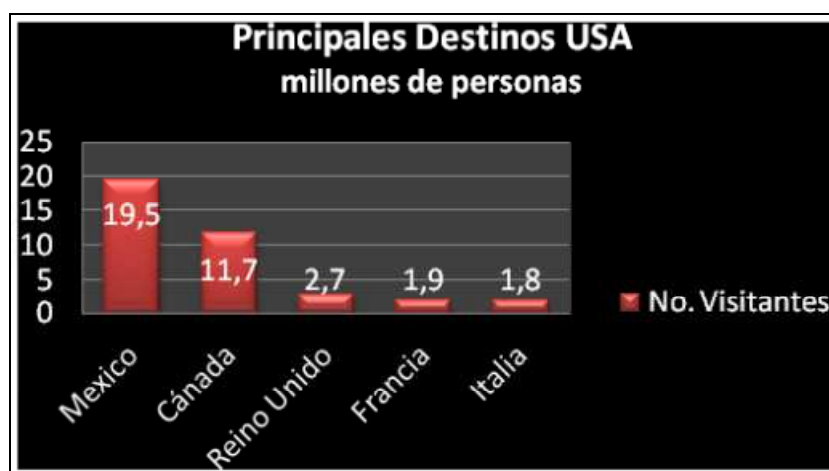
Debido a la crisis descrita en el párrafo anterior, la capacidad de compra de los consumidores bajó notablemente. Las salidas al extranjero disminuyeron, de acuerdo a la oficina de Viajes y Turismo de los Estados Unidos, pero a partir del año 2010 se ha evidenciado un incremento. Por ejemplo los residentes estadounidenses gastaron \$8.8 billones viajando al exterior en Noviembre del 2010, teniendo un incremento del 6% en comparación al año 2009, es decir, un incremento en \$488 millones. En el período de enero a noviembre del 2010 el gasto de americanos en viajes y turismo en el exterior incremento en un 4%, es decir 94.5 billones de dólares. Los meses en los cuales los estadounidenses

tienden a salir del país son durante el verano, es decir mayo, junio y julio. (The State of US Travel and Tourism, 2010).

3.7 ESTADOS UNIDOS – TURISMO EMISOR

De acuerdo al International Trade Administration de los Estados Unidos de América, los cinco principales países a los cuales los estadounidenses han viajando en el 2009 son:

Gráfico No. 3.10. Principales destinos estadounidenses



Fuente: International Trade Administration
Elaborado por: Belén Mayorga

Según el informe de la Oficina de Viajes y Turismo, United States Travel and Tourism Exports, imports and the balance of trade 2009, el gasto por importaciones en turismo por residentes estadounidenses fue de 99.2 billones de dólares, 12% menos que el 2008. Estos gastos incurren en bienes y servicios en el extranjero, como alimentación, estadía, recreación, recuerdos, entretenimiento, transporte en el país visitado.

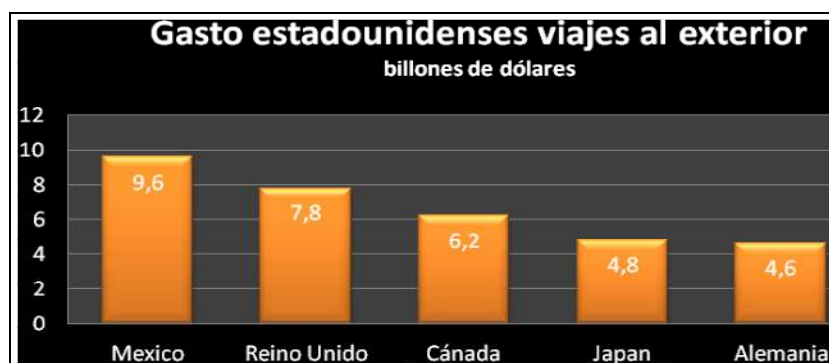
Gráfico No. 3.11. Gasto Importaciones Estadounidenses

Payments (Imports)	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007*	2008*	2009*
Total	\$88,979	\$82,833	\$78,684	\$78,436	\$90,468	\$95,119	\$99,605	\$104,768	\$112,289	\$99,210
% Change	11%	-7%	-5%	0%	15%	5%	5%	5%	7%	-12%
Travel	\$64,705	\$60,200	\$58,715	\$57,447	\$65,750	\$68,970	\$72,104	\$76,331	\$79,726	\$73,230
% Change	10%	-7%	-2%	-2%	14%	5%	5%	6%	4%	-8%
Passenger Fares	\$24,274	\$22,633	\$19,969	\$20,989	\$24,718	\$26,149	\$27,501	\$28,437	\$32,563	\$25,980
% Change	14%	-7%	-12%	5%	18%	6%	5%	3%	15%	-20%

Fuente: U.S. Department of Commerce, Office of Travel and Tourism Industries from the Bureau of Economic Analysis (June 2010).

Elaborado por: Office of Travel and Tourism Industries.

Los principales países en donde los residentes americanos gastan en mayor proporción son México, Reino Unido, Canadá, Japón y Alemania.

Gráfico No. 3.12. Gasto Estadounidenses Viajes al Exterior

Fuente: International Trade Administration

Elaborado por: Belén Mayorga

Evidentemente y en base a los datos presentados, los países latinoamericanos no tienen mayor allegada para el mercado estadounidense. Estos presentan mayor interés en países como Canadá, Alemania, Japón y México. Una proporción muy pequeña se dirige y gasta en países de Sudamérica, como Brasil, Chile, Argentina y Venezuela. (Office of Travel and Tourism Industries, 2010).

En el anexo No. 10 se puede apreciar un decremento en el gasto estadounidense en países latinoamericanos en relación al año 2008. El gasto en países como Brasil, bajo en un 10%, México en un 14%.

De acuerdo a la revista virtual Road Travel Magazine, la mayoría de los americanos, en un 29% de los encuestados de todas las edades y niveles de ingresos, prefieren los climas cálidos, como playas, actividades acuáticas. Un 10% únicamente prefieren destinos históricos o culturales.

En foros publicados en internet, se evidencia que los americanos prefieren visitar países europeos. Ellos consideran que es más fácil viajar y las distancias entre estos países son más cortas, es decir, es muy fácil conocer varios países vecinos solo en tren o bus sin tener que comprar tickets de avión para hacerlo. Todo esto es posible siempre y cuando se considere la disponibilidad económica que tengan. En el caso de no disponer de mucho dinero, viajan a Canadá, México y el Caribe. (E TripTips, 2008).

El informe publicado por The Center for Responsible Travel, y en base a sus encuestas realizadas en dicho informe, la demanda estadounidense a través de los años, muestra mayor importancia en el ecoturismo. En el año 2005, los americanos gastaron alrededor de 24.2 billones de dólares en ecoturismo y se estima que la demanda de turismo sostenible aumente en un 25% cada año. El espíritu ambientalista es cada vez mayor en el momento de pensar a donde viajar. Adicionalmente se estima que el 23% de las agencias de viajes promocionan opciones por viajes ecológicos. Los americanos eco turistas, en su mayoría se encuentran entre los 35 y 54 años. Tienden a viajar por largos periodos, prefieren guías locales, grupos pequeños, y destinos en donde no haya mucha gente. Les interesa conocer con contenido educativo significativo y les gusta participar en más variedad de actividades. El centro de Turismo Responsable presenta las siguientes características de los americanos en lo relacionado con ecoturismo:

- 58% de viajeros en línea se preocupan por el calentamiento global.
- 96% de los hoteles y resorts deberían ser responsables en proteger el medio ambiente en donde están funcionando.

- Más del 53% de los turistas estadounidenses encuestados, piensan que ellos tienen mejores experiencias al viajar cuando ellos aprenden y conocen sobre la cultura, geografía y costumbres sobre su próximo destino.
- 55.1 millones de viajeros americanos están clasificados como geoturistas o interesados en la naturaleza, cultura y patrimonio turístico.
- 66% de la población americana adulta están interesados en viajes ambientalmente responsables.
- 61% de los americanos piensan que su experiencia es mejor cuando el lugar de destino conserva su patrimonio natural, histórico y cultural.

El informe denominado “The Market for responsible tourism” enfocado en Latinoamérica y Nepal, elaborado por Netherlands Development Organization, se enfoca en 20 operadores de turismo en Asia, África y América Latina, que buscan promover eficazmente y apoyar el desarrollo económico sostenible, creando empleo y reduciendo a pobreza a través del turismo. Este informe fue realizado en base a entrevistas en 21 empresas de turismo muchas de las cuales trabajan a nivel internacional, 10 de estas pertenecen a Norteamérica. Las preguntas fueron relacionadas con la demografía de los clientes, gustos y preferencias de los clientes y de esta manera identificar la comercialización actual y canales de distribución utilizados por los operadores de turismo entrantes o en terreno de los países de destino. Los operadores de turismo externos de los Estados Unidos se encuentran como anexo No. 11 al presente documento.

En dicha investigación se tomó en cuenta los patrones en imágenes que cada operador de turismo posee en sus sitios web. Las categorías de imágenes más comúnmente identificadas fueron:

- Instalaciones y actividades turísticas
- Pueblos originarios
- Flora y Fauna
- Paisajes Nutuales y Culturales.

Con estos resultados en la investigación mencionada consideran que el desafío común que enfrentan los empresarios de turismo en los países en vía de desarrollo, es la falta de acceso a datos de mercado y análisis precisos que se requieren para competir eficazmente en los mercados internacionales. Se evidenció que los consumidores en su mayoría, acuden a páginas de internet, redes sociales, sitios relacionados con viajes para su búsqueda de su próximo destino en sus vacaciones convirtiéndose en una herramienta muy importante para la industria del turismo. Por ejemplo la página de TripAdvisor recibe alrededor de 30 millones de visitas mensuales y es la comunidad de viajes más grande del mundo. (SNV, 2009).

Adicionalmente la investigación señala que los cambios generacionales influyen también dentro del mercado turístico, considerando que las generaciones más jóvenes están más concientizadas respecto al medio ambiente, calentamiento global, protección de las especies y turismo sostenible. El consumidor moderno busca experiencias auténticas lo cual es una tendencia de crecimiento global del turismo responsable. El turismo artificial como por ejemplo cruceros, resorts, parques temáticos ya no son favorecidos por un creciente número de viajeros. (SNV, 2009).

Gráfico No. 3.13. Características generacionales influyentes en Ecoturismo

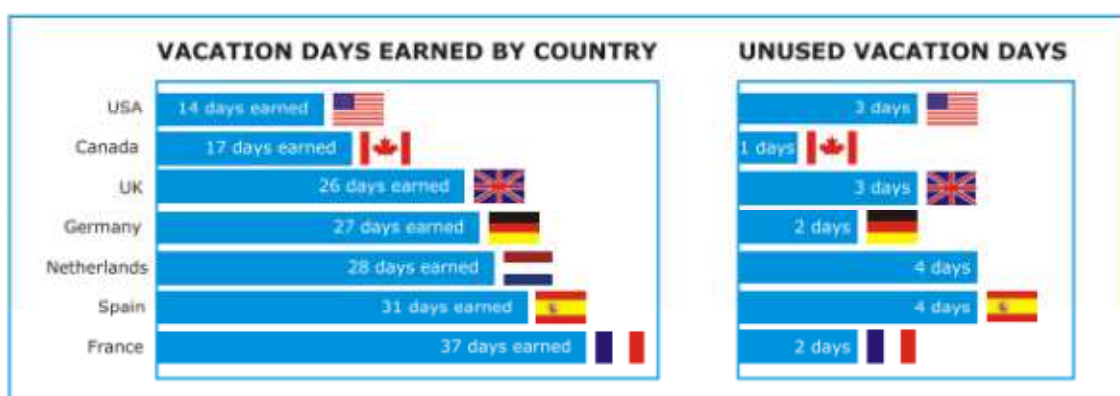
Baby boom generation	nacidos entre 1946 - 1964	Jubilados y con más tiempo libre
Generación X	nacidos entre 1961 a 1981	Concientes del medio ambiente
Generación Y	nacidos a partir de la década de 1980 a 2001	Muy bien informados y apasionado por la justicia ambiental y social

Fuente: The Market for Responsible Tourism Products - SNV

Elaborado por: Belén Mayorga

Por otro lado la vida moderna del consumidor estadounidense particularmente, recibe menos vacaciones que los europeos. No ocupan las vacaciones necesarias y adicionalmente la demanda para viajar por avión es cada vez más alta lo que crea una frustración de los pasajeros. Este particular influye para que los estadounidenses busques destinos más cercanos para sus vacaciones. Todo esto complica la llegada de turistas a los países latinoamericanos. (SNV, 2009).

Gráfico No. 3.14. Número de días de vacaciones



Fuente: Expedia.com

Elaborado por: TheMarketforResponsibleTourismProducts - SNV

En el informe de Netherlands Development Organization, consideran que los elementos principales para un viajero responsable se detallan el siguiente gráfico.

Gráfico No. 3.15. Elementos Viajero Responsable



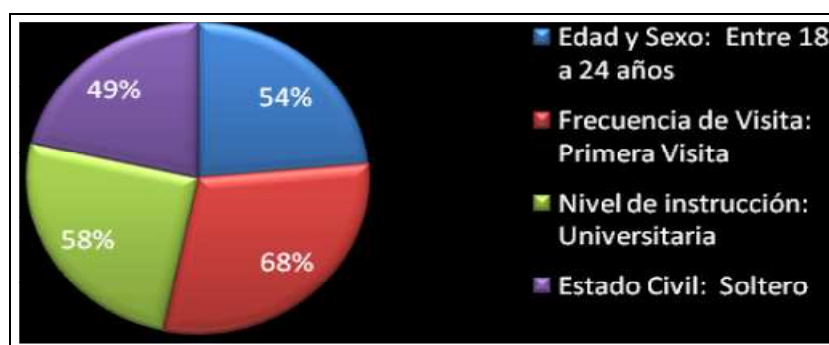
Fuente: TheMarketforResponsibleTourismProducts - SNV

Elaborado por: Belén Mayorga

3.8 PERFIL TURISTA ESTADOUNIDENSE – ENCUESTA MINISTERIO DE TURISMO

Para profundizar la investigación sobre el turismo ecológico estadounidense en las playas manabitas, el Ministerio de Turismo proporcionó un informe general sobre el Turismo Receptor específicamente para Estados Unidos. Este informe está basado en encuestas a los extranjeros en todo el año 2010. A continuación se presenta un resumen de este informe con los datos más sobresalientes de la encuesta.

Gráfico No. 3.16. Datos generales Informe Ministerio de Turismo

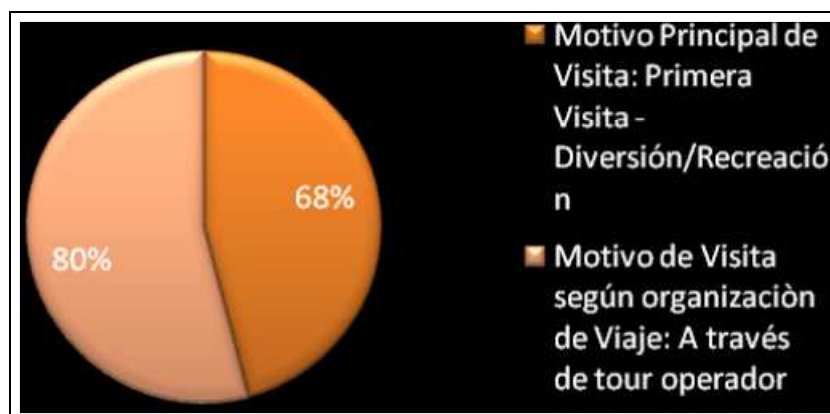


Fuente: Informe Ministerio de Turismo
Elaborado por: Belén Mayorga

La mayoría de estadounidenses que ingresan al país tienen entre 18 y 24 años, y constituye el 54% del total de encuestados. Adicionalmente el nivel de instrucción del turista es universitario en un 58%. El 26% corresponde a hombres y el 28% restante corresponde a mujeres. Posteriormente en un 27% visitan el Ecuador hombres y mujeres entre 25 y 29 años.

La frecuencia de la visita de los estadounidenses al Ecuador, es de un 68% en su primera visita. Los turistas que ya han visitado el Ecuador en varias oportunidades únicamente corresponden a un 31%. Es importante mencionar que lo primordial es que el turista desde la primera vez que viene a nuestro país tenga el deseo de regresar por un sinnúmero de motivos, por lo tanto es importante conocer el por qué la frecuencia de las visitas no es tan positiva. Más adelante se evidenciará otros aspectos para tomar en cuenta.

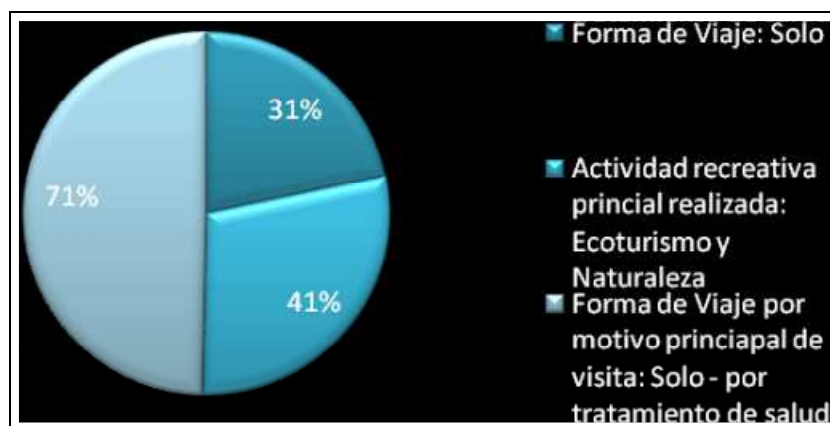
Gráfico No. 3.17. Motivo Principal de Visita Estadounidenses



Fuente: Informe Ministerio de Turismo
Elaborado por: Belén Mayorga

La principal razón por la cual el turista estadounidense viene por primera vez al Ecuador es por Diversión y Recreación en un 68%. La información sobre el país que requiere previo al viaje lo realiza en un 80% a través de Operadores de Turismo.

Gráfico No. 3.18. Forma de Viaje



Fuente: Informe Ministerio de Turismo
Elaborado por: Belén Mayorga

En un 71% el turista estadounidense viaja solo por motivos de tratamientos de salud, pero se destaca actividades realizadas de ecoturismo y naturaleza en un 41%. Esto permite indicar que la conciencia ambientalista que se ha creado a nivel mundial permite que el ecoturismo en el Ecuador siga creciendo gracias a su biodiversidad y áreas protegidas.

Gráfico No. 3.19. Gastos realizados por el turista por día



Fuente: Informe Ministerio de Turismo

Elaborado por: Belén Mayorga

Generalmente el turista estadounidense tiene una permanencia de 19 días en el Ecuador. En su mayoría el turista gasta diariamente \$157 dólares en actividades de diversión y recreación. Los turistas que realizan su viaje a través de operadores de turismo, el gasto promedio es de \$176 dólares por día.

Gráfico No. 3.20. Nivel de Satisfacción en servicio de Transporte Rango de 1 a 10



Fuente: Informe Ministerio de Turismo

Elaborado por: Belén Mayorga

La satisfacción del cliente es muy importante para la exportación del servicio de turismo con el fin de que el turista regrese y refiera al Ecuador como un destino excelente para visitar. Los turistas han calificado al servicio de transporte en el

Ecuador según su higiene, comodidad, seguridad y amabilidad. La calificación otorgada fue de 7.5, 7.79, 7.68, 8.02 respectivamente en una escala del 1 al 10. Este puntaje puede incrementarse poniendo énfasis en mejorar las instalaciones del servicio de transporte en el Ecuador, tomando en cuenta que es primordial la comodidad del turista así como también su seguridad de este modo se logrará que un mayor número de turistas venga al Ecuador.

Gráfico No. 3.21. Nivel de Satisfacción en Alimentación Rango de 1 a 10



Fuente: Informe Ministerio de Turismo

Elaborado por: Belén Mayorga

El nivel de satisfacción del turista estadounidense en la Alimentación durante su estadía tiene un promedio de 8.2. La puntuación más baja corresponde a la higiene del servicio. Los niveles de salubridad en el Ecuador no han sido los óptimos durante mucho tiempo es por eso que es importante que exista un mayor control respecto a los estándares que deben tener en la higiene de acuerdo a lo previsto en la ley de Turismo.

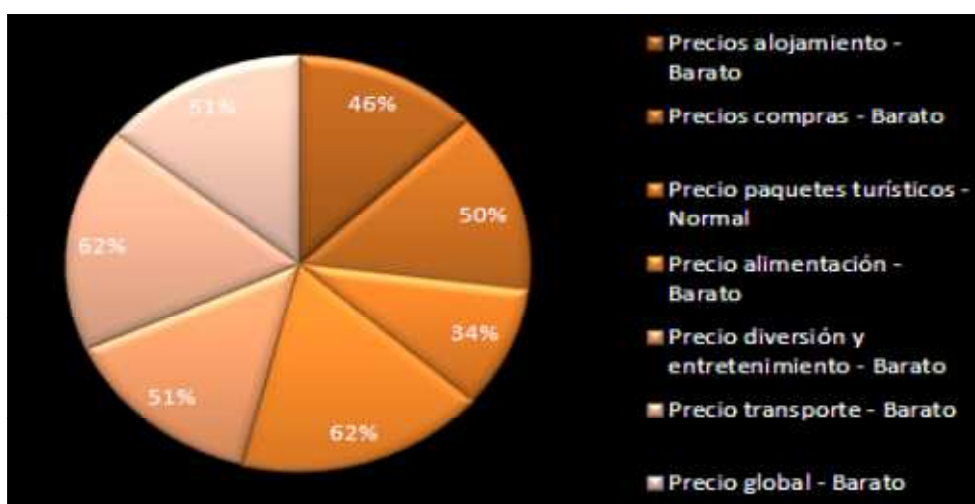
Gráfico No. 3.22. Nivel de Satisfacción Alojamiento Rango de 1 a 10



Fuente: Informe Ministerio de Turismo
Elaborado por: Belén Mayorga

Los turistas encuestados según el informe del Ministerio de Turismo, consideran el servicio de alojamiento que presta en el Ecuador una puntuación promedio de 8.3 considerada como satisfactoria considerando que todos los empresarios en el ámbito de turismo deben comprometerse para mejorar el servicio y satisfacer las necesidades del cliente.

Gráfico No. 3.23. Precio



Fuente: Informe Ministerio de Turismo
Elaborado por: Belén Mayorga

El Ecuador es considerado como el país más barato en toda Latinoamérica según lo indica la página de Welcome Ecuador. Esta afirmación es

comprobada en base a la encuesta realizada por el Ministerio de Turismo en la cual los precios de alojamiento, compras, alimentación, diversión y entretenimiento, transporte y paquetes turísticos lo consideran en más del 50% como barato, lo cual permite atraer al turismo estadounidense en una gran parte y con la facilidad de que se maneja la misma moneda de su país.

En la provincia de Manabí, se ha evidenciado los estadounidenses visitan las playas manabitas en un 0,80% únicamente de acuerdo a los datos estadísticos otorgados por el Ministerio de Turismo.

Adicionalmente dentro de la encuesta se realizaron varias preguntas con las cuales se pudo evidenciar que Ecuador es referido a los turistas a través de las agencias de viajes en Estados Unidos directamente en un 51%, en un 58% los turistas hubieran querido incluir otros atractivos durante su estadía en el Ecuador lo cual es un indicador de la satisfacción que tuvieron al visitarlo.

3.9 ECUADOR COMO DESTINO ESTADOUNIDENSE

Para este análisis de mercado se realizó una profunda investigación en internet sobre la posición del Ecuador como destino de ecoturismo o turismo sostenible para los estadounidenses. Cada fuente de información menciona al Ecuador entre los diez primeros destinos.

- The South América Tourist, posiciona al Ecuador en 6to lugar, mencionando a las Islas Galápagos.
- LonelyPlanet – #8 Ecuador – Islas Galápagos
- Travel Mole – #9 Ecuador – Islas Galápagos
- Green Living - # 2 Ecuador – Islas Galápagos
- ShermansTravel - # 9 Ecuador – Islas Galápagos
- Ratestogo - # 1 Ecuador –Amazonía e Islas Galápagos
- Tiny Green Bubble - # Ecuador – Napo Wildlife Center

3.10 REQUISITOS PARA VISITAR AL ECUADOR

Ecuador Travel cuenta con información sobre inmigración y visas para el ingreso al país. Para la mayoría de Turistas, se les provee automáticamente de una visa llamada 12-X la misma que permite la estadía por noventa días en el país. Para países como Afganistan, Bangladesh, Eritrea, Etiopia, Nepal, Nigeria, Pakistan y Somalia requieren de visa previa para poder ingresar al país. (Ecuador Travel, 2011).

El Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración, presenta los siguientes requisitos para la obtención de una visa 12 X de Turismo:

1. Petición escrita, firmada por el interesado, dirigida al funcionario del servicio exterior ecuatoriano.
2. Formulario de solicitud de visa con fotografías original tamaño pasaporte a colores, fondo blanco la misma que se encuentra publicada en la página Web del Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración.
3. Pasaporte con vigencia mínima de seis meses y su respectiva copia.
4. Copia del pasaje ida y vuelta.
5. El extranjero deberá demostrar que posee solvencia económica para permanecer en el país.

Validez visa:

Máximo noventa días en cada período de doce meses (año no calendario), contados a partir del ingreso del extranjero al Ecuador.

Arancel:

Solicitud de visa: 30 dólares

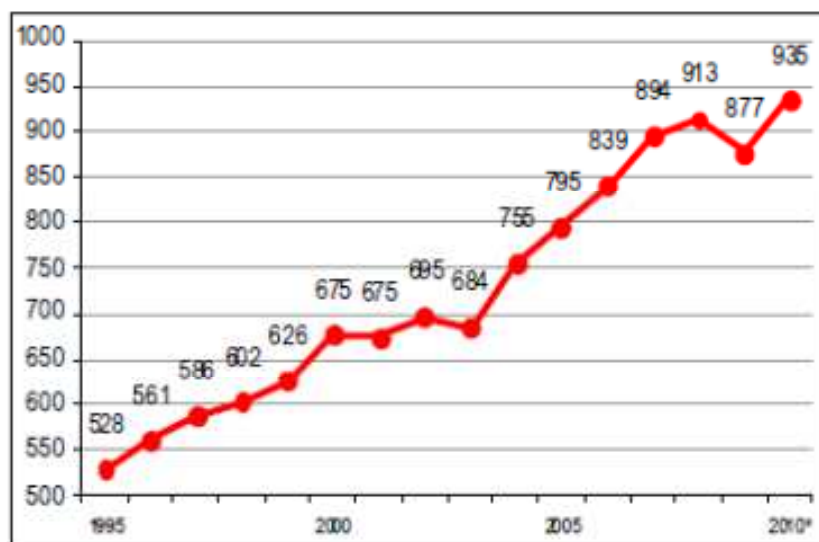
Visa: 30 dólares

CAPÍTULO IV

4 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

El turismo mundial en el año 2010 ha presentado un incremento considerable en un 6.7% con respecto al año 2009, alcanzando 935 millones en llegadas internacionales de acuerdo al Barómetro de la Organización Mundial del Turismo.

Gráfico No. 4.1. Crecimiento Turismo Mundial Millones

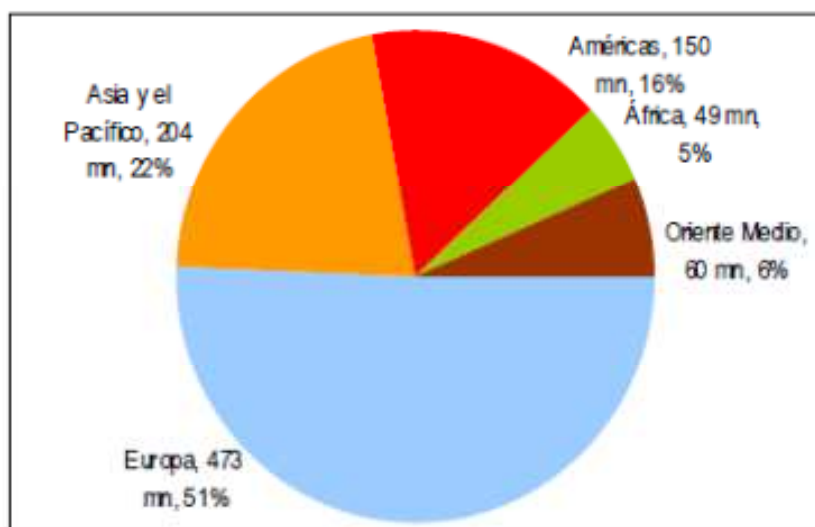


Fuente: Organización Mundial del Turismo

Elaborado por: Barómetro OMT

A continuación se presenta el turismo receptor en el año 2010 por regiones, destacando para esta investigación a las Américas un crecimiento en un 16%, es decir, 150 millones de llegadas internacionales. Esto se debe a una recuperación de la economía estadounidense al igual que el turismo, así como la integración regional entre América Central y América del Sur. (OMT, 2010).

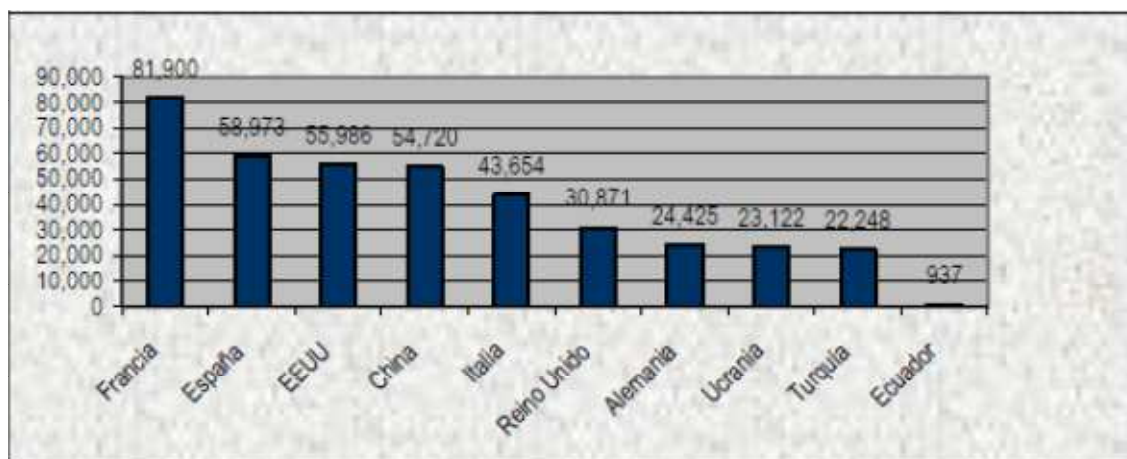
Gráfico No. 4.2. Turismo receptor por regiones - 2010



Fuente: Organización Mundial del Turismo
Elaborado por: Barómetro OMT

De acuerdo al Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador, los principales destinos turísticos a nivel mundial son los siguientes, encabezando Francia, España, Estados Unidos y China. El Ecuador representa únicamente 937 mil llegadas internacionales.

Gráfico No. 4.3. Principales destinos Continente Americano Miles de personas



Fuente: Barómetro Mundial OMT
Elaborado por: PIMTE 2014

En particular el Ecuador presenta crecimientos en un 9% en turismo frente al año 2009. (Barómetro Mundial OMT, 2010).

El Forum Económico Mundial mediante el reporte de competitividad de Viajes y Turismo del 2011,³ otorgó al Ecuador la posición No. 89 frente a 139 países y una calificación de 3.79 en un rango de 1 a 6 puntos. En primer lugar lo obtuvo Suiza, seguido de Alemania y Francia. A nivel del continente americano, Canadá encabezó la lista. Ver anexo No. 12.

El índice de competitividad que se presenta en el informe, mide los factores económicos y políticos que hacen atractivas a las 139 industrias analizadas en el turismo. (World Economic Forum, 2011).

A continuación se presentan aspectos relevantes para la medición del índice de competitividad para el Ecuador en el año 2009 y 2011:

Gráfico No. 4.4. Aspectos relevantes para el cálculo del Índice de competitividad

Índice	Rank 2011	Rank 2009
Índice de Competitividad de Viajes y Turismo	87	96
Requisitos para visa	80	70
Transparencia de las políticas de gobierno	112	130
Tiempo requerido para empezar un negocio	123	117
Costo para empezar un negocio	104	100
Sostenibilidad del Medio Ambiente	75	86
cumplimiento de normativa ambiental	87	109
Sostenibilidad de desarrollo en la industria de Viajes y Turismo	74	110
Emisión de dióxido de carbono	59	55
Especies en peligro de extinción	125	118
Seguridad y Protección	90	99
Salud e Higiene	82	73
Priorización de Viajes y Turismo	82	106
Gasto del gobierno en Viajes y Turismo	58	53
Eficacia de marketing y marca para atraer a los turistas	77	106
Infraestructura de transporte aéreo	76	86
Infraestructura de transporte terrestre	118	119

Fuente: World Economic Forum, 2011.

Elaboración: Belén Mayorga

³ Este reporte tiene como objetivo principal proporcionar una herramienta útil para los gobiernos y líderes empresariales en la superación de los obstáculos de competitividad en el Turismo, con la finalidad de buscar el beneficio en el desarrollo de este sector.

Evidentemente en el gráfico expuesto, Ecuador posee un ranking de 75 en lo que respecta a la sostenibilidad del medio ambiente lo cual indica claramente que el país debe mejorar aun en estos aspectos para ser más competitivo frente a países como Puerto Rico, Costa Rica, Brasil, Canadá, Panamá.

De acuerdo a World Economic Forum, los 5 primeros países en la sostenibilidad del medio ambiente son: Suecia, Suiza, Dinamarca, Alemania y Austria. El primer país americano en sostenibilidad del medio ambiente es Puerto Rico, seguido de Costa Rica y Brasil. Ver anexo 13.

Dentro de la región América, el Ecuador obtiene la posición número 13 frente a 25 países en el subíndice Sostenibilidad del Medio Ambiente, inclusive por encima de sus principales competidores Colombia, Perú, México entre otros. (World Economic Forum, 2011).

Ecuador posee una calificación de cuatro punto cuarenta y siete puntos frente a sus principales competidores, México, Colombia, Costa Rica y Perú. En relación con el año 2009 el Ecuador en el subíndice Sostenibilidad del Medio Ambiente ha incrementado su calificación. En el 2009 obtuvo una calificación de cuatro punto veinte y cuatro puntos.

Según el Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador 2014, Ecuador es considerado como competidor directo, ocupando el puesto No. 10 a nivel de América, tomando en cuenta a Estados Unidos como el mercado objetivo para exportar el servicio. (Ministerio de Turismo, 2011).

Gráfico No. 4.5. Competencia Turismo Receptor



Fuente: Organización Mundial de Turismo
Elaboración: PIMTE 2014

En el gráfico se aprecia a México, como el principal receptor de visitantes esto debido a la cercanía con Estados Unidos y efecto fronterizo. El valor promedio de visitantes internacionales es de (2'306.000) dos millones trescientos seis mil visitantes, encabezando Brasil, Argentina y Chile con un número de visitantes mayor al promedio. Ecuador presenta llegadas internacionales de (937.000) novecientos treinta y siete mil visitantes. (Ministerio de Turismo, 2011).

En base a los datos anteriormente mencionados y tomando en cuenta las características culturales, naturales económicas y el nivel de ofertas turísticas similares a las ecuatorianas al igual de llegadas de visitantes internacionales de acuerdo a Office of Travel and Tourism Industries de Estados Unidos y USAID (United States Agency – International Development) se toman en cuenta a los siguientes países como principales competidores de ecoturismo para el Ecuador:

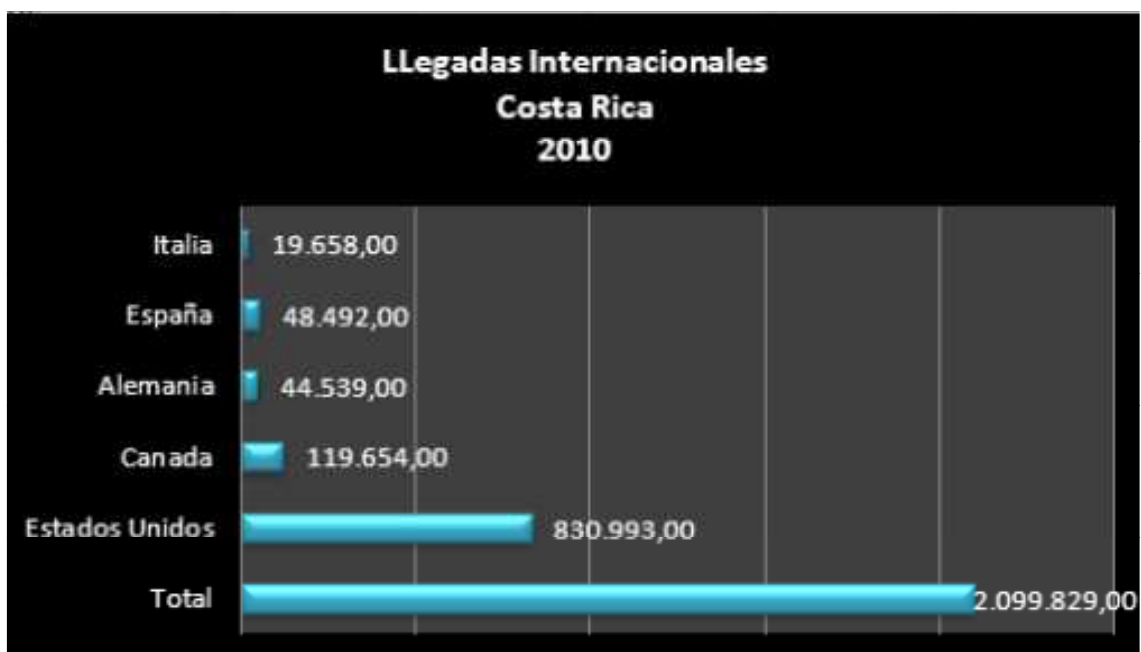
- Costa Rica
- Perú
- Colombia
- México – similitud en lugares ecoturísticos

Costa Rica

Costa Rica ocupa el puesto No. 44 a nivel mundial en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo presentado por The World Economic Forum 2011.

Para Costa Rica, los americanos son su principal visitante y número uno, seguido de Canadá, España, Alemania e Italianos. En el año 2010, Costa Rica registró 830.993 turistas americanos que ingresaron a este país. El 79.1% de americanos que ingresan a Costa Rica a través del Aeropuerto Internacional Juan Santamaría, vienen para sus vacaciones. Aproximadamente su estadía en Costa Rica es de 9 noches. (Costa Rica Tourism.org, 2011). El turismo en Costa Rica representa el 5.5% del PIB nacional de acuerdo al Anuario Estadístico 2010 del Instituto costarricense de Turismo. En un 68% los estadounidenses visitan áreas protegidas y reservas ecológicas. Actividades de observación de flora y fauna el 51.7% de turistas americanos la realizan durante su estadía.

Gráfico No. 4.6. Llegadas Internacionales Costa Rica - 2010



Fuente: Instituto costarricense de Turismo

Elaborado por: Belén Mayorga

Entre sus principales atractivos ecoturísticos y áreas protegidas tenemos:

Gráfico No. 4.7. Atractivos Ecoturísticos Costa Rica - 2010

NOMBRE ATRACTIVO	CLASIFICACION
Reserva Biológica Lomas Barbudal	Naturales
Catarata Llanos de Cortés	Naturales
Parque Nacional Palo Verde	Naturales
Parque Nacional Rincón de la Vieja	Naturales
Faldas del Volcán Tenorio	Naturales
Cerro Pelado	Naturales
Reserva Forestal Taboga	Naturales
Lago Castillo	Naturales
Reserva Bosque Verde	Naturales
Estero Culebra	Naturales
Cerro La Cruz	Naturales
Reserva Privada (Terra Viva)	Naturales
Bosque Nuboso (Aventura Canopy)	Naturales
Bosque Nuboso (Puentes Colgantes)	Naturales
Reserva Bosque Nuboso Monteverde	Naturales
Reserva de Santa Elena	Naturales
Selvatura	Naturales
Zona Protectora Tenorio	Naturales

Fuente: Instituto costarricense de Turismo

Elaborado por: Instituto costarricense de Turismo

Las principales playas de Costa Rica se presentan en el anexo No 14, destacando la las playas de Flamingo, playa Gandoca, Parque Nacional Tortugero

A lo largo de la investigación se encontraron varios operadores de turismo los cuales ofrecen paquetes ecoturísticos como observación de aves, visita a parques nacionales, vista a playas. Ver anexo No. 15.

Canales de Distribución y Promoción

Expotur, es la bolsa de comercialización turística de Costa Rica a través de la cual se ofrece a los participantes una excelente plataforma de negociación para los ofertantes de programas turísticos a nivel internacional. La oferta de servicios abarca desde tours operadores, aerolíneas, alojamiento y hasta productos muy específicos como de actividades acuáticas, bodas y lunas de miel, sol y playa, entre otros. (Expotur, 2011).

Adicionalmente la promoción turística se realiza a través de operadores turísticos a través de asociaciones tales como: FUTUROPA, Asociación Grupo Prolmagen Costa Rica, Asociación Costarricense de Operadores de Turismo (ACOT), Horizontes Nature Tours, SwissTravel, Aventuras Naturales, Costa Rica Expediciones, Gray Line Tours. (Leyla Solano Pacheco et al., 2003: # Pag. 21).

Perú

Perú ocupa el puesto No. 69 a nivel mundial en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo presentado por The World Economic Forum 2011.

De acuerdo a Ministerio de Comercio Exterior y Turismo del Perú, este país es considerado como uno de los originadores de la cultura mundial, posee un sinnúmero de sitios arqueológicos de uso turístico, es un país mega diverso apto para la explotación del ecoturismo.

En el año 2010, Perú recibió 435.936 visitantes estadounidenses que representa el 14.79% de las llegadas internacionales encabezado por visitantes chilenos en un 37.38%. Se registraron USD 2.741 millones de dólares en el año 2010 en la cuenta Turismo. Actualmente el Perú mantiene un Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos lo cual permite ganar competitividad frente a otros países.(MINCETUR, 2011).

Gráfico No. 4.8. Llegadas visitantes internacionales. Perú 2010



Fuente: MINCETUR, 2011

Elaborado: Belén Mayorga

De acuerdo al El Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú- PENTUR 2008-2018, los principales destinos son: Piura, Mancora es una de las playas más concurridas en el Perú y se encuentra al norte del país. En esta playa se realiza prácticas para el surf; las playas del norte como Zorrito, Cancas y Punta sal donde se encuentra una gran biodiversidad de vida marina; Puerto Pizarro en donde se encuentra el Santuario Nacional de Manglares de Tumbes; La playa El Totoral es paraíso ecológico, ya que posee pantanos y juncales donde aún se pueden apreciar patos silvestres. Los operadores de turismo del Perú, se detalla como anexo No. 16 al presente documento así como también paquetes turísticos enfocados a ecoturismo.

Canales de Distribución y Promoción

En Perú la promoción turística es realizada por la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERU) en la cual se desarrollan estrategias para lograr promocionar el turismo peruano en el extranjero. (Prom Perú, 2011).

Dentro de esta comisión está Perú Travel, quienes cuentan con folletos guía para los viajeros así como también cronogramas para ferias internacionales a nivel mundial con la presencia de diferentes agencias de viajes, cadenas de hoteles y operadores de turismo. Adicionalmente se puede encontrar información de líneas aéreas, hoteles, agencias de viajes para facilitar al turista previo su visita al país. (Perú Travel, 2011).

Colombia

Colombia ocupa el puesto No. 77 a nivel mundial en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo presentado por The World Economic Forum 2011.

De acuerdo al Ministerio de Comercio, Industria y turismo, Estados Unidos es uno de los principales mercados emisores. Así, los visitantes estadounidenses que llegaron al país durante el 2010, equivalieron a un 24% del total de los visitantes. Ver anexo No. 17.

Colombia es un país caracterizado por su biodiversidad, variedad de climas y ecosistemas para lo cual el gobierno ha constituido 64 reservas naturales de acuerdo a la información proporcionada por Colombian Paradise, mismos que se pueden apreciar en el anexo No. 18 de este documento.

En el anexo No. 19 se encontrará los paquetes turísticos ofrecidos en Colombia por operadores de turismo como Colombia tu destino y Colombia Contact que incluyen visitas a parques nacionales, playas y expediciones de ecoturismo.

Canales de Distribución y Promoción

Colombia posee el Fondo de Promoción Turística Colombia a través del cual se recaudan recursos por impuestos turísticos con el fin de invertir en proyectos de promoción, mercadeo y competitividad del turismo. (Fondo de Promoción Turístico Colombia, 2011).

Por otro lado Proexport Colombia entidad que promueve el turismo a través de la guía de viajes oficial publicada en la página web de la institución, basado en el lema “el riego es que te quieras quedar”. Posee información de Agencias de Viajes, Aerolíneas, hoteles, hostales, alquiler de vehículos y una guía de operadores de eventos y congresos de turismo. Adicionalmente al promoción es realizada a través de páginas web correspondientes a los operadores de turismo. (Proexport Colombia, 2011).

México

México ocupa el puesto No. 43 a nivel mundial en el Índice de Competitividad de Viajes y Turismo presentado por The World Economic Forum 2011.

De acuerdo al Sistema Integral de Información de Mercados Turísticos, el turismo ha generado aproximadamente 6.178 millones de dólares en Divisas para el país. La importancia económica del turismo en México es muy alta debido a que es la tercera fuente generadora de divisas detrás de ingresos por exportación de petróleo y las remesas del exterior. Se estima que el turismo representa más del 8% del PIB nacional y además generador de empleo.

México ofrece una extensa variedad de atractivos turísticos: la herencia de civilizaciones prehispánicas y el desarrollo de sitios arqueológicos como símbolos de identidad nacional, la incomparable belleza de sus playas, el encuentro de los vestigios de culturas milenarias conjugadas con grandes urbes, extensas áreas naturales con elementos históricos que lo hacen único

en el mundo, así como una infraestructura turística de vanguardia internacional. (SIMMT, 2011).

En base a datos obtenidos del Sistema Integral de Operación Migratoria, 5.907.528 estadounidenses visitaron México en el año 2010 que corresponde al 59.45% del total de llegadas de turistas internacionales por vía aérea.

Gráfico No. 4.9. Llegadas turistas extranjeros - México

Ranking 2010	2008 Anual	2009 Anual	2010 Anual
Total General	9,398,780	8,687,277	9,937,416
1 Estados Unidos	5,810,095	5,383,610	5,907,621
2 Canadá	1,135,001	1,222,410	1,460,418
3 Reino Unido	311,113	257,367	295,831
4 España	284,512	215,669	287,163
5 Argentina	126,130	127,107	170,467
6 Francia	208,284	164,236	170,250
7 Alemania	158,050	140,754	163,266
8 Italia	167,415	108,547	133,292
9 Brasil	76,491	68,211	117,658
10 Colombia	67,378	68,493	102,177

Fuente: SIOM

Elaborado por: SIOM

De acuerdo a la Secretaría de Turismo los Estados Unidos representan 71% del total de turistas internacionales del mercado. Entre los principales destinos para el ecoturismo se tiene:

**Gráfico No. 4.10. Principales
destinos - México**

Destino
D.F.
Cancún, Riviera Maya
Cozumel
Ensenada
Puerto Vallarta
Guadalajara
Merida
Cabo San Lucas
Manzanillo
Acapulco
Monterrey
Ixtapa Zihuatanejo
Mazatlan
San Luis Potosi
Villahermosa
Oaxaca
Bahías de Huatulco
Otros Destinos
Puerto Escondido
El Rincon de Guayabitos
Aguascalientes
Campeche
Guanajuato
Nueva Vallarta

Fuente: SECTUR
Elaborado SECTUR

En el anexo No. 20 se detalla paquetes turísticos de México a través de Naturaleza en Chapas y Ecoturismo Cancún.

Canales de Distribución y Promoción

A través de la SECTUR, la operación turística es promovida a través de diferentes programas turísticos para el desarrollo del turismo sostenible, generación de ingresos y empleo.

El Consejo de Promoción Turística de México está encargado de “coordinar, diseñar y operar las estrategias de promoción turística a nivel nacional e internacional. (CPTM, 2001). A través de este consejo se realizan ferias, eventos, y campañas para promocionar el turismo.

CAPÍTULO V

5 ANÁLISIS DE MERCADO

En base al estudio realizado sobre la exportación del servicio de turismo ecológico en playas manabitas enfocado al mercado estadounidense, se pudo evidenciar que el Ecuador es un país mega diverso, y específicamente en las playas manabitas con diversidad de flora, fauna, áreas protegidas como el caso de Machalilla. El Ministerio de Turismo basado en el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador, promociona al país por sus cuatro mundos y no específicamente por un lugar en particular como el caso de las playas manabitas. El turismo que promocionan conlleva a que el turista estadounidense conozca el ecoturismo en varios lugares del país. Afortunadamente el gobierno ha incrementado el presupuesto para el Ministerio de Turismo cada año, debido al cumplimiento de objetivos a partir de la publicación del PIMTE 2014 en el año 2009 pero no es suficiente debido a que no ha logrado satisfacer las necesidades del mercado meta como infraestructura, higiene, alimentación basados en las encuestas realizadas por el Ministerio de Turismo. Dado que los Estados Unidos es el mercado clave, y el ecoturismo tiene un nivel de notoriedad alto, el gobierno debe incrementar la promoción en este país, misma que es muy importante para el Ecuador tanto en su economía y desarrollo de la población.

El turista estadounidense presenta cualidades importantes para establecer la demanda el servicio de turismo ecológico ya que en base a la investigación, sus gustos y preferencias aplican en su mayoría con la oferta que posee en Ecuador. En comparación con los países competidores como el caso de Costa Rica, Colombia y México, los turistas estadounidenses son sus principales demandantes. En el caso de Perú, las llegadas de turistas chilenos encabezan las llegadas de turistas internacionales.

Con el fin de revelar la realidad actual del ecoturismo en las playas manabitas y establecer la factibilidad de este estudio, se ha elaborado un diagnóstico identificando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la actividad a través del Análisis FODA

FORTALEZAS

- Las playas manabitas poseen las mejores características climáticas de la costa ecuatoriana.
- Las Distancias para recorrer por la costa manabita son cortas.
- Biodiversidad de Flora y Fauna.
- Posee áreas protegidas en las cuales se desarrolla el turismo ecológico.
- Paisajes incomparables.
- Las playas manabitas forman parte de la Ruta del Spondylus – Mundo Costa, la cual es promocionada a nivel internacional a través del Ministerio de Turismo.
- Precios de acuerdo a la demanda del mercado meta.
- Mejoramiento de carreteras para el fácil acceso a las playas manabitas.
- Existe un incremento de iniciativas privadas y comunitarias con una filosofía ecoturística en todo el Ecuador

DEBILIDADES

- Falta de infraestructura turística.
- Falta de promoción en el exterior sobre las playas manabitas y turismo ecológico.
- Presupuesto del gobierno para mejorar la infraestructura para el desarrollo del ecoturismo en Manabí.
- Falta de información ecoturística cuando el turista extranjero acude al país.
- Existe una oferta limitada de servicios ecoturísticos.
- Galápagos se maneja como un destino independiente y su imagen no está ligada a la identidad y potencialidad del ecoturismo del Ecuador continental específicamente en playas manabitas.
- Falta de difusión del concepto de ecoturismo mismo que se confunde con una actividad con requerimientos muy básicos o productos de baja calidad.
- Falta de institucionalidad.
- Inseguridad y delincuencia

OPORTUNIDADES

- Demanda estadounidense en crecimiento.
- Mejora de aeropuertos y terminales para recibir a los turistas extranjeros.

- La promoción del Ecuador a través de los cuatro mundos, realizada por el Ministerio de Turismo, pueden utilizarse como un vínculo para promocionar a las playas manabitas.
- Existen varias ONG's que están desarrollado e impulsando proyectos de ecoturismo en áreas naturales y con participación comunitaria enfocadas en países en desarrollo como el Ecuador.
- El Ministerio de Turismo y entidades provinciales de Manabí están desarrollando planes estratégicos para promocionar a las playas manabitas y la provincia.
- Demanda estadounidense tiende a preferir servicios ecoturísticos.
- Operadores de turismo internacional interesados en servicios ecoturísticos.

AMENAZAS

- Competencia internacional con una mejor promoción de sus países.
- Desarrollo de Ecoturismo de una manera no responsable puede afectar a las áreas protegidas.
- Cambios climáticos afectan la demanda turística.
- Crisis económica en Estados Unidos.
- Operadores de turismo internacional no toman a Manabí como un destino importante en el Ecuador sino únicamente a las Islas Galápagos en su mayoría a pesar de los esfuerzos realizados por el Ministerio de Turismo.

CAPÍTULO VII

6 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES

El mercado meta, Estados Unidos constituye el principal emisor de turismo para el país y representa el 23,79% del total de turistas extranjeros que ingresan al Ecuador.

En base a la encuesta realizada por el Ministerio de Turismo, los estadounidenses que visitaron el país, consideran los servicios que ofrece el turismo como alojamiento, transporte, alimentación una puntuación promedio de 8 puntos en un rango de 0 a 10. Los precios son considerados como baratos mismos que son bastante similares a los precios que ofrece la competencia tomando en cuenta el mismo servicio en cuanto a calidad y estatus. En un 41% de los estadounidenses encuestados acuden al país para desarrollar actividades de ecoturismo.

Las playas manabitas poseen las características necesarias para el desarrollo del ecoturismo, mismas que están siendo mejoradas a través de diferentes instituciones como la Asociación Ecuatoriana de Ecoturismo, Rainforest Alliance, el Fondo Multilateral de Inversiones del Banco de Desarrollo Interamericano, Fundación Overlook Foundation, Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos, Fondo Mundial del Medio Ambiente, Fundación Citigroup, y la Asociación de Operadores Turísticos de Galápagos.

Desafortunadamente la investigación demuestra que un 0,80% de turistas estadounidenses que visitan el Ecuador, también visitan las playas manabitas, lo cual es un indicador de que se debe incentivar y promover el ecoturismo en las playas manabitas, a través de la promoción de los cuatro mundos del país,

logrando satisfacer las necesidades del turista extranjero, y siendo más competitivos frente a países como México, Costa Rica, Colombia y Perú.

El turismo ha sido un permanente generador de fuentes de trabajo e importante ingreso de divisas para la economía ecuatoriana. Por otro lado al comparar el ingreso de divisas por concepto de turismo, con el ingreso de divisas de las exportaciones de productos tradicionales, el turismo mantiene un cuarto lugar superado por exportaciones de camarones, banano y petróleo. En el primer trimestre del año 2010, el país contabilizó en la balanza de pagos 189,1 millones de dólares.

El gasto de los estadounidenses en viajes a Latinoamérica es muy pequeño en comparación a países como México, Reino Unido, Canadá, Japón y Alemania en los que el gasto en el año 2010 fue de 9.6, 7.8, 6.2, 4.8 y 4.6 billones de dólares respectivamente, de acuerdo a la información obtenida por International Trade Administration de los Estados Unidos. Evidentemente los países latinoamericanos no tienen mayor allegada para el mercado estadounidense. Una proporción muy pequeña se dirige y gasta en países de Sudamérica, como Brasil, Chile, Argentina y Venezuela. El gasto registrado en el año 2010 en estos países fue de \$ 1.147, \$ 444, \$647, \$333 millones de dólares. El gasto total de estadounidenses en Latinoamérica fue de \$20.494.000 millones de dólares.

México es el principal competidor del Ecuador en cuanto a turismo receptor del mercado meta, dado que posee variedad de destinos turísticos que incluyen playas y ecoturismo como es el caso de Cancún, Cozumel, Puerto Vallarta, Manzanillo, entre otros. México tiene como ventaja la cercanía con los Estados Unidos registrando en el año 2010 un ingreso de 5.907.000 millones de turistas norteamericanos, cifra que representa 20 veces más a los que ingresan al Ecuador.

En base al estudio realizado en este análisis de mercado, el Ecoturismo en la provincia de Manabí puede ser atractivo para los Estados Unidos, tomando en

cuenta el perfil del turista que en 41% prefiere el ecoturismo, la satisfacción del turista en cuanto a alojamiento, alimentación, transporte y precios, durante su estadía en el país así como también la concientización del medio ambiente que lo caracteriza de acuerdo a lo demostrado por The Center for Responsible Travel que determina que 55.1 millones de estadounidenses están clasificados como geoturistas o interesados en la naturaleza así como también un 58% se preocupan por el calentamiento global y el medio ambiente. Estas características son la base para promover el ecoturismo en el mercado norteamericano teniendo como ventaja principal la biodiversidad de flora y fauna que poseen las playas manabitas.

6.2 RECOMENDACIONES

Las empresas especializadas en ecoturismo con el apoyo del Gobierno, deben enfocarse en el desarrollo de la infraestructura y seguridad en las playas manabitas y de este modo lograr comercializar el servicio en el exterior más eficientemente y con la certeza de que el turista estadounidense se sienta complacido.

Los niveles de salubridad en el Ecuador no han sido los óptimos durante mucho tiempo, es por eso que es importante que exista un mayor control respecto a los estándares que deben tener en la higiene de acuerdo a lo previsto en la Ley de Turismo dado que los turistas entrevistados por el Ministerio de Turismo, otorgan una puntuación de 7 a 8 puntos en un rango de 0 a 10.

Costa Rica posee características similares a las ecuatorianas para el desarrollo del ecoturismo, por lo tanto es importante tomar como iniciativa la promoción que realiza este país al exterior lo cual ha generado una gran acogida por los extranjeros.

Finalmente es necesario implementar un programa de promoción dirigido al mercado norteamericano, estableciendo mecanismos de coordinación entre las

entidades ecuatorianas vinculadas al ecoturismo y la Embajada del Ecuador en los Estados Unidos, con el objeto de establecer un enlace con las operadoras de turismo norteamericanas haciendo conocer las nuevas oportunidades de ecoturismo que presenta la provincia de Manabí.

BIBLIOGRAFÍA

Libros:

- Banco Central del Ecuador (2009): Boletín Estratégico.
- Bigné, E; Font, X; Apollin, F.; Andreu, L. (2000): Marketing de destinos turísticos: análisis y estrategias de desarrollo. Esic Editorial, Madrid, España.
- Hays, D.; Korth, C.; Roudiani, M.; (1974); Comercio Internacional: introducción al mundo de la empresa multinacional. Editorial Prentice/Hall Internacional.
- Sapag Chain, N.; Sapag Chain R.; (2000); Preparación y Evaluación de Proyectos. McGraw Hill. Santiago, Chile.
- Valdivieso, C. (2012): Comunicación personal. Metropolitan Touring.
- Rivas, A. (2012): Comunicación personal. Klein Tours.
- Reyes, G. (2012): Comunicación personal. Advantage Travel.
- García, R. (2012): Comunicación personal. Advantage Travel.
- Novoa, S. Comunicación personal, 2012. Ministerio de Turismo.
- Yáñez, E.; Silva, E.; Albán, E.; (2005): Manual Legal del Turismo. Ediciones Legales.

Documentos de internet:

- 123 Help me (2011): Ecotourism in South American countries. Has the agenda changed?. URL: <http://www.123helpme.com/view.asp?id>
- Active Tourism (2010): Ecotourism Statistical Fact Sheet. URL: <http://www.active-tourism.com/factsEcotourism1.pdf>
- Advantage Ecuador (2011). URL: <http://www.advantageecuador.com/site>
- Advantage Travel Ecuador (2011). URL: www1.advantageecuador.com

- Agencia pública de noticias de Ecuador y Latinoamérica ANDES (2011): Ecuador Ama la Vida se promociona en las vitrinas turísticas del mundo. URL: <http://andes.info.ec/reportajes/ecuador-ama-la-vida-la-marca-pais-que-estara-en-las-vitrinas-del-mundo-51495.html>
- AITE (2011): Situación actual de las relaciones comerciales del Ecuador. URL: http://www.aite.com.ec/index.php?option=com_content&view
- Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador – Optur (2011): Mapa Turístico del Ecuador. URL: http://www.optur.org/images/mapa_turistico_ecuador.jpg
- Asociación peruana de Turismo de Aventura y Ecoturismo (2011): Ecoturismo. URL: http://www.aptae.org/index.php?option=com_content
- Aventura Huasteca (2008): Expeditions and Packages. URL: http://www.aventurahuasteca.net/web_ingles/paquetes.htm
- Caribbean News Digital (2011): Ecuador temporada de observación de ballenas transcurre entre junio y octubre. URL: <http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/ecuador-temporada-de-observacion-de-ballenas-transcurre-entre-junio-y-octubre>
- Caribbean News Digital (2011): Estados Unidos: Destaca la ONU importancia del turismo para el desarrollo social y la biodiversidad. URL: <http://www.caribbeannewsdigital.com/noticia/estados-unidos-destaca-la-onu-importancia-del-turismo-para-el-desarrollo-social-y-la-biodive>
- Central Intelligence Agency (2011): The World Fact Book. URL: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/us.html>
- CEPAL (2010): Comercio e Integración Regional. URL: <http://www.cepal.org/cgi-bin/getProd.asp?xml=/publicaciones/xml/6>
- Colombia Contact (2007): Paquetes Turísticos. URL: <http://www.colombiacontact.com/tours/es-turismo.html>
- ColReservas (2011): Planes Nacionales. URL: <http://www.deturismoporcolombia.com/Fincas/choco/capurgana/capurganafascinante.php>
- Consejo de Promoción Turística de México (2008): Ecoturismo. URL: http://www.visitmexico.com/es/Visitmexico/Visi_Ecoturismo_Actividades
- CORPEI, (2010): Ecuador Trade. URL: <http://www.ecuadortrade.org>
- Costa Rica Green Forest (2011): Maravillas en la Naturaleza. URL: http://www.crgreenforest.com/esp/tourpackages_WondersinNature.php

- Costa Rica, no artificial ingredientes (2011): Demanda Turística. URL: http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/modEst/estudios_demanda_turistica.asp?ididioma=1
- Costa Rica, no artificial ingredients (2011). URL: <http://www.visitcostarica.com/ict/paginas/home.asp?ididioma=2>
- Diario Hoy (2011): El Ecuador ocupa el 18° lugar en competitividad turística. URL: <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-ecuador-ocupa-el-puesto-18-segun-indice-turistico-462985.html>
- Dirección Provincial de Turismo Manabí (2011). URL: <http://www.turismomanabi.gov.ec>
- E Trip Tips (2010): Where do americans go on vacation abroad?. URL: <http://www.etr iptips.com/main-american-travel-forum/3071-where-do-americans-go-holiday-vacation-abroad-us.html>
- Eco Travel Perú (2011). URL: <http://www.ecotoursperu.com/espanol/circuit>
- Ecuador Ama la Vida (2011). URL: <http://www.ecuador.travel/espanol/ecuador-guia-de-viaje/costa-norte/costa-norte-destinos-y-atracciones/jama-coaque.html>
- Ecuadory.com (2011): Turismo Agencia de Viajes Ecuador. URL: <http://www.ecuadory.com/ecuador-ecuador/turismo-agencias-viajes-ecuador/>
- Enlaces Panamá (2010): Ecuador vale la pena, disfrútelo sin prisas. URL: <http://www.enlacespanama.com/turismoecuadoreurocotal.html>
- Estadísticas y cuenta satélite de Turismo (2010). URL: <http://www.unwto.org/estadisticas/index.htm>
- Euromonitor International (2011): Tourism flows outbound in the US. URL: <http://www.euromonitor.com/tourism-flows-outbound-in-the-us/report>
- Exportación de Servicios. URL: <http://www.x.com.pe/Descargas>
- Feria Internacional del Turismo en Ecuador (2011). URL: <http://www.fite.info/html/presentacion.html>
- Fodors – Travel Intelligence (2011): South America Forum, Ecuador or Costa Rica. URL: <http://www.fodors.com/community/south-america/ecuador-or-costa-rica.cfm>
- Gobierno Municipal del Cantón Manta (2011): I-Tur, oficina de información al turista. URL: http://www.manta.gov.ec/index.php?option=com_content&view

- Gobierno Provincial de Manabí (2011): Inventario de Atractivos Turísticos. URL: <http://www.manabi.gob.ec/proyectos-2/inventario-de-atractivos-turisticos>
- Green Living (2011): Top 10 ecotourism destinations. URL: http://greenliving.about.com/od/travelinggreen/ss/Top_Ecotourism_Spots_2.htm
- http://www.ekos.com.ec/download/perfil_abordo.pdf
- Inteligencia de Mercados Sector Turístico en México (2011): Llegadas de turistas por nacionalidad. URL: http://www.siiimt.com/es/siiimt/siim_siom
- Inteligencia de Mercados Sector Turístico en México (2011): Llegadas Turistas internacionales. URL: <http://www.siiimt.com/wb2/>
- Juggle Debates (2011): Does ecotourism inspire more people to vacation in areas that they otherwise would not visit?. URL: <http://debates.juggle.com/does-ecotourism-inspire-more-people-to-vacation-in-areas-that-they-otherwise-would-not-visit>
- Mantaraya Lodge (2011). URL: <http://www.mantarayalodge.com/index.html>
- Market Access Map (2011). URL: <http://www.macmap.org/trademap/Trade>
- Meet Ecuador Seminars (2011). URL: www.meetecuadorseminars.com
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – Perú (2011): Descripción Turística del Perú. URL: <http://www.mincetur.gob.pe/newweb/Default>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo República de Colombia (2011): Estadísticas de Turismo. URL: <http://www.mincomercio.gov.co>
- Ministerio de Turismo (2008): Turismo se fortalece como producto de exportación. URL: <http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com>
- Ministerio de Turismo (2009): Ministerio de Turismo presenta Plan de Marketing Turístico del Ecuador para los años 2010-2014 (2009). URL: http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=1431&Itemid=59
- Ministerio de Turismo (2010): Ecuador en el Travel Mart Latin América 2009. URL: http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content
- Ministerio de Turismo (2011): Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014. URL: <http://www.turismo.gob.ec/documentos>
- Nation Master (2011): Economy Statistics, tourist arrivals. URL: http://www.nationmaster.com/graph/eco_tou_arr-economy-tourist

- Office of Travel and Tourism Industries (2010): Monthly tourism statistics. URL: <http://tinet.ita.doc.gov/research/monthly/departures/index.html>
- Office of Travel and Tourism Industries (2011): Outbound overview. URL: http://tinet.ita.doc.gov/outreachpages/outbound.general_information.outbound_overview.html
- Organización Mundial del Comercio (2010): Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios. URL: http://www.wto.org/spanish/docs_s/legal
- Organización Mundial del Comercio (2010): Servicios de turismo y servicios relacionados con los viajes. URL: <http://www.wto.org/spanish/tratop>
- Perú Traces (2011): Itinerarios populares. URL: http://www.perutraces.com/spanish/peru_popular_itineraries1.html
- Proexport Colombia (2008): Llegadas de viajeros internacionales a países competencia de Colombia en la región. URL: <http://antiguo.proexport.com.co/vbecontent/library/documents/DocNewsNo10137DocumentNo7981.pdf>
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo, (2010): Costa Rica: Una experiencia innovadora del manejo ambiental. URL: <http://www.undp.org/cu/eventos/aprotegidas/ecoturismo.pdf>
- Rates to go (2011): Top 10 ecotourism destinations part II. URL: <http://blog.ratestogo.com/top-10-ecotourism-destinations-part-ii>
- Rio Cuasa Ecolodge (2011). URL: <http://riocuasa.com/tourballenas.html>
Road and Travel Magazine (2010): Where is America vacationing?. URL: <http://www.roadandtravel.com/travelnewsandviews/2006>
- Secretaría de Turismo México (2011): Centro de Documentación Turística. URL: <http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/cedoc>
- See Ecuador (2011). URL: <http://www.seecuador.com>
- Shermans Travel (2011): Top 10 ecotourism destinations. URL: http://www.shermanstravel.com/top_tens/Ecotourism_Destinations.txt/?force_print=true
- The USA on line (2011): Economía. URL: <http://www.theusaonline.net>
- Tiny Green Bubble (2011): Top Ecotourism Destinations with an International Flair. URL: <http://www.tinygreenbubble.com/livegreen/item>
- Trade Map. (2011). URL: <http://www.trademap.org>

- Trading Economics (2011): Ecuador - IMF Data & Forecasts. URL: <http://www.tradingeconomics.com/ecuador/indicators>
- Trading Economics (2011): United States Balance of Trade. URL: <http://www.tradingeconomics.com/Economics/Balance-of-Trade.aspx>
- Traffic news (2011): Ecuador se promociona en el Cono Sur. URL: <http://www.trafficnews.ec/Destinos-Turisticos/ecuador-se-promociona-en-el-cono-sur.html>
- Travel Mart Latinamerica (2011). Centrosul convention center. URL: <http://www.travelmartlatinamerica.com>
- Travel.State.Gov (2011): Ecuador, country specific information. URL: http://travel.state.gov/travel/cis_pa_tw/cis/cis_1106.html
- Turismo Temático (2010): Ventajas y Desventajas del Ecoturismo. URL: <http://turismonaturaleza.suite101.net/article.cfm/ventajas-y-desventajas-del-ecoturismo#ixzz19HILL8cK>
- Vacaciones en Costa Rica (2010). URL: www.vacacionesencostarica.com
- Viajando x Ecuador (2011): Tours destacados. URL: www.viajandox.com
- Visitecuador (2010). URL: <http://www.visitecuador.travel/contenidos>
- World Economic Forum (2011): Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. URL: <http://gcr.weforum.org/ttci2011>

ANEXOS

MAPA VIAL TURÍSTICO PROVINCIA DE MANABÍ



TOURS RÍO CAUSE ECOLOGDE

Tour Observación de Ballenas								
Río Cuasa Eco Lodge - Pedernales - Manabí								
3 Días 2 Noches								
PRECIO POR PERSONA (PAX) EN BASE A HABITACIONES DOBLES / TRIPLES / CUADRUPLES;								
1 PAX	2 PAX	3 PAX	4 PAX	5 PAX	6 PAX	7 PAX	8 PAX	9 o mas PAX
\$ 1.007	\$ 544	\$ 390	\$ 313	\$ 266	\$ 236	\$ 214	\$ 197	\$ 182

INCLUYE:

Transportación privada durante todo el recorrido desde Quito o Guayaquil;

Alimentación completa mas cócteles y refrigerios.

Alojamiento de 2 noches en Río Cuasa Eco lodge, cabañas con baño privado y duchas compartidas.

Impuestos hoteleros;

Actividades y Excursiones: Excursión a la Observación de Ballenas,; Excursión a la cascada; visita al mirador; cabalgata, excursión al sendero nocturno

Asistencia de guía en todo el viaje.

Fuente: Río Causa Ecolodge

Elaborado por: Río Causa Ecolodge

Tour Montaña y Sol				
Rio Cuasa Eco Lodge - Pedernales - Manabí				
4 Días 3 Noches				
PRECIO POR PERSONA (PAX) EN BASE A HABITACIONES DOBLES, TRIPLES O CUADRUPLES;				
1 PAX	2 PAX	3 PAX	4 PAX	5 o más PAX
390	250	200	185	160

INCLUYE:

Transporte privado durante todo el recorrido desde Pedernales.

Alojamiento: 3 noches en Rio Cuasa Eco lodge, cabañas con baño privado y duchas compartidas. Impuestos hoteleros.

Alimentación: 3 desayunos, 2 almuerzos, 2 cenas.

Guía naturalista en todos los recorridos.

Uso de todas las instalaciones de Rio Cuasa Eco Lodge;

Actividades: Excursión Jama - San Vicente - Isla Corazón - paseo en bote en el estuario de San Vicente; Excursión a la cascada; Excursión al sendero nocturno.

Fuente: Río Causa Ecolodge

Elaborado por: Río Causa Ecolodge

Tour Familiar en la Ruta del Spondylus	
Ruta del Spondylus: San Vicente - Canoa - Pedernales - Rio Cuasa Eco Lodge - Reserva Ecológica	
7Días 5 Noches	
Precio para mínimo 10 pasajeros Adultos:	
280	
Niños de 6 años o menor, 25% descuento.	

INCLUYE:

Transportación privada durante todo el recorrido desde Quito o Guayaquil;

Alimentación completa como detalla el itinerario.

Alojamiento de 2 noches en Rio Cuasa Eco lodge, cabañas con baño privado y duchas compartidas.

3 noches en la casa de San Vicente.

Actividades y Excursiones: Excursión a la Playa del Napo, paseo en bote por la isla corazon; Excursión a la cascada; Visita al mirador; Visita al museo de Jama.

Asistencia de guía en todo el viaje.

Fuente: Río Causa Ecolodge

Elaborado por: Río Causa Ecolodge

TOURS VIAJANDO POR ECUADOR

TOURS Destacados	Precio	Días
Avistamiento de Ballenas Jorobadas Puerto López Puerto López "Ciudad Ecológica y Turística".	USD 119	3
Ruta del Sol con Observación de Ballenas Disfruta de Manta y sus magníficas playas, situadas en el corazón de la ciudad. Playa de los Fraile, Parque Nacional Machalilla, Puerto López, Isla de la Plata.	USD 119	3
Tour Manta - Puerto López y Crucita Crucita "La Bella". Ideal para el parapente y alas delta, Playa de los Frailes.	USD 119	3
Tour Bahía de Caráquez - Canoa Disfruta las paradisíacas playas de San Vicente y Canoa, así como su exquisita gastronomía. Tour a Isla Corazón.	USD 119	3
Tour Pedernales, Cojimies y Punta Frailes Realiza un paseo en lancha por las playas de pedernales, caminata por la Reserva Mache - Chindul, Bahía de Cojimies.	USD 99	3

Fuente: Viajando por Ecuador

Elaborado por: Viajando por Ecuador

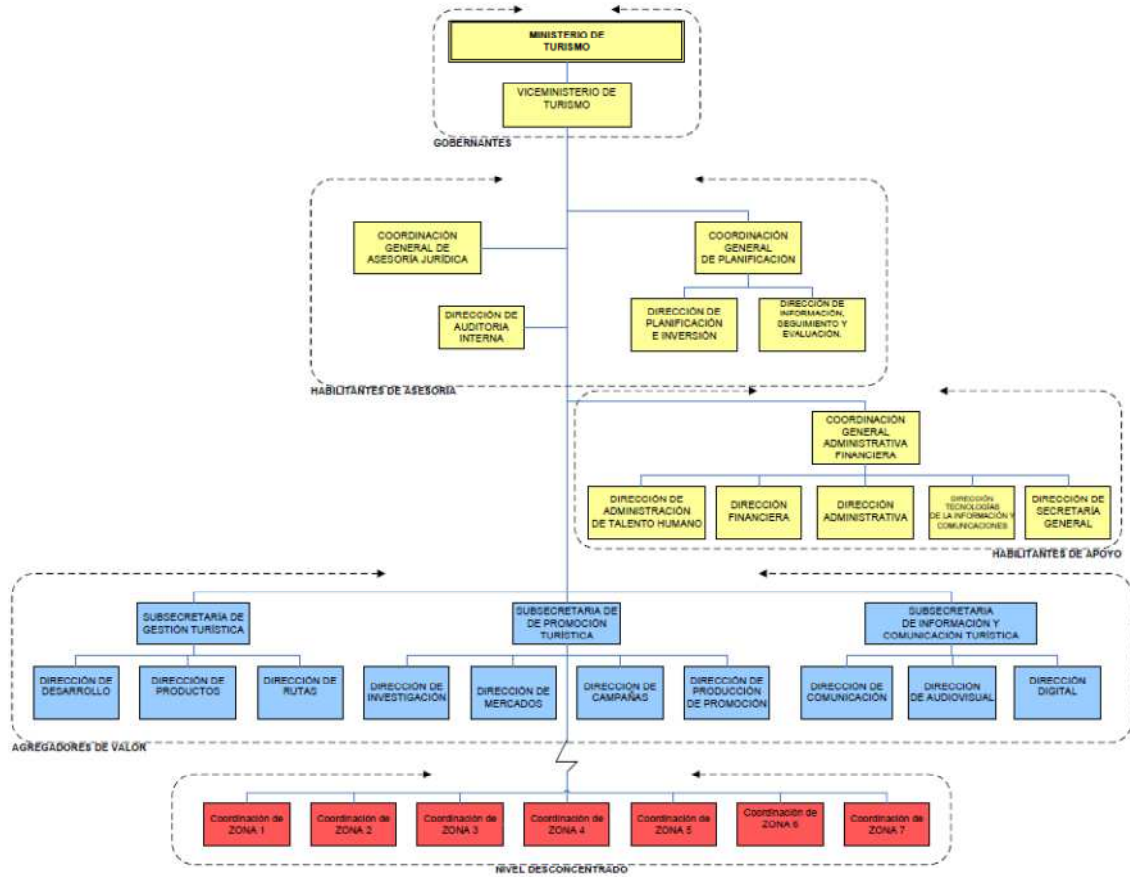
TOURS NATURIS TOURS

Tour	Precios
TOUR ISLA DE LA PLATA	COSTO: 40, POR PAX
Incluye: Guías, embarcación equipada con sistema de seguridad, chaleco salvavidas, equipo de Snorkeling, lunch	
TOURS ISLA DE LA PLATA Y OBSERVACIÓN DE BALLENAS (JUN. A OCT.)	COSTO: 40, POR PAX
Incluye: Guías, embarcación equipada con sistema de seguridad, chaleco salvavidas, equipo de Snorkeling, lunch	
TOURS DE OBSERVACIÓN DE BALLENAS JOROBADAS (JUN.- SEPT.) Isla Salango	COSTO: \$ 25, X PAX
Incluye: Guía, embarcación equipada con sistema de seguridad, chaleco salvavidas, equipo de Snorkeling, snack	
TOUR DE CABALLOS EN LA PLAYA Y RÍO - Río Ayampe	COSTO: \$ 25, por pax
Guía (Español), caballos, alimentación	
TOUR PESCA CON SNORKELING / PARCELA MARINA - Punta Mala, Isla de Salango y/o Islote de los Ahorcados	COSTO: \$ 40, por pax
Incluye: Embarcación equipada con todos los elementos de seguridad, chaleco salvavidas, equipo de pesca, guía, snack	
PASEO EN KAYAK Y SNORKELING - Puerto López, Los Frailes, Machalilla.	COSTO: \$ 35, por pax
Incluye: kayak (chalecos salvavidas) Guía, equipo de snorkeling, snack.	
TOURS SAN SEBASTIAN - SENDERO BOLA DE ORO- BOSQUE HUMEDO	COSTO: \$ 35 x pax
Incluye: Guía (español) Caballos, botas de caucho, Impermeables, binoculares lunch, transporte etc. Por un día.	
TOURS VISITAS A MUSEOS, SITIOS Y RUINAS ARQUEOLOGICAS	COSTO: \$ 30 x pax
Incluye: transportación, guías, lunch, binoculares, Guía (español) Agua, Snack	
TOURS BUCEO DE PROFUNDIDAD - Isla de la Plata o Isla Salango	COSTO: \$ 105 x pax
Incluye: instructor de buceo (dive master), 2 inmersiones, equipo completo, lunch, transportación	
VISITAS A PLAYAS PROTEGIDAS	COSTO: \$ 25x pax
Incluye: Guía, refrigerio, Binoculares, Snorkeling, Transporte	

Fuente: Naturis Tours

Elaborado por: Belén Mayorga

ESTRUCTURA MINISTERIO DE TURISMO



JURISDICCIÓN ZONAS ADMINISTRATIVAS
 ZONA ADMINISTRATIVA 1: Esmeraldas, Carchi, Imbabura, Sucumbios.
 ZONA ADMINISTRATIVA 2: Napo, Orellana, Pichincha.
 ZONA ADMINISTRATIVA 3: Pastaza, Cotacachi, Tungurahua y Chimborazo.
 ZONA ADMINISTRATIVA 4: Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas.
 ZONA ADMINISTRATIVA 5: Guayas, Los Ríos, Península Santa Elena, Bolívar, Galapagos.
 ZONA ADMINISTRATIVA 6: Azuay, Cañar, Morona Santiago.
 ZONA ADMINISTRATIVA 7: El Oro, Loja, Zamora Chinchipe.

PROVEEDORES DE TURISMO – MEET ECUADOR

Advantage Travel	
AEROLINEAS GALAPAGOS S.A. AEROGAL	
Andando Tours	
Avanti Destinations	
Canodros - Galapagos Explorer	
Fundacion Municipal Turismo para Cuenca	

PAQUETES TURÍSTICOS MANTARAYA LODGE

PROGRAMA 3 DÍAS/ 2 NOCHES

TARIFA POR PERSONA EN DÓLARES AMERICANOS

	1 PAX	2 PAX	3-4 PAX	5-9 PAX	+10 PAX
ADULTOS	781	513	457	446	424
NIÑOS		439	383	373	350

PROGRAMA 4 DÍAS/ 3 NOCHES

TARIFA POR PERSONA EN DÓLARES AMERICANOS

	1 PAX	2 PAX	3-4 PAX	5-9 PAX	+10 PAX
ADULTS	1048	706	625	608	567
CHILDREN		598	515	498	457

PROGRAMA 5 DÍAS/ 4 NOCHES

TARIFA POR PERSONA EN DÓLARES AMERICANOS

	1 PAX	2 PAX	3-4 PAX	5-9 PAX	+10 PAX
ADULTS	1343	901	793	770	711
CHILDREN		756	647	625	564

PROGRAMA INCLUYE:

- Transporte desde Manta a Puerto López y de regreso a Manta
- Guía Naturalista bilingüe
- Visitas de acuerdo al itinerario
- Acomodaciones en ocupación doble
- Alimentación completa en la hostería (estilo menú)

PROGRAMA NO INCLUYE:

- Boleto aéreo Quito/Manta/Quito
- Bebidas alcohólicas y no alcohólicas
- Entrada al Parque Nacional Machalilla
- Gastos personales

FUENTE: MantarayaLodge

ELABORADO POR: MantarayaLodge

PAQUETES TURÍSTICOS METROPOLITAN TOURING



**Metropolitan
Touring**

Mantata - Ecuador

PRICES 2011

DESCRIPTION	1 Pax	2 Paxs*	3 Paxs*	4-9 Paxs*	10-15 Paxs*	16-25 Paxs*	+ 26 Pax*
FOREST ADVENTURE OF PACOCHE	\$95,00	\$85,00	\$75,00	\$70,00	\$65,00	\$60,00	\$55,00
CITY TOUR MANTA & MONTECRISTI (4 hours)	\$80,00	\$65,00	\$60,00	\$55,00	\$53,00	\$50,00	\$45,00
MACHALILLA NATIONAL PARK	\$125,00	\$110,00	\$100,00	\$85,00	\$75,00	\$70,00	\$65,00
MANTA - MONTECRISTI & PACOCHE	\$125,00	\$110,00	\$100,00	\$85,00	\$75,00	\$70,00	\$65,00

* PRICES PER PERSON

Fuente: Metropolitan Touring
Elaborado por: Metropolitan Touring

CRECIMIENTO TURISMO RECEPTOR 2004 -2008

2010		2050	
PAIS	POBLACIÓN (MILLONES)	PAIS	POBLACIÓN (MILLONES)
China	1.338	India	1.748
India	1.189	China	1.437
Estados Unidos	310	Estados Unidos	423
Indonesia	235	Pakistán	335
Brasil	193	Nigeria	326
Pakistán	185	Indonesia	309
Bangladesh	164	Bangladesh	222
Nigeria	158	Brasil	215
Rusia	142	Etiopía	174
Japón	127	Rep. Dem. del Congo	166

Fuente: Population Reference Bureau

Elaboración: Population Reference Bureau

GASTO ESTADOUNIDENSE EN LATINOAMÉRICA

Country / Region	Imports			
	Travel Payments	Passenger Fare Payments	Total Travel & Tourism Payments	2009/2008 Change (%)
Latin America/Other Western Hemisphere	\$23,565	\$3,160	\$26,725	-10%
South/Central America	\$17,966	\$2,528	\$20,494	-11%
Argentina	\$585	\$62	\$647	-17%
Brazil	\$892	\$255	\$1,147	-10%
Chile	\$281	\$163	\$444	-4%
Mexico	\$8,867	\$702	\$9,569	-14%
Venezuela	\$273	\$60	\$333	-17%
Other	\$7,068	\$1,286	\$8,354	-6%
Other W. Hemisphere	\$5,599	\$632	\$6,231	-10%
Bermuda	\$238	\$0	\$238	-34%
Other	\$5,361	\$632	\$5,993	-9%

Fuente: U.S. Department of Commerce, Office of Travel and Tourism Industries from the Bureau of Economic Analysis (November 2010).

Elaborado por: Office of Travel and Tourism Industries

OPERADORES DE TURISMO EXTERNOS DE LOS ESTADOS UNIDOS



Company	Website	Segment					Market					Destination					Telephone	Interviewed					
		Adventure	Backpack	Culture & CSR	Education & Volunteer	High-end	Return	North America+	UK	Netherlands	Germany	Spain	Nepal	Guatemala	Honduras	Nicaragua			Bolivia	Ecuador	Peru		
Adventures Within Reach (USA)	www.adventureswithinreach.com			1	1		1	1				1					1	1	1	877-232-5836; 303-325-3746	1		
Ambassador Tours (Spain)	www.ambasadortours.es	1									1			1					1			1	
Avial (Spain)	www.avial.es	1				1					1			1					1	34 91 44 7 8000		1	
Bales Worldwide (UK)	www.balesworldwide.com					1								1									
Bidon5 (Spain)	www.bidon5.es			1		1					1	1	1	1	1	1	1	1	1	915-476-126		1	
Boundless Journeys (USA)	www.boundlessjourneys.com	1				1					1									800-941-8010; 802-253-1840;		1	
Crillon Tours S.A. (USA)	www.001caca.com			1							1	1								888-710caca; 305-358-4353		1	
Cross-Cultural Solutions (USA)	www.crossculturalsolutions.org				1						1	1								800-380-4777; 914-632-0022		1	
Culture Xplorers (USA)	www.culturexplorers.com			1							1									866-877-2507		1	
Eco-Librium Sustainable Adventures (Can)	www.eco-libriumadventures.com				1						1									705-849-4048		1	
Global Exchange (USA)	www.globalexchange.org			1		1					1									415-255-7296		1	
Hausser Exkursionen (Ger)	www.hausser-exkursionen.de		1											1	1	1	1	1	1	49 (89) 23 50 06 0		1	
I-to-I (UK)	www.i-to-i.com				1						1									800-965-4852		1	
KE Adventure Travel (UK)	www.keadventure.com	1									1	1	1	1	1	1	1	1	1	USA: 800 497-9675; UK: 01768 7 73966		1	

Company	Website	Segment				Market				Destination						Telephone	Interviewed					
		Adventure	Backpack	Culture & CSR	Education & Volunteer	High-end	Return	North America+	UK	Netherlands	Germany	Spain	Nepal	Guatemala	Honduras			Nicaragua	Bolivia	Ecuador	Peru	
Keprri (Can)	www.keprri.com	1	1	1		1	1											1	1	514-667-3377	1	
Paso del Noroeste (Spain)	www.pasonoroeste.com	1	1	1							1									1	34 91 758 5551	1
Quest Worldwide (Can)	www.questnaturetours.com	1	1	1																1	800-387-1183	1
Servicio Civil Internacional (Spain)	www.orgsci.org/es/		1	1																1	+34913663259	1
Viajes Esports 10 (Spain)	www.esports10.com	1	1	1																1	902-550-140	
Viajes Responsables (Spain)	www.viajesresponsables.com		1	1																1	(34) 971713391	1
Vlieg & Vliets (Neth)	www.vliegenvliets.nl	1											1							1	+31 (0) 24-360 41 75	1
World Wide Active (Austria)	www.worldwideactive.at	1											1							1	+43 6245 77200	1
Adventure Alternative (UK)	www.adventurealternative.com	1																		1	+44(0)28708 31258	
Adventure Life Journeys (USA)	www.Adventure-Life.com												1	1						1	800-344-6118; 406-541-2677	
Adventure Smith Explorations (USA)	www.adventuresmithexplorations.com	1																		1	800-728-2875; 530-583-1775	
Adventures in Good Company (USA)	www.adventuresingoodcompany.com/area/Central-and-South-America																			1	877-439-4042	
Amazing Peru (USA)	www.amazingperu.com																			1	800-704-2915; 800-704-2949	

Company	Website	Segment				Market				Destination						Telephone	Interviewed						
		Adventure	Backpack	Culture & CSR	Education & Volunteer	High-end	Returne	North America+	UK	Netherlands	Germany	Spain	Nepal	Guatemala	Honduras			Nicaragua	Bolivia	Ecuador	Peru		
Amerika Venture (USA)	www.amerikaventure.com			1										1	1	1			1	1	866-679-7070; 450-451-0709		
Amerispaan (USA)	www.amerispaan.com				1									1	1	1					800-879-6640; 215-751-1100		
Andean Trails (UK)	www.andeantrails.co.uk	1							1												44 (0)131 467 7086		
Backroads (USA)	www.backroads.com	1					1												1	1	800-462-2848; 510-527-1555		
Baobab (UK)	www.baobab.nl			1	1																020 - 6275129		
Blue Parallel (USA)	www.blueparallel.com										1								1	1	US: 301-263-6670; 800-256-5307; UK: +44(0) 20-8819-3904		
cazenove + loyd (UK)	www.cazenoveandloyd.com													1							44 (0)20 7384 2332		
Class Adventure Travel (USA)	www.cat-travel.com										1	1									877-240-4770		
Colibri Umwelt Reisen (Colibri Environmental Trips) (Ger)	www.colibri-berlin.de													1							(03322) 1299-0		
Diamir (Ger)	www.diamir.de	1																			(0351) 31207-21		
Dim Sum (Neth)	www.dim-sum.nl			1																		030-230 08 47	
Dragoman (UK)	www.dragoman.com	1																					

Company	Website	Segment						Market							Destination						Telephone	Interviewed																
		Adventure	Backpack	Culture & CRT	Education & Volunteer	High-end	Nature	North America+	UK	Netherlands	Germany	Spain	Italy	France	UK	USA	Canada	Latin America	Europe	Asia			Africa	Oceania														
Duma Naturereisen (Duma Nature Trips) (Ger)	www.duma-naturereisen.de					1																			1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	+49 (0) 711 8366580	
Eagle Eye Tours (Can)	www.eagle-eye.com																																				800-373-5678; 250-342-8640	
Education First (USA)	www.ef.com			1																																	(+49) 30 203 47 200	
Elevate Destinations (USA)	www.elevatedestinations.com					1																															617-661-0203	
Exodus (USA)	www.exodus.co.uk	1																																			800-843-4274, 510-654-1879	
Explore Worldwide (USA)	www.explore.co.uk	1																																			0845 0 13 1539	
Fair Horizons Archaeologica Tours (USA)	www.fairhorizons.com			1																																	800-552-4575	
Fox Holidays (Neth)	www.fox.nl	1		1																																	(0252) 660000	
GAP Adventures (Can)	www.gapadventures.com	1																																			800-465-5600	
Gapforce (UK)	www.gapforce.org	1		1																																	(+44) (0) 207 384 3343	
GapYear.com (UK)	www.gapyear.com		1																																		44 (0)1473 230 766	
Gapyear365.com (USA)	www.gapyear365.com	1	1																																		202-657-6642	

Company	Website	Segment				Market				Destination						Telephone	Interviewed				
		Adventure	Backpack	Culture & CSR	Education & Volunteer	High-end	Return	North America+	UK	Netherlands	Germany	Spain	Nepal	Guatemala	Honduras			Nicaragua	Bolivia	Ecuador	Peru
Gebeco (Ger)	www.gebeco.de	1								1				1						0049 - (0) 431-5446-0	
Gecko's Grassroots Adventures (Aus)	www.geckoadventures.com	1						1						1	1	1	1	1		800-387-7902	
Geographic Expeditions (USA)	www.geox.com					1									1	1	1	1		415-922-0448	
Global Vision International (USA)	www.gvusa.com			1	1										1	1	1	1		888-653-6028	
Gullivers Travel Associates (GTA) (UK)	www.gta-travel.com/ef-europe.nth							1	1											212-843-9778	
Habitat for Humanity (USA)	www.habitat.org				1										1	1	1	1	1	800-422-4828	
Hands-up Holidays (UK)	www.handsupholidays.com			1	1			1	1						1					201-984-5372	
Intrepid Travel (USA)	www.intrepidtravel.com	1		1	1					1	1					1	1	1	1	866-847-8192	
Journey Latin America (UK)	www.journeyslatinamerica.co.uk										1					1	1	1	1		
Koning Aap (Neth)	www.koningaap.nl			1	1															020-7887700	
Contiki (USA)	http://contiki.com/	1	1	1						1	1									1-866-CONTIKI	
Kraas.nl (Neth)	www.kraas.nl	1		1																0900 9697 (15 qpm)	

Company	Website	Segment				Market				Destination						Telephone	Interviewed			
		Adventure	Backpack	Culture & CSR	Education & Volunteer	High-end	Nature	North America+	UK	Netherlands	Germany	Spain	Nepal	Guatemala	Honduras			Nicaragua	Bolivia	Ecuador
Kuoda Tours (USA)	www.inturkuoda.com					1		1								1	1	1	561-263-1727	
Kuoni Travel Holding Ltd (UK)	www.kuoni-group.com		1			1		1	1								1	1	(+41) 44 277 44 44	
Labrys (Neth)	www.labryreizen.nl		1						1							1			024 - 362 21 10	
Latin American Escapes (USA)	www.latinamericanescapes.com		1					1					1	1	1				800-510-5999	
Latin Discover (USA)	www.latindiscover.com	1						1	1										305-720-2539	
Lernidee Adventure Travel (Ger)	www.lernidee.de	1							1							1	1	1	030/786.0000	
Lindblad Expeditions (USA)	www.expeditions.com/index.asp					1													0 180 5 33 74 00	
Meirs Weltreisen (Ger)	www.meiers-weltreisen.de					1										1			0 180 5 33 74 00	
Miller Reisen (Ger)	www.miller-reisen.de					1										1	1	1	(07529) 9713-0	
Natural Habitat Adventures (USA)	www.nathab.com/latinamerica							1											800-543-6917; 303-449-3711	
Nature Expeditions International (USA)	www.natureexp.com	1	1			1	1	1											(800)-869-0639	
OARS (Outdoor Adventure River Specialists) (USA)	www.oars.com	1						1											800-346-6277; 209-736-4677	
Oasis Overland (UK)	www.oasisoverland.co.uk	1							1										(+44) 01963 363400	

Company	Website	Segment					Market					Destination					Telephone	Interviewed		
		Adventure	Backpack	Culture & CSR	Education & Volunteer	High-end	Return	North America+	UK	Netherlands	Germany	Spain	Nepal	Guatemala	Honduras	Nicaragua			Bolivia	Ecuador
Off the Beaten Path (USA)	www.offthebeatenpath.com	1		1			1						1						800-445-2995	
Oz Experience (AUS)	www.ozexperience.com	1	1				1	1	1	1									+61 (0)2 9213 1766	
Papaya Tours (Ger)	www.papayatours.de					1			1							1	1	1	+49 (0)221 - 35 55 77 0	
Peru Luxury Travel (USA)	www.peruluxurytravel.com					1		1								1	1	1	US: 866-753-9881; UK: 44.203.371.9763	
Raleigh International (UK)	www.raleighinternational.org	1		1				1					1	1	1				44 (0) 20 7183 1270	
Real Peru (UK)	www.realperu.co.uk			1				1										1	0113 216 1440	
Rikija Online (Neth)	www.rikijaonline.nl			1					1							1	1	1	071-579 01 01	
Row Adventures (USA)	www.ROWadventures.com	1	1					1										1	800-451-6034; 208-765-0841	
Royal Hansa Voyages & Cruises (Neth)	www.royalhansa.nl					1			1									1	020-398 93 89	
Sapa Pana (Neth)	www.sapanatravel.nl								1									1	073-610 62 04	
Sawadee (Neth)	www.sawadee.nl			1					1									1	020-420 22 00	
Shoestring Company (Neth)	www.shoestring.nl	1							1									1	020-685 02 03	
Snow Leopard Adventures (Neth)	www.snowleopard.nl	1	1						1									1	070-388 28 67	

Company	Website	Segment					Market					Destination						Telephone	Interviewed			
		Adventure	Backpack	Culture & CSR*	Education & Volunteer	High-end	Returne	North America+	UK	Netherlands	Germany	Spain	Nepal	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Bolivia			Ecuador	Peru	
SNP (Neth)	www.snp.nl	1		1					1			1					1	1	1	024-327 70 00		
Sommer Fernreisen (Ger)	www.sommer-fern.de					1					1						1	1	1	06533 919161		
Soul Adventures (USA)	www.souladventures.org			1						1									1	303-881-5185		
SRC (Neth)	www.src-cultuurvakanties.nl			1							1									050 -312 31 23		
STA Travel -G* A* P Responsible Tourism (USA)	www.statravel.com	1	1							1												
Stray Travel (UK)	www.straytravel.com	1	1							1	1	1	1	1						+64 (0) 9 526 2140		
Summum Reizen (Neth)	www.summum.nl			1						1							1	1	1	+31-20-421 55 55		
Terra Incognita Ecotours (USA)	www.ecotours.com					1				1	1						1	1	1	877-463-9756; 813-289-1049		
The Leap (UK)	www.theleap.co.uk			1						1									1	011-44 -1672 519922		
The World Outdoors (USA)	www.theWorldoutdoors.com	1								1	1								1	800-488-8483		
Thika Travel (Neth)	www.thikatravel.com					1													1	0346 -24 25 26		
Tiara Tours (Neth)	www.tiaratours.nl			1																076-565 28 79		
Tourismus Schlegg (Ger)	www.latinamerika.de	1				1													1			
Travel Trend (Neth)	www.traveltrend.nl	1																	?	?	?	0180 -39 33 33

Company	Website	Segment					Market						Destination						Telephone	Interviewed
		Adventure	Backpack	Culture & CSR*	Education & Volunteer	High-end	Returne	North America+	UK	Netherlands	Germany	Spain	Nepal	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Bolivia	Ecuador		
Tribes Travel (UK)	www.tribes.co.uk					1		1				1							01728 685971	
Vamonos Travels (Neth)	www.vamonos.nl					1		1			1							1	020-673 53 53	
Victor Emanuel Nature Tours (USA)	www.ventbird.com						1	1						1				1	800-328-VENT, 513-328-5221	
Viventura (Ger)	www.viventura.de	1								1						1	1	1	+49 30 6167558-0	
VNC Asia Travel (Neth)	www.vnc.nl			1					1			1							(030) 231 15 00	
Volunteer Adventures (US)	www.volunteeradventures.com			1				1										1	866-574-8606	
Voluntourism Ltd (UK)	www.responsibletourism.co.uk			1				1										1	01604 771009	
Wereld Contact (Neth)	www.wereldcontact.nl						1			1								1	0343 -53 05 30	
Wildland Adventures (USA)	www.wildland.com			1				1						1				1	800-345-4453; 206-365-0686	
Witness for Peace (USA)	www.witnessforpeace.org				1													1	202-547-6112	
World Wide Active (TUI) (Ger)	www.worldwideactive.at																	1	+43 / 6245 / 77200	
TOTAL	110 ITOs	39	8	43	22	21	31	57	41	25	17	4	34	39	28	21	43	73	80	20

* 13 of the 41 Cultural tour operators offer Community-Based Tourism products.
+ North America tour operators are based in Canada and / or the United States.

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD VIAJES Y TURISMO MUNDIAL Y AMERICA

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD VIAJES Y TURISMO MUNDIAL	
País	Posición
Suiza	1
Alemania	2
Francia	3
Austria	4
Suecia	5

Fuente: World Economic Forum, 2011.

Elaboración: Belén Mayorga

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD VIAJES Y TURISMO AMÉRICA

ÍNDICE DE COMPETITIVIDAD VIAJES Y TURISMO AMERICA	
País	Posición
Canadá	9
México	43
Costa Rica	44
Puerto Rico	45
Brasil	52
Panamá	56
Chile	57
Uruguay	58
Argentina	60
Jamaica	65
Perú	69
República Dominicana	72
Colombia	77
Guatemala	86
Ecuador	87
Honduras	88

Fuente: World Economic Forum, 2011.

Elaboración: Belén Mayorga

SOSTENIBILIDAD DEL MEDIO AMBIENTE 2011
AMÉRICA

País	Rank	Calificación
Puerto Rico	14	5,43
Costa Rica	25	5,14
Brasil	29	5,06
Barbados	30	5,06
Guayana	34	4,98
Canadá	35	4,98
Panamá	38	4,94
Nicaragua	55	4,76
El Salvador	63	4,63
Honduras	66	4,56
Uruguay	70	4,52
Chile	73	4,49
Ecuador	75	4,47
Colombia	77	4,41
Perú	79	4,38
República Dominicana	93	4,22
Venezuela	101	4,17
Estados Unidos	105	4,15
México	114	4,08
Jamaica	116	4,07
Guatemala	118	4,03
Paraguay	121	3,99
Bolivia	128	3,9
Argentina	130	3,84
Trinidad y Tobago	137	3,34

MAPA PLAYAS COSTA RICA



Fuente: World Economic Forum, 2011.

Elaboración: Belén Mayorga

PAQUETES TURÍSTICOS COSTA RICA

Paquetes Turísticos – Costa Rica Green Forest Tour Operator

Paquetes Turísticos	No. Días	Tarifa ocupación doble	Incluye
Observatorio de Aves	8 días	\$ 1.313,00	Avistamiento de aves donde el turista puede volar, visitas parques nacionales, selva tropical, caminatas, alimentación, hospedaje
Costa Rica Nuestro Camino	7 días	\$ 604,00	visitas parques nacionales, alimentación, automovil,
Lo mejor de Costa Rica	14 días	\$ 1.337,00	hospedaje en 6 hoteles diferentes a lo largo del paseo, alimentación, 10 días de renta de auto.
Maravillas en la Naturaleza	7 días	\$ 915,00	Alimentación todo incluido, hospedaje, tours parques naturales,

Fuente: Costa Rica Green Forest

Elaborado por: Belén Mayorga

Paquetes Turísticos – Vacaciones Costa Rica Paraíso Natural

Tour	No. Días	Precio	Incluye
Parque Nacional Tortuguero	2 días	\$ 155,00	Transporte autobus, traslado en bote, una noche de alojamiento, alimentación, guía bilingüe, visitas, impuestos hoteleros.
Combiando Tortuguero - Volcan Arenal	4 días	\$ 399,00	Traslado, hospedaje, alimentación, visitas según itinerario, impuestos hoteleros.
Volcan Arenal, aguas termales y refugio Caño Negro	3 días	\$ 284,00	Traslado, hospedaje, alimentación, tours, impuestos hoteleros.
Combinado Arenal y Parque Nacional Rincon de la Vieja	4 días	\$ 383,00	Traslado, hospedaje, alimentación, tours, impuestos hoteleros.
Combinado Playa Puerto Viejo – Volcan Arenal	4 días	\$ 359,00	Traslado, hospedaje, alimentación, tours, impuestos hoteleros.

Fuente: Vacaciones Costa Rica Paraíso Natural

Elaborado por: Belén Mayorga

PAQUETES TURÍSTICOS – PERÚ

Lugar	Días	Precio	Incluye
Paracas, Ballestas y Nazca, las maravillas de la costa del Sur	2 días	\$ 348,00	Tickets de Bus Lima / Ica / Lima Royal Class Ormeño . Sobrevuelo de las Lineas de Nazca , Los traslados, Tickets de ingreso a los lugares turísticos, Degustación de Pisco, Guía bilingüe inglés, español.
Celba Tops	3 días	\$ 198,00	Alojamiento, excursiones río Amazonas, alimentación
Fin de semana en los arboles de la Junga	3 días	\$ 395,00	Alojamiento, excursiones selva tropical, alimentación
Guacamayos en la Reserva Natural del Manu	4 días	\$ 1.199,00	Guías bilingües, biólogos / naturalistas , cocineros experimentados, trasportes terrestres y fluviales, vuelos ligeros de avión, todas las comidas, desde el desayuno en el primer día hasta el último, alojamientos cuando sea posible, equipo de camping de alta calidad, incluye colchonetas, Entrada al Parque Nacional, Visita al Macaw Lick, traslado al y del hotel en Cuzco
Caminata alternativa a Machu Picchu	4 días	\$ 330,00	Transporte turístico Cusco/ Soraypampa y tren backpacker de Aguas Calientes a Cusco, comidas (3 desayunos, 3 almuerzos y 3 cenas). Equipo de camping: colchones, carpas y cocina. Caballos y mulas para transportar la comida y el equipo de camping. Guía Profesional. Una noche en un hostel de categoría 2 estrellas en Aguas Calientes. Opcional: Comida para vegetarianos.

Fuente: Ecotravel Perú

Elaborado: Belén Mayorga

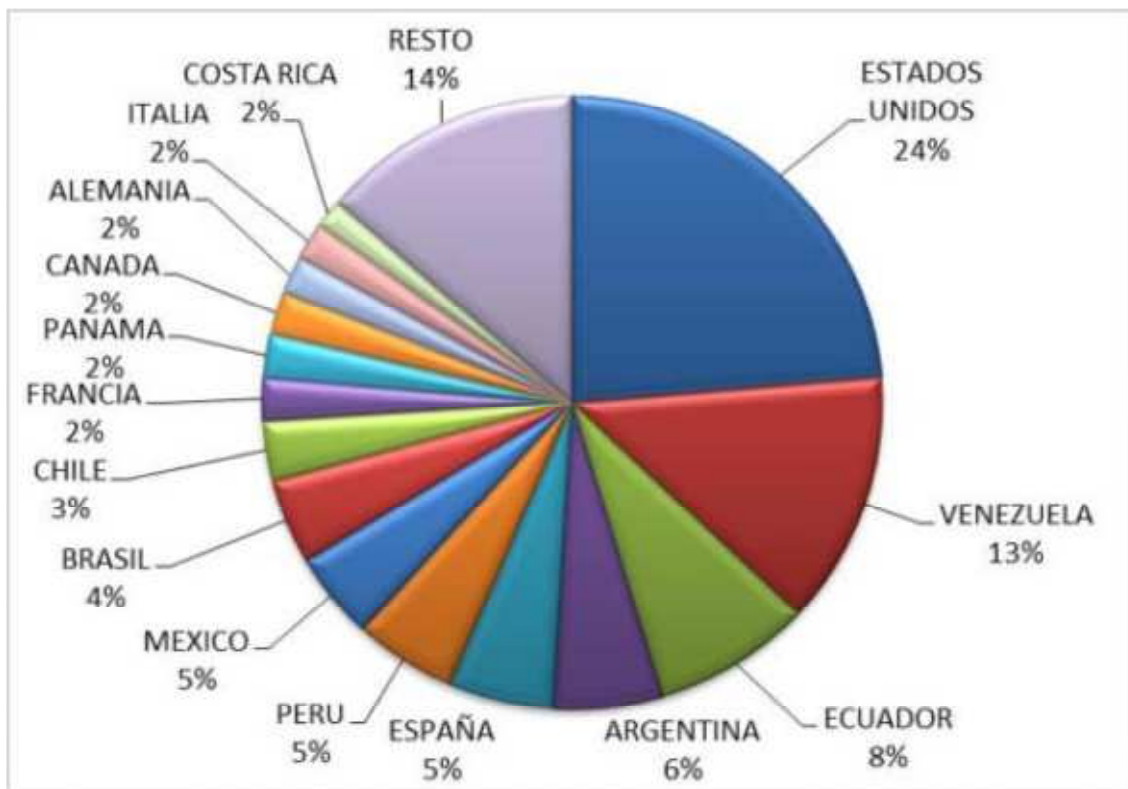
Paquetes Turísticos – Perú Tours Explorer

Lugar	Días	Precio	Incluye
Tingo María	3 días	330,22	<ul style="list-style-type: none"> • Traslado, alojamiento en hotel 3 estrellas, excursiones a lo largo de la selva, cascadas, alimentación. • Traslado desde su domicilio u hotel al terminal de bus • Traslados In/Out en Huancayo. • Bus de itinerario Lima / Huancayo / Lima, transportes Cruz del Sur o Junín. • Tours en auto o combie servicio compartido. • 02 Noches de Alojamiento con desayunos continentales. • 02 Almuerzos según programa. • Guiado en castellano. Otros idiomas consulta precios. • Entradas y atención personalizada.
El Valle de Huancayo	3 días	348,53	<ul style="list-style-type: none"> • Traslado desde su domicilio u hotel al terminal de bus • Ticket en bus simple sin baño Lima /Oxapampa / Lima, Transportes Junin • Ticket en combie de Oxapampa/Pozuzo/Oxapampa • Tours en auto o combie servicio compartido. • Tours guiados, entradas y atención personalizada. • 02 noches de alojamiento en Pozuzo con desayunos. • Guiado en castellano. Otros idiomas consulta precios.
Pozuzo - Oxapampa	4 días	336,81	

Fuente: Perú Tours Explorer

Elaborado: Belén Mayorga

LLEGADAS VISITANTES INTERNACIONALES 2010



Fuente: DAS Departamento Administrativo de Seguridad
Elaborado por: Ministerio de Comercio, Industrias y Turismo

PARQUES Y RESERVAS NATURALES - COLOMBIA

Región Amazonas	Región Pacífico
ALTO FRAGUA INDI WASI	GORGONA
AMACAYACU	MUNCHIQUE
CAHUINARI	UTRIA
LA PAYA	GALERAS
RIO PURE	ISLA DE LA COROTA
NUKAK	MALPELO
SIERRA DE LA MACARENA	TATAMA
CORDILLERA DE LOS PICACHOS	LOS KATIOS
Región Caribe	PURACE
LOS CORALES DEL ROSARIO Y SAN BERNARDO	Región Andina
MACUIRA	LOS NEVADOS
OLD PROVIDENCE MC BEAN LAGOON	TAMA
SIERRA NEVADA DE SANTA MARTA	LOS ESTORAQUES
TAYRONA	IGUAQUE
LOS COLORADOS	GUANENTA-ALTO RIO FONCE
LOS FLAMENCOS	OTUN-QUIMBAYA
ISLA DE SALAMANCA	CHINGAZA
PARAMILLO	EL COCUY
Región Orinoquía	PISBA
EL TUPARRO	SUMAPAZ
CHINGAZA	NEVADO DEL HUILA
EL COCUY	LOS KATIOS
PISBA	PURACE
SUMAPAZ	PARAMILLO
	CUEVA DE LOS GUACHAROS
	SERRANÍA DE LOS CHURUMBELOS AUKA WASI

Fuente: Colombian Paradise

Elaborado por: Belén Mayorga

PAQUETES TURÍSTICOS - COLOMBIA

Lugar	Estadía	Precio	Incluye
Providencia	2 noches	\$ 509,40	alojamiento en cómodas habitaciones con aire acondicionado a partir de acomodación doble, alimentación de acuerdo al plan elegido (Desayuno y cena), seguro Hotelero.
Parque Nacional Amacayacu	2 noches	\$ 539,40	Tiquetes Aéreos Colombia-Leticia-Colombia, traslados Aeropuerto-Hotel-Aeropuerto, desayuno y Cena, city Tour por Leticia, paseo en Bicicleta Por Tabatinga, fogata con el Chamán Karihona
Playa El Almejal	3 noches	\$ 423,00	Traslados terrestres aeropuerto-ALMEJAL-aeropuerto, alojamiento en cabañas independientes con baño privado, desayunos, almuerzos y cenas diarias, acuarios naturales, seguro Hotelero e IVA
Carpurganá	3 noches	\$ 708,00	Tiquete aéreo ruta Medellín-Capurganá-Medellín vía Searca Lunes y viernes únicamente, alojamiento en habitación con aire acondicionado, alimentación completa tipo bufé y cena opcional a la carta, licores nacionales y bebidas ilimitadas de 8 am hasta las 12 de la noche, lecciones de buceo en la piscina incluido el equipo básico, Iva y seguro hotelero, recreación diaria dirigida

Fuente: Colombia tu destino

Elaborado por: Belén Mayorga

Paquetes Turísticos - Colombia

Lugar	Estadía	Precio	Incluye
Ecoturismo Ecolodge Piedra Piedra	4 días	396	Alojamiento, alimentación completa: desayuno, almuerzo y cena, refrigerios Transporte lancha Nuquí- Hotel- Nuquí Excursión guiada por la selva Tour en baños termales naturales Tour Cascadas – Cascada del amor
Ecoturismo Ixtlan - Planes	3 noches	339	Alojamiento, alimentación, transporte, tours por la selva, visita cascadas
Expedición Verde Selva	3 días	269,1	Alojamiento, alimentación, transporte, tours por la selva

Fuente: Colombia Contact

Elaborado por: Belén Mayorga

PAQUETES TURÍSTICOS - MÉXICO

Lugar	Días	Precio	Incluye
Selva Lacandona (rafting)	3 días	301,18	Transportación terrestre durante todo el recorrido en camioneta con aire acondicionado. Los alimentos señalados, dos noches de hospedaje en el Campamento Río Lacanjá, recorrido en balsa sobre el río Lacanjá, equipo de río (remos, chalecos, cascos, etc.), transportación en lancha para visitar el sitio arqueológico de Yaxchilan, entradas para visitar los sitios arqueológicos de Yaxchilan, Bonampak y Palenque, entradas al Parque Nacional de Palenque y las cascadas de Misol-ha y Agua azul, Guía especializado durante todo el recorrido, seguro de gastos médicos.
Selva Lacandona (kayaks)	4 días	407	Transportación terrestre durante todo el recorrido en camioneta con aire acondicionado, alimentación, una noche en tienda de campaña junto al río Lacantum en el Campamento Ixcan, dos noches de hospedaje en el Campamento Río Lacanjá, recorrido en kayak sobre el río Lacantum, equipo de río (remos, chalecos, bolsas secas etc.), equipo de campamento (tiendas, colchones, cobijas, etc.), transportación en lancha de motor para visitar el sitio arqueológico Yaxchilan, entradas a los sitios arqueológicos de Chincultik, Yaxchilan, Bonampak y Palenque, entradas a los Parques Nacionales de Lagos de Montebello y Palenque, seguro de gastos médicos, Guía especializado durante todo el recorrido.
Tour selva Lacandona (kayak y rafting)	5 días	488,4	Transportación terrestre durante todo el recorrido en camioneta con aire acondicionado, alimentación, una noche en tienda de campaña junto al río Lacantum en el Campamento Ixcan, tres noches de hospedaje en el Campamento Río Lacanjá, recorrido en kayak sobre el río Lacantum, recorrido en balsa sobre el río Lacanjá, equipo de río (remos, chalecos, cascos, etc.), equipo de campamento (tiendas, colchones, cobijas, etc.), transportación en lancha para visitar Yaxchilan, entradas para visitar los sitios arqueológicos de Chincultik, Yaxchilan, Bonampak y Palenque, entradas a los Parques Nacionales de Lagos de Montebello y Palenque y cascadas de Misol-ha y Agua azul, Guía especializado durante todo el recorrido, seguro de gastos médicos mayores.

Fuente: Naturaleza en Chapas

Elaborado: Belén Mayorga

Lugar	Días	Precio	Incluye
Tour Chichén Itzá plus, México	1 días	\$ 75,00	<ul style="list-style-type: none"> • Guía certificado • Entradas al cenote y a la zona arqueológica de Chichén Itzá • Bebidas a bordo del autobús, • Café y pan al abordar. • Comida buffet sin bebidas en el restaurante. • En los días del EQUINOCCIO DE PRIMAVERA u OTOÑO nos quedamos a verlo y regresamos 40 minutos más tarde.
Tour La Jungla Maya en Riviera Maya	1 días	\$ 84,00	<ul style="list-style-type: none"> •Transportación redonda en camioneta A/A •Trayecto en la selva en vehículo 4X4 •Guía especializado en actividades de aventura •Equipo completo para tirolesas (canopy) y snorkel en cenotes •Toalla •Comida, agua embotellada, refrigerios de fruta •Repelente
Tour Tulum Xel-Ha, México	1 día	\$ 99,00	<ul style="list-style-type: none"> • El parque de Xel ha cuenta con el plan de Todo Incluido : Alimentos y bebidas Ilimitadas, equipo de snorkel, casilleros, toallas, bicicletas, flotadores, kayaks y área de juegos para niños. • La entrada a Tulum. • El guía

Fuente: Ecoturismo Cancún

Elaborado: Belén Mayorga