Macro Proyecto de inversión

Para la reactivación productiva del sector Turismo

DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL

(Manabí -Esmeraldas sur)

2020-2023

Entidad Ejecutora

Ministerio de Turismo

Febrero 2020

Con el apoyo de la Unión Europea y el consorocio Agrer - TYPSA

Contenido

Índice de Tablas iv

Índice de Ilustraciones vi

Abreviaciones vii

1. DATOS INICIALES DEL PROYECTO 1

1.1 Tipo de solicitud de dictamen 1

1.2 Nombre Proyecto 1

1.3 Entidad (UDAF) 1

1.4 Entidad operativa desconcentrada (EOD) 1

1.5 Sector, subsector y tipo de inversión 1

1.6 Plazo de ejecución 2

1.7 Monto total 2

1.8 Metodología y proceso de formulación de este proyecto 2

2. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA 3

2.1 Descripción de la situación actual del sector, área o zona de intervención y de influencia por el desarrollo del proyecto 3

2.1.1 Tendencias del sector turismo a nivel global 3

2.1.2 La evolución y tendencias del turismo a nivel de Ecuador 4

2.1.2 La situación del turismo a nivel de Ecuador 6

2.1.3 La situación del turismo en Manabí y Esmeraldas sur. 8

2.2 Identificación, descripción y diagnóstico del problema 12

2.2.1 Competitividad turística en las provincias de Manabí y Esmeraldas sur 12

2.2.2 Análisis FODA del macro destino Pacífico Equatorial 15

a) FORTALEZAS 15

b) DEBILIDADES 16

c) OPORTUNIDADES 16

d) AMENAZAS 17

2.2.3 Diagnóstico del problema 17

2.3 Línea base del Proyecto 23

2.4 Análisis de Oferta y Demanda 23

2.4.1 Análisis de la oferta y las diversas funciones de la cadena 23

2.4.2 Contexto de las funciones de la cadena, gestionadas desde el macro destino 27
2.4.3 Función atractivos y productos turísticos.....34
2.4.4 Demanda turística 39
3. ARTICULACIÓN CON LA PLANIFICACIÓN 60
3.1 Alineación Objetivo estratégico institucional 60
3.2 Contribución del Proyecto a la meta del Plan Nacional de Desarrollo 60
4. MATRIZ DE MARCO LÓGICO.....62
Orientación estratégica del Plan de desarrollo del destino Pacífico Equatorial al 2030 62
4.1 Objetivo General y objetivos específicos 63
4.2 Indicadores de resultado 63
4.3 Marco lógico 64
4.3.1 Anualización de las metas de los indicadores del propósito 69
5. ANÁLISIS INTEGRAL 70
5.1 Viabilidad técnica 70
5.1.1 Descripción de la Ingeniería del Proyecto y especificaciones técnicas 72
5.1.2 Especificaciones técnicas.....80
5.2 Viabilidad financiera fiscal.....85
5.2.1 Metodologías utilizadas para el cálculo de la inversión total, costos de operación y mantenimiento e ingresos. 86
5.2.2 Identificación y valoración de la inversión total, costos de operación y mantenimiento e ingresos.....90
5.2.3 Flujo financiero fiscal.....93
5.2.4 Indicadores financieros fiscales 94
5.3 Viabilidad económica 94
5.3.1 Metodologías utilizadas para el cálculo de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios. 94
5.3.2 Identificación y valoración de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios. 95
5.3.3 Flujo económico 98
5.3.4 Indicadores económicos.....99
5.4 Viabilidad ambiental y sostenibilidad social 99
5.4.1 Análisis de impacto ambiental y riesgos.....99
5.4.2 Sostenibilidad social 99

6. FINANCIAMIENTO Y PRESUPUESTO 101
7. ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN 103
7.1 Estructura operativa 103
7.2 Arreglos institucionales y modalidad de ejecución 112
7.3 Cronograma valorado por componentes y actividades 113
7.4 Demanda pública nacional plurianual 118
8. ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN 122
8.1 Seguimiento a la ejecución 122
8.2 Evaluación de resultados e impactos 122
8.3 Actualización de línea base 122
Anexo 1: Cuadro de áreas protegidas en el DPE 123
Anexo 2: Facilidades turísticas macro destino 124
Anexo 3 Resumen de afluencia nacional de turistas a Manabí y Esmeraldas 125
Anexo 4: Proyección de ocupación hotelera sin proyecto y con proyecto 126
Anexo 5: Escenarios de crecimiento de la ocupación hotelera 129
Anexo 6: Proyección de generación de ingresos de las empresas turísticas 131

Índice de Tablas

Tabla 1. Sector y tipo de proyecto. 1
Tabla 2. Tipología de intervención. 1
Tabla 3. Monto de Inversión del Proyecto con fondos UE 2
Tabla 4. Llegada anual de turistas internacionales a Ecuador 5
Tabla 5. Caracterización de 16 cantones del DPE 2020 -2023 11
Tabla 6. INEC: Empleo registrado por tamaño de empresa 12
Tabla 7. Pilares del Índice de Competitividad Turística en las provincias de Manabí y en Esmeraldas sur 13
Tabla 8. Metas estratégicas, línea base y visión al 2030 en el destino Pacífico Equatorial 23
Tabla 9. Canales 24
Tabla 10. Productos turísticos del núcleo Esmeraldas sur 36
Tabla 11. Productos turísticos del núcleo Manabí norte 37
Tabla 12. Productos turísticos del núcleo Manabí centro sur 38
Tabla 13. Llegada de turistas 39
Tabla 14. Turistas internacionales según género 39
Tabla 15. Turistas internacionales según edad 40
Tabla 16. Turistas internacionales en Ecuador según nacionalidad (ranking) 40
Tabla 17. Llegadas internacionales a Ecuador en 2018 41
Tabla 18. Clasificación de turistas según nivel de gasto (2017) 42
Tabla 19. Distribución de turistas internacionales por meses 43
Tabla 20. Llegadas de internacionales al cantón Manta 45
Tabla 21. Llegada de turistas por cruceros (1997-2016) 46
Tabla 22. Llegadas de turistas nacionales a Manabí 46
Tabla 23. Regiones de origen de turismo nacional en Manabí 47
Tabla 24. Entradas en áreas protegidas de Manabí 47
Tabla 25. Turistas internacionales en Manabí según nacionalidades (ranking ordenado por datos 2019) 50
Tabla 26. Llegadas de turistas internacionales a la provincia de Esmeraldas 51
Tabla 27. Vías de ingreso de turistas internacionales en Esmeraldas 51
Tabla 28. Vuelos y pasajeros en el aeropuerto de Tachina 52
Tabla 29. Llegadas de turistas nacionales en Esmeraldas 52
Tabla 30. Regiones emisoras de turismo nacional 53
Tabla 31. Entradas a áreas protegidas de Esmeraldas 53
Tabla 32. Tipologías de turismo y oportunidades para el destino Pacífico Equatorial 55
Tabla 33. Estructura y gasto de los principales mercados internacionales emisores de turismo en Ecuador 57
Tabla 34. Retos y oportunidades para los principales mercados internaciones emisores de turismo en Ecuador 58
Tabla 35. Mercados priorizados para Ecuador 59
Tabla 36. Núcleo, subproyectos priorizados o recomendados 82
Tabla 37. Inversión y costos de operación y mantenimiento 91
Tabla 38. Ingresos financieros fiscales 92
Tabla 39. Escenarios 96
Tabla 40. Ingresos económicos 97
Tabla 41. Población beneficiaria 100
Tabla 42. Financiamiento y Presupuesto 101

Tabla 43. Estructura del Consejo de Desarrollo y Promoción Turística 104
Tabla 44. Estructura del Comité Técnico 105
Tabla 45. Estructura de la Dirección Ejecutiva.....106
Tabla 46. Estructura de las OGD 109
Tabla 47. Arreglos institucionales.....112
Tabla 48. Cronograma valorado por componentes y actividades mensualizado del primer año 113
Tabla 49. Cronograma valorado por componentes y actividades anual 115
Tabla 50. Demanda pública nacional plurianual.....118
Tabla 51. Plan de seguimiento y evaluación.....122
Tabla 52. Áreas protegidas en el DPE 123
Tabla 53. Facilidades turísticas macro destino 124
Tabla 54. Resumen de afluencia nacional de turistas a Manabí y Esmeraldas 125
Tabla 55. Proyección de la Ocupación Promedio Anual Hotelera de los Alojamientos de 3, 4 y 5 estrellas del Destino Pacífico Equatorial (Sin Generadores de Demanda).....126
Tabla 56. Proyección de la Ocupación Promedio Anual Hotelera de los Alojamientos de 3, 4 y 5 estrellas del Destino Pacífico Equatorial (Con Generadores de Demanda) 127
Tabla 57. Aportes al Fondo del DPE proveniente de la Tasa de Facilidades y Servicios Turísticos (Medio) ..128
Tabla 58. Escenarios de crecimiento de la ocupación hotelera 129
Tabla 59. Proyección del PIB Alojamiento y servicios de comida (Millones de US$) a nivel nacional.....131

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1. proceso de formulación de este proyecto 3
Ilustración 2. Evolución de llegadas de turistas internacionales 6
Ilustración 3. Mapa de zonas afectadas por el terremoto del 16 abril 2016 8
Ilustración 4. 16 cantones que conforman el DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL.....10
Ilustración 5. Árbol de problemas 22
Ilustración 6. Composición de la planta turística del macro destino 28
Ilustración 7. Composición del empleo turístico en el macro destino 28
Ilustración 8. Centros de distribución turística 35
Ilustración 9. Distribución de llegadas de turistas nacionales a Manabí durante 2017 48
Ilustración 10. Distribución de llegadas de turistas nacionales a Manabí durante 2018 48
Ilustración 11. Distribución de llegadas de turistas nacionales a Esmeraldas durante 2017 54
Ilustración 12. Distribución de llegadas de turistas nacionales a Esmeraldas durante 2018 54
Ilustración 13. Ejes estratégicos del Plan Desarrollo Turístico Sostenible Pacífico Equatorial 2030 62
Ilustración 14. Esquema de la gobernanza propuesta para el Destino Pacífico Equatorial 103
Ilustración 15. Estructura del Fideicomiso Fondo de Desarrollo y Promoción Turístico del Destino Pacífico Equatorial 104
Ilustración 16. Estructura de las OGD 109
Ilustración 17. Destinos Priorizados – Mesas de Competitividad Turística 111

Abreviaciones

ASOSERALSACAN	Asociación de Servicios de Alimentación de la Comuna Sancán
BHA	Aeropuerto Los Perales
BPM	Buenas Prácticas de Manejo
CNRS	Centro Nacional de Investigación Científica de Francia
DPE	Destino Pacífico Equatorial
ESCNNA	Estrategia de prevención de la explotación sexual en niños, niñas y adolescentes, asociada a viajes y turismo
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado
GADs	Gobiernos Autónomos Descentralizados
GSTC	Consejo Global de Turismo Sostenible
MAAC	Museo Antropológico y de Arte Contemporáneo
MAE	Ministerio del Ambiente
MAPANOR	Mancomunidad Pacífico Norte de Manabí
MINTUR	Ministerio de Turismo
OGD	Organización de Gestión de Destino
OGDs	Organizaciones de Gestión de Destinos
OPTUR	Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador
PLANDETUR	Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador hacia el año 2020
Ppd	Promedio por persona por día
RIMISP	Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural
SIG	Sistema de Información Geográfica
TTCR	The travel an Tourism Competitiveness Report 2019
USFQ	Universidad San Francisco de Quito

1. DATOS INICIALES DEL PROYECTO

1.1 Tipo de solicitud de dictamen

Dictamen de prioridad y dictamen de aprobación

1.2 Nombre Proyecto

Macro Proyecto de inversión para la reactivación productiva del sector Turismo DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL -DPE (Manabí -Esmeraldas sur)

1.3 Entidad (UDAF)

Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR)

1.4 Entidad operativa desconcentrada (EOD)

Subsecretaría de Gestión y Desarrollo del MINTUR

1.5 Sector, subsector y tipo de inversión

Tabla 1. Sector y tipo de proyecto.

Macro Sector	Sector	Código	Subsector
Fomento a la Producción	Fomento a la Producción	C1605	Turismo

Elaborado por: Equipo consultor UE

Tabla 2. Tipología de intervención.

COD	Tipología	Actividades relacionadas
T01	Infraestructura	Fondo iniciativas / convocatoria, reglamento, convenio
T02	Equipamiento	Fondo iniciativas/ convocatoria, reglamento, convenio
T03	Servicios	Capacitación
T04	Estudios	Análisis, diagnóstico, investigación

Elaborado por: Equipo consultor UE

1.6 Plazo de ejecución

El proyecto se ejecutará en 36 meses. A partir del 1 de julio 2020 hasta 30 de junio de 2023

1.7 Monto total

El monto total del proyecto es de US$ 12.828.950 cuyas fuente de financiamiento proviene de recursos fiscales con apoyo presupuestario de la Unión Europea US$ 11´288.700 y aportes de terceros US$ 1.540.250

El monto del proyecto se divide anualmente como se detalla a continuación:

Tabla 3. Monto de Inversión del Proyecto con fondos UE

Años	Monto US$
1 jul 2020-jun 2021	5.670.150
2 jul 2021-jun 2022	5.761.900
3 jul 2022-jun 2023	1.396.900
Total inversión	**12.828.950**

Elaborado por: Equipo consultor UE

Este proyecto se orienta a **promover la reactivación productiva del sector turismo en la zona más afectada por el terremoto de 2016**, la cual involucra 16 cantones:

- En **ESMERALDAS SUR:** tres cantones: Esmeraldas, Atacames y Muisne.
- En **MANABÍ NORTE**: seis cantones: Pedernales, Jama, San Vicente, Sucre, Chone y Bolívar.
- En **MANABÍ CENTRO SUR**: siete cantones de: Rocafuerte, Jaramijó, Manta, Montecristi, Portoviejo, Jipijapa y Puerto López

1.8 Metodología y proceso de formulación de este proyecto

Esta propuesta ha sido formulada por el equipo consultor de la UE, desde septiembre 2019 hasta Marzo 2020, mediante un **proceso participativo y de constante consulta a los actores.** El proceso incluyó diversas etapas que mencionamos a continuación:

- **Etapa preparatoria** con reuniones de arranque con MINTUR, taller de diseño, elaboración de formato guía de entrevistas, zonificación geográfica, programación de entrevistas, revisión de documentación y estadísticas.
- **Etapa de diagnóstico**, con realización de **entrevistas profundas a 90 actores**, **entrevistas a 21 operadores en el Travel Mart 2019**, análisis de la oferta, demanda, institucionalidad, funciones de apoyo, reglas y entorno. Análisis FODA. Análisis de cadena. Procesamiento y sistematización de diagnóstico.
- **Etapa de Planificación,** con **tres talleres de retroalimentación a diagnóstico con 150 participantes** (uno por zona), intercambio sobre mecanismos de gobernanza, orientación del Plan DPE 2030 y prioridades proyecto SENPLADES. **Dialogo individualizado con los Alcaldes**.
- **Generación de productos:** a) diagnóstico, b) mecanismo de gobernanza, c) propuesta de acuerdo estratégico, d) Plan de desarrollo del DPE al 2030 y e) Proyecto SENPLADES 2020-2023

A continuación se presenta gráficamente el proceso:

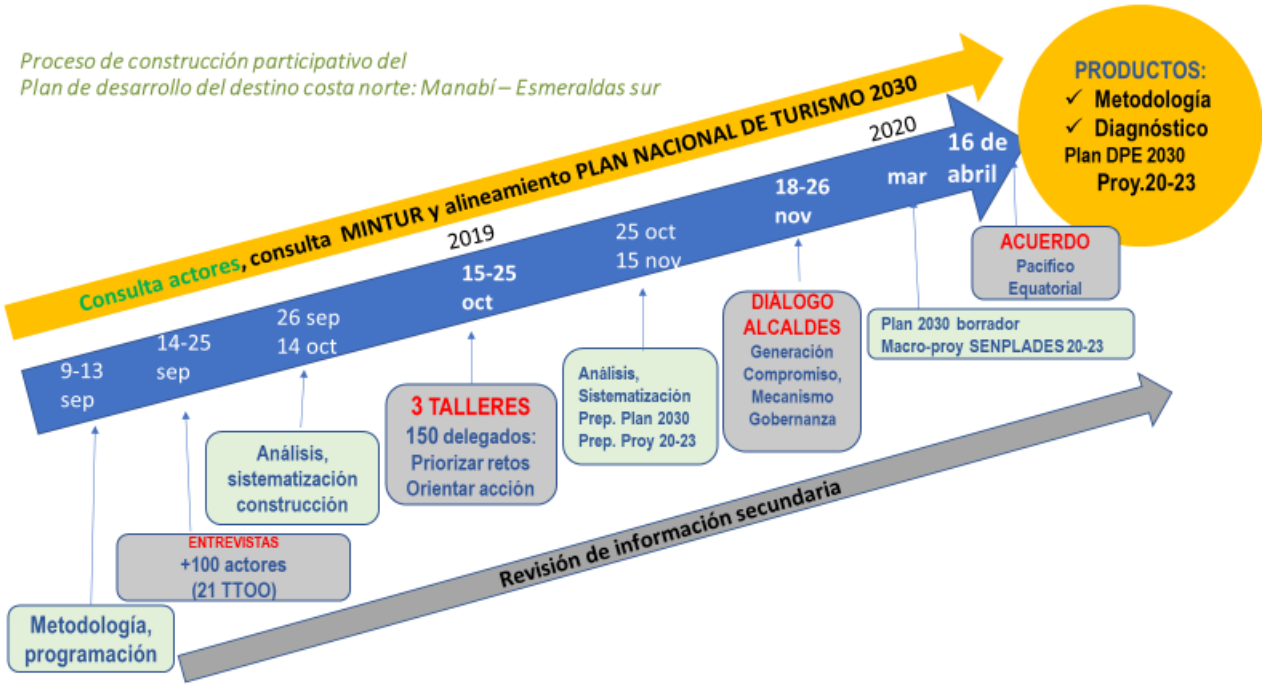

Ilustración 1. proceso de formulación de este proyecto

Elaborado por: Equipo consultor UE

2. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMA

2.1 Descripción de la situación actual del sector, área o zona de intervención y de influencia por el desarrollo del proyecto

2.1.1 Tendencias del sector turismo a nivel global.

El Turismo es un sector de alto crecimiento y contribuye con el **10% del PIB mundial,** genera 1 de cada 10 empleos en el mundo y representa el 7% de las exportaciones mundiales.

La OMT proyecta en su informe Tourism Towards 2030 un crecimiento global del 3.3% promedio anual en llegadas de turistas internacionales para el período 2010 a 2030, siendo la estimación para **países emergentes un crecimiento del 4.4% anual** y para países desarrollados 2.2% anual.

El turismo a nivel global vive una evolución **constante**, por varios factores, entre ellos:

- el acceso a la tecnología cada vez más avanzada que acerca a los oferentes con los demandantes,
- la sofisticación de la demanda, que busca experiencias personalizadas y de calidad,
- la búsqueda de modelos de negocio más respetuosos con el medio ambiente, que sigan pautas de producción y consumo responsables y que sean certificados como sostenibles.
- La necesidad de inclusión de los actores del territorio y una mejora del entorno social del destino.

Las tendencias del mercado turístico internacional ya no permiten el posicionamiento sólido de un destino, en ninguna parte del mundo, si no muestra indicadores claros de sostenibilidad e inclusión, acompañados de medidas y evidencias que los garanticen ante los intermediarios y ante los propios turistas.

La Organización Mundial del Turismo define al ***turismo sostenible*** como ***"El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas"***.

De acuerdo con el Informe de Competitividad de Viajes y Turismo (ICVT) 2019[1], reporte generado cada dos años por el Foro Económico Mundial[2], se menciona que:

América del Sur, tiene la calificación más alta para los recursos naturales del mundo y es conocida por su abundante vida silvestre. También tiene **ricos activos culturales, incluida una fuerte tradición deportiva y de entretenimiento**. Para ayudar a facilitar el flujo de visitantes a estos y otros puntos de destino están la infraestructura de servicios turísticos por encima del promedio, la apertura internacional y la competitividad de precios, que es el área más mejorada de la subregión. Sin embargo, dadas estas fortalezas, América del Sur tiene una **economía de viajes y turismo (V&T) relativamente pequeña**, definida por la llegada desproporcionadamente baja de turistas internacionales, lo que ayuda a explicar la **dependencia de la subregión en los mercados nacionales**. Esto puede deberse a la infraestructura de transporte aéreo y terrestre poco desarrollada de América del Sur, que socava la accesibilidad, siendo la infraestructura terrestre la mayor desventaja de la subregión en relación con el promedio mundial.

Además, América del Sur obtiene el **puntaje más bajo para el entorno empresarial**, disuade la inversión en V&T y tiene **malas condiciones de seguridad**, lo cual es una consideración particularmente importante para los viajeros internacionales. América del Sur también tiene una **sostenibilidad ambiental por debajo del promedio**, causada principalmente por la deforestación, la pérdida de hábitat y una regulación y aplicación ambiental relativamente laxa, lo que explica potencialmente su liderazgo en declive en los recursos naturales. Sin embargo, la región ha avanzado para mitigar estos inconvenientes, y el desempeño en todos los pilares relevantes ha mejorado desde el informe anterior. Además, el liderazgo de la región en torno a la apertura y competitividad de precios ha crecido.

2.1.2 La evolución y tendencias del turismo a nivel de Ecuador

Conforme lo menciona el Plan Nacional de Turismo 2030, **el turismo es una apuesta estratégica del Gobierno Nacional**, capaz de constituirse en la segunda fuente de ingresos no petroleros y más allá de ello, con la capacidad de generar un modelo más inclusivo, fundamentado en el conocimiento de las potencialidades de los territorios y de su gente. Es decir una economía basada en los servicios.

Sin embargo, actualmente, la mayor parte de destinos de Ecuador siguen un modelo de desarrollo turístico establecido hace décadas, el mismo que no permite una efectiva gestión sostenible desde los territorios. Por ello, en el 2019, el país mantiene las mismas debilidades, por ejemplo, en su sistema de gobernanza, caracterizado por la concentración de acciones subordinadas a una política dependiente del centralismo. Dicho sistema incrementa la brecha de credibilidad entre el sector público y privado por falta de

[1] https://www.weforum.org/reports/the-travel-tourism-competitiveness-report-2019

[2] Basado en el análisis de 14 pilares y 90 indicadores sobre un puntaje de máximo de 7.

implementación de programas y proyectos en zonas de gran potencial para el desarrollo turístico especialmente del perfil costero de la nación.

- El turismo es el **tercer rubro generador de divisas no petroleras del país**, en el 2018 ingresó por este concepto USD 1´878,6 millones y **contribuye de manera directa con 2.8% al PIB nacional**[3]. El turismo tiene un potencial de crecimiento importante si se pone en valor los importantes atractivos identificados que presentan ventajas comparativas y se mejora la gestión territorial para llevar a la práctica la política y mejorar la competitividad.

- Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo 2019, las industrias turísticas contribuyen con un total absoluto de **522.508 empleos y representan el 6.6% del empleo nacional**[4].

- Existe una tendencia creciente en la llegada de turistas internacionales a Ecuador, en los últimos 10 años, conforme se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla 4. Llegada anual de turistas internacionales a Ecuador

CONCEPTO	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Llegadas totales	968.499	1.047.098	1.141.037	1.271.901	1.364.057	1.556.991	1.544.463	1.418.159	1.608.473	2.427.660	2.043.993
Variación con respecto al año anterior		8,12%	8,97%	11,47%	7,25%	14,14%	-0,80%	-8,18%	13,42%	50,93%	-15,80%
	2009	**2010**	**2011**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Llegadas de turistas sin contar las llegadas desde Venezuela	939.083	1.015.540	1.102.729	1.226.200	**1.262.414**	1.437.228	1.438.930	1.315.540	1.320.501	1.471.698	**1.534.708**
Variación con respecto al año anterior		**8,14%**	**8,59%**	**11,20%**	**2,95%**	13,85%	**0,12%**	-8,58%	0,38%	**11,45%**	**4,28%**
Crecim Prom. 2009-2019 5,03%	939.083	986.362	1.036.020	1.088.179	1.142.964	1.200.507	1.260.948	1.324.431	1.391.110	1.461.146	1.534.708
Crecim Prom 2009-2015 7.37%	939.083	1.008.308	1.082.636	1.162.443	1.248.134	1.340.141	1.438.930	1.545.002	1.658.892	1.781.179	1.912.480
Fuente: web MINTUR / cifras	*NOTA: Tasa de crecimiento de 2014 es resultado de campaña all you need is Ecuador*						Crecimiento 2009 2019 (10 años) con terre				63,43%
Elaboración: propia							Crecimiento promedio anual (2009-2019)				5,03%
							Crecimiento promedio anual (2009-2015)				7,37%

Fuente: MINTUR portal WEB
Elaboración: propia

a) la tasa promedio anual de crecimiento de la llegada de turistas de los últimos 10 años (2009 -2019), sin considerar Venezuela, es del **5,03%**. Este período incluye el impacto del terremoto de 2016 que causó importante reducción en la llegada de turistas entre 2016 y 2017.

b) Cabe resaltar que la inversión de MINTUR en la campaña de marketing "all *you need is Ecuador" que inició en febrero 2014,* generó en el segundo semestre 2014 un incremento considerable de la llegada de

[3] https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras

[4] Según OMT un empleo en el sector genera 1,5 puestos de trabajo adicionales en la economía conexa, el 80% de la fuerza laboral involucrada corresponde a pequeñas y medianas empresas. Las mujeres constituyen entre el 70 y 80% de los trabajadores en el sector. Es decir, es un gran **motor de desarrollo económico inclusivo.**

turistas a Ecuador. Lo cual llevó al país a alcanzar una tasa de crecimiento del 13,85% en ese año, confirmando el efecto directo que tiene la inversión en marketing como generador de demanda.

c) El análisis de crecimiento de la llegada de turistas internacionales (sin Venezuela) del período 2009 al 2015, es decir antes del terremoto, muestra una tasa de crecimiento promedio anual del **7,37% resultado de la inversión pública del período.** Reflejando una tendencia de crecimiento más alta que la del promedio de la década, que de haber continuado en su ritmo, nos habría permitido alcanzar en 2019 cerca de 1.9 millones de turistas internacionales.

d) Cabe resaltar el crecimiento de la llegadas de turistas extranjeros a Ecuador en el 2018 (sin considerar la migación Venezolana), que alcanzó el 11,5%, es decir, casi **el doble del crecimiento promedio mundial (+6%) en el mismo año**. Muestra la recuperación del bajón sufrido por el terremoto de 2016. En 2019 el crecimiento se ubica en 4.28% es decir alrededor del crecimiento promedio anual proyectado por OMT para países emergentes que se ubica en el 4.4%.

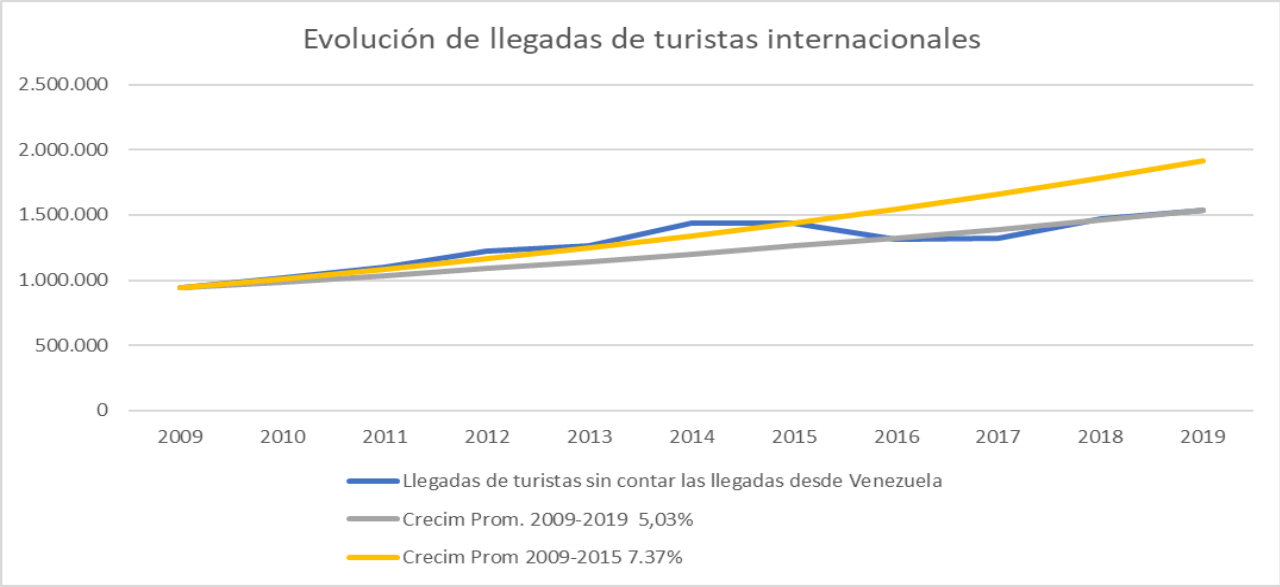

Ilustración 2. Evolución de llegadas de turistas internacionales

2.1.2 La situación del turismo a nivel de Ecuador

Si bien el volumen de turismo interno es importante, **no existe una data histórica certera y representativa** que nos permita analizar de manera adecuada la evolución del turismo interno en los 10 últimos años y poder proyectar, como lo hacemos para el turismo internacional.

MINTUR cuenta desde 2017 con la herramienta tecnológica GEOVIT, muy interesante en la medida que no depende de encuestas y que genera información directa que permite conocer las pernoctaciones por destino, identificando el origen del turista. Ello sin duda aportará a futuro información valiosa para el desarrollo de estrategias.

El flujo turístico nacional es muy estacional y ligado a los feriados como: carnaval, semana santa, finados, año nuevo. Tiene también relativo crecimiento en la temporada de vacaciones escolares de Quito y Guayaquil

que son las dos principales procedencias. Un análisis más detallado lo presentamos en el subcapítulo 2.4 de análisis de la oferta y demanda.

La mayoría de los establecimientos turísticos (alojamientos, restaurantes, etc.) se ubican en la categoría de micro y pequeñas empresas. Existe alta informalidad de los negocios turísticos y la data de reportes de ocupación de los alojamientos contiene inconsistencias y no tiene un largo historial para poder proyectar.

La principal limitación identificada para el desarrollo del turismo es la **ausencia de modelos de gestión territorial que permitan articular los esfuerzos de los actores** públicos, privados, comunitarios, así como el trabajar con información y análisis para orientar la inversión y el desarrollo del sector. La problemática específica de la zona de intervención la presentamos más adelante en el subcapítulo 2.2.

Ecuador según el Informe de Competitividad de Viajes y Turismo 2019 (ICVT) el Foro Económico Mundial, bajó su posición, del puesto 57 de 136 países en 2017, al **puesto 70 de 140 países en 2019**, obteniendo un puntaje de **3.9 / 7** y ubicándose cerca del promedio de la región.

Los **aspectos considerados más críticos por ese informe** para Ecuador son:

- ambiente de negocios,
- seguridad,
- recursos humanos y mercado laboral,
- tecnologías de comunicación,
- infraestructura de transporte aéreo.

Siendo por otro lado muy **valorada la disponibilidad de recursos naturales, la evolución hacia la apertura internacional.**

El sector turismo en Ecuador, se encuentra en un **momento de transición** a diverso nivel:

- Está por aprobarse **una revisión a la Ley de Turismo en la Asamblea Nacional**, la misma que tiene incorporados lineamientos para la gestión territorial.
- A nivel de la **planificación nacional,** MINTUR acaba de lanzar el Plan Nacional de Turismo 2030. El mismo que aporta *"lineamientos para la implementación de un modelo de gestión sostenible, accesible e inclusivo, basado en políticas y estrategias de planificación territorial, que apuntan a la mejora de la competitividad internacional del país como destino turístico destacado"*. Se espera su implementación a partir de 2020 para lo cual se requiere aplicar modelos de gestión.
- A nivel de la **planificación subnacional** igualmente se cuenta con los Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial **2020-2024** en prefecturas, municipios y parroquias. Coincidiendo con los tiempos planificados para la implementación de este proyecto, lo que puede ser motivante para los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs).

Este proceso de transición es percibido por lo actores como **una gran oportunidad** en la medida que **podría ser ocasión de impulsar cambios positivos** en torno a nuevos modelos de gestión para el sector.

El presente **Proyecto de desarrollo del Destino Pacífico Equatorial (DPE)** propone un modelo de gobernanza trabajado con los diversos actores, que responde a los retos de la gestión turística a nivel territorial y busca contribuir a la implementación del Plan Nacional de Turismo 2030.

2.1.3 La situación del turismo en Manabí y Esmeraldas sur.

2.1.3.1 El turismo un sector fuertemente afectado por el terremoto de abril 2016.

El terremoto de abril 2016 causó una fuerte afectación a la economía de las provincias de Manabí y Esmeraldas (sur). Las zonas más afectadas se observan claramente en el siguiente mapa. Si bien el epicentro fue en Pedernales, donde hubo mayor destrucción, afectó el sur de Esmeraldas y el Norte y centro-sur de Manabí.

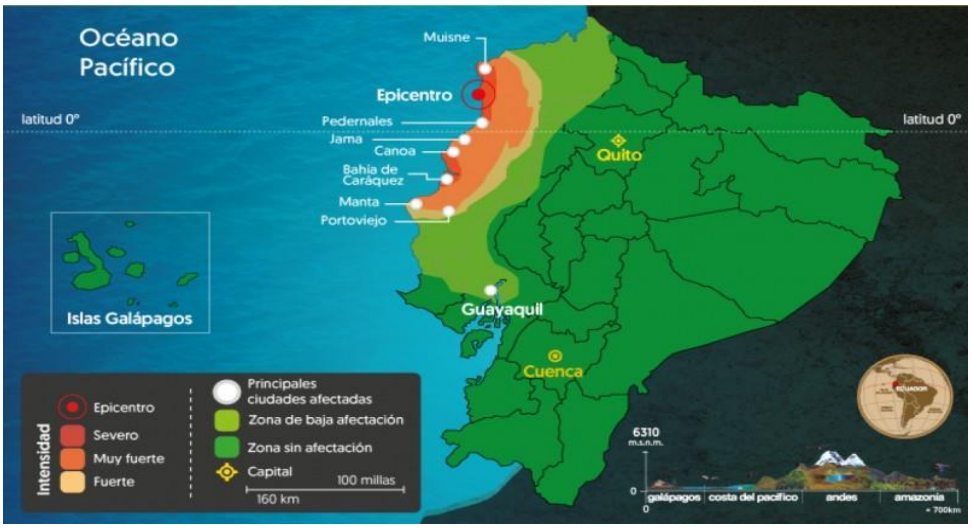

Ilustración 3. Mapa de zonas afectadas por el terremoto del 16 abril 2016
FUENTE: Mapa informativo MINTUR sobre zonas afectadas por el terremoto.

- **El terremoto** dejó 671 fallecidos y 4.589 heridos. En cuanto a infraestructura: 80 km de vías dañadas, 35.264 viviendas afectadas, de las cuales 13.962 colapsaron totalmente. También sufrieron daños 51 puestos de salud, 875 escuelas y 11 universidades. **En el sector productivo, se perdieron 21.823 puestos de trabajo**, entre formales e informales, afectando especialmente al sector servicios (**comercio y turismo**). Además 80.000 personas tuvieron que desplazarse a causa del terremoto, de las cuales 28.775 se refugiaron en albergues temporales y 15.000 en casas de acogida y el resto optó por la migración.

- El costo total de la reconstrucción se estimó en USD 3.343,8 Millones, de los cuales USD 2.252,3 (67%) provenientes del sector público y 1.091,5 (33%), del sector privado.

- Durante el año posterior al terremoto **se atendieron las principales emergencias en salud y vivienda**[5] **por parte del Estado** y se avanzó gradualmente en la **reconstrucción de infraestructuras básicas**.

[5]En Manabí 600 familias del sector urbano fueron reubicadas en nuevas viviendas. Algunas viviendas en las Parroquias rurales de San Lorenzo y Santa Marianita fueron afectadas parcialmente y está todavía pendiente su reparación, pues el Estado se enfocó en los casos graves del epicentro (Tarqui).

- Múltiples acciones en torno a reactivación productiva fueron impulsadas por el Ministerio de industrias y productividad MIPRO[6], el **principal apoyo se destinó al comercio minorista,** habiéndose reubicado a 2.000 comerciantes minoristas.

- Uno de los sectores más afectados por los efectos del sismo fue el sector turismo, el cual vivió una reducción drástica de sus ventas. Según el informe del Dr. Fernando Verdesoto sobre las zonas afectadas por el terremoto[7], **"estas sufrieron pérdidas en la facturación bruta para el período fiscal abril 2016 – abril 2017 de US$ 121'838,734.50"**. Estos valores pertenecen a las pérdidas del sector hotelero y del sector de alimentos y bebidas. Estos datos provienen de sólo el período de un año (2016-2017).

- Al cumplirse cerca de cuatro años del evento telúrico del 16 de abril del 2016 que devastó esta región con una magnitud de 7,8 en la escala de Richter, muchos destinos del sur de la provincia de Esmeraldas y de Manabí **todavía están en proceso de recuperación de infraestructura primaria[8] y de reactivación económica**. Y el sector turismo se recupera lentamente de los efectos no solo físicos sino de reducción de demanda que tuvo que afrontar. Los incentivos generados en temas tributarios y en líneas de crédito han sido difíciles de conseguir por los actores en la medida de que representan mucho costo de gestión.

2.1.3.2 Caracterización de la zona de intervención del proyecto

- La zona de trabajo de este proyecto busca enfocarse en los 16 cantones más afectados por el terremoto, organizados en **tres núcleos territoriales,** considerando: el historial de trabajo y de planificación turística (PLANDETUR 2020[9] y Ruta del Spondylus[10]), los nodos de conectividad aérea y terrestre, patrimonio natural y cultural en común e iniciativas existentes de asociatividad municipal para el turismo. La zonificación corresponde a los siguientes núcleos turísticos:
    - NÚCLEO ESMERALDAS SUR: tres cantones: Esmeraldas, Atacames y Muisne.
    - NÚCLEO MANABÍ NORTE: seis cantones: Pedernales, Jama, San Vicente, Sucre, Chone y Bolívar.
    - NÚCLEO MANABÍ SUR: siete cantones de: Rocafuerte, Jaramijó, Manta, Montecristi, Portoviejo, Jipijapa y Puerto López

En su conjunto, los tres núcleos constituyen el DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL, el mismo que se lo puede observar en su conjunto en el siguiente mapa.

El nombre de Pacífico Equatorial, fue discutido en los talleres y fue seleccionado porque da ubicación clara y orientadora a las agencias de turismo internacional, presentando la costa pacífico y la línea Equatorial.

---

[6] http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/2016/08/inforgrafiaReactivacionproductiva1-30-03-2017-01.jpg
[7] Verdesoto, F. (2017). Informe de las pérdidas en el sector turístico para las zonas afectadas. Informe Técnico para diagnóstico de los planes indicativos de desarrollo urbano (PIDU). MIDUVI.
8 El aeropuerto internacional está todavía en construcción.
[9] Plan de desarrollo del turismo sostenible del Ecuador 2020. Elaborado en el año 2007.
[10] Plan binacional Ecuador Perú, ruta del Spondylus, componente del programa desarrollo de destinos de excelencia 2009.

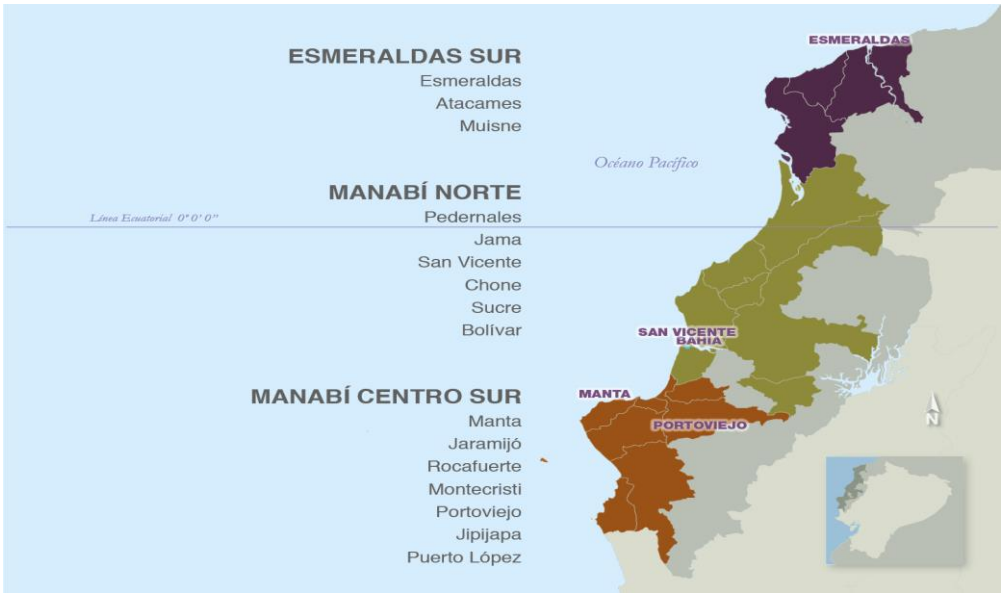

Ilustración 4. 16 cantones que conforman el DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL.

En el cuadro siguiente se presenta la **caracterización de los 16 cantones que conforman el DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL.**

Conforme los datos del censo 2010, los 16 cantones, comprenden una población de 1.3 millones de habitantes y que proyectada al 2020 representa 1.5 millones de habitantes. Se trata de población con altos niveles de pobreza (por ingresos) especialmente a nivel rural, con analfabetismo cercano al 10% y con déficits en cobertura de servicios básicos como agua potable y alcantarillado. Todo ello con base en datos de 2010. Se espera el censo 2020 para tener una apreciación más actual. L población económicamente activa representa el 35%, es decir cuenta con un potencial interesante de población en edad de trabajar.

Si bien al 2020 las condiciones de la población de estos 16 cantones han mejorado, todavía subsisten deficiencias importantes en la planificación y desarrollo territorial que limitan el desarrollo de la actividad económica, especialmente del turismo que requiere de servicios básicos, carreteras, comunicación, agua potable, energía, alcantarillado, etc.

Tabla 5. Caracterización de 16 cantones del DPE 2020 -2023

Caracterización de 16 Cantones del Destino Pacífico Equatorial 2020-2023									
INFO		Población 2010	Proyección poblacional 2020 por cantón	PEA	Nivel de pobreza	Autoidentificación	Analfabetismo	Cobertura de agua potable	Cobertura de alcantarillado
Núcleo Esmeraldas Sur:	Esmeraldas ciudad	196.095	218.727	66.009	57,00%	Mestizo 44.7 %, Afroecuatoriano 43.9 %, Blanco 5.9%, Indígena 2.8%, Montubio 2.4%, Otro 0.3%.	9,80%	73,00%	78,00%
	Atacames	42.700	55.495	20.638	79,80%			39,00%	45,10%
	Muisne	29.534	31.106	9.915	98,30%			60,00%	45,00%
Núcleo Manabí Norte:	Pedernales	57.127	63.441	24.576	93,70%	Mestizo 69.7%, Montubio 19.2%, Afroecuatoriano 6%, Blanco 4.7%, Otro 0.3%, Indígena 0.2%.	10,20%	31,82%	12,57%
	Jama	24.121	26.116	6.728	90,30%			53,07%	10,78%
	San Vicente	22.845	24.799	8.061	85,60%			52,45%	12,30%
	Chone	126.491	131.002	45.049	81,00%			72,30%	1,70%
	Sucre	59.364	62.443	20.598	83,10%			42,79%	26,96%
	Bolívar	42.266	45.493	12.930	89,50%				
Núcleo Manabí Centro Sur	Manta	234.547	264.281	90.173	54,90%			89,35%	65,00%
	Jaramijó	18.918	28.439	5.865	79,70%			75,74%	29,45%
	Rocafuerte	34.730	37.312	12.742	78,30%			54,52%	17,41%
	Montecristi	71.947	107.785	12.742	90,40%			48,53%	9,67%
	Portoviejo	290.199	321.800	107.789	65,30%			36,47%	28,82%
	Jipijapa	73.951	74.645	24.731	83,30%			90,00%	80,00%
	Puerto López	21.149	24.688	6.812	93,10%			45,97%	1,57%
TOTAL		1.345.984	1.517.572						

Fuente: INEC censo 2010 y PDOTs cantonales.
Elaboración: Propia

Conforme la encuesta ENEMDU 2019, para las provincias de Manabí y Esmeraldas, se observa un crecimiento importante del empleo entre 2012-2015 y una caída fuerte por efecto del terremoto. También se aprecia una tendencia de crecimiento mayor del empleo femenino, pues en el período 2012-2018, el empleo femenino crece en promedio 2.98% anual versus el masculino que crece un 1,65% en promedio anual.

Este proyecto busca impactar en el crecimiento del empleo, especialmente para los jóvenes que manejan más la tecnología y también para las mujeres.

Tabla 6. INEC: Empleo registrado por tamaño de empresa

MANABI																					
Año	2012	2012	2012	2013	2013	2013	2014	2014	2014	2015	2015	2015	2016	2016	2016	2017	2017	2017	2018	2018	2018
Tamaño de Empresa	Hombres	Mujeres	Total de e	Hombres	Mujeres	Total de e	Hombres	Mujeres	Total de e	Hombres	Mujeres	Total de er	Hombres	Mujeres	Total de e	Hombres	Mujeres	Total de e	Hombres	Mujeres	Total de e
Pequeña empresa	794	624	**1.418**	891	653	**1.544**	759	660	**1.419**	772	652	**1.424**	625	528	**1.153**	709	575	**1.284**	722	618	**1.340**
Microempresa	1.620	1.702	**3.322**	1.772	1.980	**3.752**	1.995	2.302	**4.297**	2.050	2.297	**4.347**	2.007	2.122	**4.129**	1.846	2.028	**3.874**	1.897	2.113	**4.010**
Mediana empresa A	201	19	**220**	259	62	**321**	151	170	**321**	112	103	**215**	125	75	**200**	123	68	**191**	207	117	**324**
Mediana empresa B	153	77	**230**	158	75	**233**	161	74	**235**	202	151	**353**	188	150	**338**	199	150	**349**	198	153	**351**
Grande empresa	-	-	-	-	-	-	37	6	**43**	35	7	**42**	40	4	**44**	58	8	**66**	63	8	**71**
Total	**2.768**	**2.422**	**5.190**	**3.080**	**2.770**	**5.850**	**3.103**	**3.212**	**6.315**	**3.171**	**3.210**	**6.381**	**2.985**	**2.879**	**5.864**	**2.935**	**2.829**	**5.764**	**3.087**	**3.009**	**6.096**
												7,13%									2,72%
												4,63%									1,83%
												9,84%									3,68%
ESMERALDAS																					
Año	2012	2012	2012	2013	2013	2013	2014	2014	2014	2015	2015	2015	2016	2016	2016	2017	2017	2017	2018	2018	2018
Tamaño de Empresa	Hombres	Mujeres	Total de e	Hombres	Mujeres	Total de e	Hombres	Mujeres	Total de e	Hombres	Mujeres	Total de er	Hombres	Mujeres	Total de e	Hombres	Mujeres	Total de e	Hombres	Mujeres	Total de e
Pequeña empresa	198	197	**395**	227	264	**491**	303	291	**594**	288	277	**565**	175	137	**312**	176	148	**324**	192	150	**342**
Microempresa	521	630	**1.151**	579	756	**1.335**	592	858	**1.450**	605	882	**1.487**	613	806	**1.419**	534	732	**1.266**	540	700	**1.240**
Mediana empresa A	5	2	**7**	24	12	**36**	-	-	-	15	7	**22**	85	21	**106**	32	14	**46**	34	18	**52**
Mediana empresa B	-	-	-	39	19	**58**	45	24	**69**	43	23	**66**	2	0	**2**	-	-	-	-	-	-
Total	**724**	**829**	**1.553**	**869**	**1.051**	**1.920**	**940**	**1.173**	**2.113**	**951**	**1.189**	**2.140**	**875**	**964**	**1.839**	**742**	**894**	**1.636**	**766**	**868**	**1.634**
												11,28%									0,85%
												9,52%									0,94%
												12,77%									0,77%
MANABI Y ESM	3.492	3.251	6.743	3.949	3.821	7.770	4.043	4.385	8.428	4.122	4.399	8.521	3.860	3.843	7.703	3.677	3.723	7.400	3.853	3.877	7.730
												8,11%									2,30%
												5,68%									1,65%
												10,61%									2,98%

Fuente INEC
https://produccion.ecuadorencifras.gob.ec/geoqlik/proxy/QvAJAXZfc/opendoc.htm?document=empresas_test.qvw&host=QVS%40virtualqv&anonymous=true

2.2 Identificación, descripción y diagnóstico del problema

2.2.1 Competitividad turística en las provincias de Manabí y Esmeraldas sur

El Plan Nacional de Competitividad Turística del Ecuador, presentado en el año 2000, formuló su diagnóstico con base en el análisis de doce factores claves que impulsan la competitividad turística, los cuales se señalan a continuación. También debe indicarse, que en este momento de transición en la planificación nacional (del PLANDETUR 2020 hacia el Plan Nacional de Turismo 2030), el Ministerio de Turismo está desarrollando su análisis situacional sustentándose, entre otras herramientas, en los pilares del Índice de Competitividad Turística del Foro Económico Mundial (WEF, por sus siglas en inglés).

- Ambiente hospitalario, cultura de servicio, facilitación y seguridad
- Marco jurídico y normatividad
- Apoyo gubernamental a la inversión y cargas fiscales al sector y al turista
- Infraestructuras
- Información
- Desarrollo tecnológico, formación y capacitación profesional
- Mercadeo y comercialización

- Gestión de calidad
- Medición de la productividad
- Orientación empresarial y del sector público hacia el mercado externo
- Articulación de la cadena de valor
- Rivalidad competitiva y vocería del sector

Sobre la base de estos factores y de los indicadores clave del Foro Económico Mundial, previamente mencionados, se explora el estado de la competitividad turística del macro destino Pacífico Equatorial.

En las provincias de Manabí y en Esmeraldas sur, la mayoría de estos factores siguen siendo postergados dentro de una planeación nacional, provincial y local. Desde que se analizó en 1999 hasta la fecha todos estos puntos influyen en no lograr el objetivo de la competitividad, que es lograr que el producto turístico cuente con la mayor calidad en la prestación, los mejores precios y una diferenciación consistente respecto de los productos de la competencia, dentro de un marco de sostenibilidad turística y ambiental.

Tabla 7. Pilares del Índice de Competitividad Turística en las provincias de Manabí y en Esmeraldas sur

Factor de competitividad	Breve análisis de las provincias de Manabí y Esmeraldas sur
Ambiente hospitalario, cultura de servicio, facilitación y seguridad	Existe en ambas provincias un ambiente hospitalario adecuado para de allí lograr crear una cultura turística. Un elemento que frena esto en los últimos años son el crecimiento del tráfico de drogas y delincuencia. No existen planes de seguridad turística.
Marco jurídico y normatividad	La nueva ley orgánica de turismo todavía está en el segundo debate y se espera que se aplique para el año 2020. Esto traería consigo posibilidades mayores para lograr consolidar Organizaciones de Gestión de Destino.
Apoyo gubernamental a la inversión y cargas fiscales al sector y al turista	Se ha creado un portafolio de inversión que se ha promocionado débilmente los últimos años, pero el potencial es alto en ambas provincias especialmente en el perfil costero. Se ve inversión internacional y nacional con lento avance.
Infraestructuras	Las vías, aeropuertos y puertos de ambas provincias están operables y tienen buena proyección para la conectividad, especialmente con la inversión internacional propuesta para el gran aeropuerto internacional de Manta. Y el incremento de aerolíneas y rutas[11] . Cabe añadir aquí la ausencia de agua potable o alcantarillado en varios de los destinos de playa.
Información	En ambas provincias faltan los procesos y centros de recopilación y análisis estadístico y también no existen puntos de información para el turista. La conformación del observatorio, así como, de los núcleos u OGDs puede constituir una excelente plataforma para la recopilación de datos más precisos, basados en productos según requerimientos y expectativas del consumidor, actualización de base de datos, etc.

[11] LATAM entra a operar desde 27 de Noviembre 2019 en la ruta Manta -Quito

Factor de competitividad	Breve análisis de las provincias de Manabí y Esmeraldas sur
Desarrollo tecnológico, formación y capacitación profesional	Manabí y Esmeraldas sur no tienen un plan de capacitación continuo y con fondos suficientes para establecer programas de certificación, y que sean standard a través de cada una de las provincias. Sólo en los hoteles medianos y grandes se utiliza motores de reserva y programas de reserva on-line y de gestión interna, igualmente en restaurantes únicamente de las grandes ciudades que sirven al mercado de poder adquisitivo medio alto y alto. Aquí un reto para inclusión de los jóvenes.
Mercadeo y comercialización	La comercialización se desarrolla adecuadamente desde los grandes hoteles de Manta y los pequeños lodges de Manabí que sirven al mercado internacional y nacional. Pero son muy pocos los hoteles de segunda y tercera categoría que tienen acceso al mercado. En Esmeraldas sur, el Decamerón Mompiche tiene un gran centro de reservas a través de su cadena y agencias de viajes que colocan bien su producto. Para atraer el mercado internacional a las empresas de ambas provincias hace falta la organización conjunta de estrategias de venta y de comunicación, de su oferta enlazada a la oferta global del Ecuador que se puede hacer a través de las OGDs.
Gestión de calidad	Falta un sistema de calidad y sostenibilidad en ambas provincias. Se debe recurrir a una planeación y ejecución conjunta para lograr certificaciones y que se les ofrezca incentivos a aquellos que lo alcanzan.
Medición de la productividad	Aparte de los grandes hoteles, los medianos y pequeños no cuentan con información sobre: operación financiera, productividad laboral, rentabilidad y retorno de la inversión y eficiencia del recurso humano; y, por tanto, son reducidas las posibilidades de optimizar el funcionamiento y la sostenibilidad de sus negocios.
Orientación empresarial y del sector público hacia el mercado externo	El turismo del perfil costero de Manabí y Esmeraldas sur está mayormente orientado al turismo interno con su gran dependencia de sol y playa y de un turismo estacional de feriado o vacaciones. Los productos vendidos, algunos con calidad para el mercado internacional son resultado de esfuerzos dispersos. Si la acción de mercado fuese más conjunta entre los diversos operadores y prestadores de servicios turísticos, podrían atraer el turismo receptor y lograr un flujo de visitantes más consistente durante todo el año al macro destino.

2.2.2 Análisis FODA del macro destino Pacífico Equatorial

A partir de la información recolectada a partir de 90 entrevistas a profundidad a los actores clave del sector, y de las entrevistas a 21 tour operadores internacionales y nacionales, del análisis documental, desarrollado en cada uno de los núcleos territoriales, del intercambio generado en los tres talleres zonales (Esmeraldas sur, Manabí norte y Manabí centro sur) en los cuales participaron 150 delegados del sector. También a partir del análisis de la información disponible sobre estadísticas de la cadena en su conjunto, y del diálogo con los alcaldes sobre los mecanismos de gobernanza requeridos, se ha avanzado en la construcción del FODA del macro destino. El mismo que presentamos de manera resumida a continuación:

a) FORTALEZAS

Se sintetiza a continuación nueve fortalezas, **que reflejan ventajas comparativas y competitivas que caracterizan y hacen único este macro destino:**

- **Atractivos naturales:** cerca de 400 km de playas, siete áreas naturales protegidas con 269.527 ha (239.221 terrestres y 30.306 marino costeras) (ver Anexo 1), dos reservas privadas con alta biodiversidad biológica (Bio-corredor Cordillera del Bálsamo y Humedal Juananú), paisajes y multiplicidad de espacios naturales, funcionales al desarrollo del eco-turismo, turismo de aventura, turismo científico, etc.; solo al Parque Nacional Machalilla, en Manabí, llegan anualmente cerca de 70.000 turistas extranjeros a quienes se podría ofrecer mucho más.
- **Atractivos culturales:** Importante **patrimonio arqueológico** en Manabí (Cultura Manteña:Cerros de Hojas Jaboncillo) con potencial de convertirse en un imán del desarrollo del turismo a futuro. Historia e identidad de la cultura afro-esmeraldeña y de la cultura montubia, gastronomía, artesanía de renombre internacional como el sombrero de paja toquilla.
- **Fincas de agroturismo** (con potencial de rutas: en cacao, agroecología ligada a la gastronomía).
- **Buena conectividad**: tres aeropuertos, dos de ellos internacionales (Manta[12] y Esmeraldas), uno local (San Vicente, que podría ser funcional al turismo de jubilados[13]), dos puertos con llegada de cruceros (que actualmente no tienen una oferta diversificada de excursiones), carreteras asfaltadas en muy buen estado.
- **Planta de servicios turísticos** para turismo de convenciones en Manta.
- **Creciente inversión inmobiliaria para jubilados** con potencial de generar demanda de servicios (tours, restaurantes, etc.)
- **Presencia de siete Universidades con formación en turismo:** dos en Esmeraldas**:** PUCE-ES, L. Vargas Torres y cinco en Manabí: ESPAM, San Gregorio, PUCE Manabí, ULEAM, UTM.
- **Demanda consolidada de turismo nacional** para sol y playa principalmente proveniente de Quito y Guayaquil.
- **Excelente clima (20-28°C)**, atractivo para los visitantes, ofrece posibilidades de turismo la mayor parte del año.

[12] Iniciará funcionamiento en 2020

[13] Que puede servir a las nuevas urbanizaciones turísticas de Costa Jama con proyección de 3000 viviendas.

b) DEBILIDADES

El **principal nudo crítico se concentra en la débil gestión territorial del turismo** que se refleja en la **acción atomizada y desarticulada de los diversos actores** en los territorios, y que no permite llevar a la práctica la planificación y el desarrollo de productos y servicios.

La limitada organización territorial, **produce dificultades** en el acceso a información, en el acceso a servicios de soporte, en el encadenamiento de productos y servicios turísticos[14], en el cumplimiento de la normativa a veces compleja que induce a la informalidad, en el necesario diálogo y acción coordinada entre sector público, privado y comunitario para mejorar la calidad de los servicios. Ello frena el desarrollo del turismo en los territorios y por tanto la posibilidad de generación de ingresos y empleos para la población local.

A esta problemática se añade el poco **cuidado del medio ambiente y del entorno en general,** la estética en los pueblos, el tratamiento de residuos y la protección y orientación de la población más frágil que está presente en los destinos.

Al ser la costa norte un destino principalmente demandado por el turismo nacional que acude masivamente en los feriados en busca de sol y playa, poco a poco **se ha pasado por alto la visión de turismo sostenible**. Desde los GADs cantonales, se invierte en festivales con fuerte contaminación acústica que definitivamente resta incentivo al turismo internacional. De otro lado, hay **poca inversión en servicios básicos, facilidades turísticas, mesas de concertación, información al turista, etc**. y en la **diversificación de la oferta turística**, en la puesta en valor de la naturaleza, la cultura e identidad propias del territorio (historia, arte, música, gastronomía) que darían sentido único al destino.

Todo ello, sumado a la **escasa disponibilidad de talento humano formado para el turismo,** especialmente **a nivel de mandos medios** y ausencia de guías calificados en naturaleza y en cultura y con manejo de idiomas, así como, la informalidad en múltiples establecimientos turísticos desanima a las operadoras nacionales e internacionales a exhibir y promover la venta de productos turísticos de este macro destino.
Hay **poco uso de la tecnología disponible para la información y promoción** de la oferta turística y **poca atención al tema de accesibilidad y movilidad reducida.**

A pesar de todo ello, como se mencionó previamente, existe un ánimo positivo en los actores, el cual fue percibido en los talleres desarrollados. Hay **interés por cambiar la dinámica e iniciar una espiral positiva de acción orientada al turismo sostenible.**

c) OPORTUNIDADES

- Tendencia **creciente del turismo a Ecuador**[15] (crecimiento del 11.5% en 2018), el doble que el crecimiento mundial. Y crecimiento promedio anual del 5.03% entre 2009 y 2019 a pesar del terremoto.
- **Creciente demanda internacional de turismo de naturaleza, ecoturismo**[16] y del **turismo cultural**[17].
- **Nuevo aeropuerto internacional** de Manta operativo en 2020 e incremento de rutas aéreas. Ruta existente Cali-Esmeraldas que podría traer flujo de Colombia con una buena promoción.

[14] Como se menciona en el capítulo 5 de análisis de la oferta y la cadena.
[15] Sin contar con la migración de Venezuela
[16] La cuota del ecoturismo, sobre las cifras del turismo global, ha aumentado considerablemente: del 7% de 2010 al 25% de 2016 (ver ficha ecoturismo en capítulo 4)
[17] OMT proyecta crecimientos anuales del 15% en turismo cultural.

- Llegada de **cruceros a Manta y Esmeraldas** con posibilidad de articulación a tours cortos.
- Disponibilidad de recursos de la **cooperación internacional**, recursos de Responsabilidad Social de la industria presente en el territorio, así como de los **fondos verdes** que podrían financiar emprendimientos sostenibles.
- Reforma a la Ley orgánica de turismo para **introducir la gestión en destinos y su financiamiento.**
- **Priorización del turismo como sector productivo** (Ley orgánica de fomento productivo).
- Oportunidad para el empleo juvenil en diversos ámbitos, por ejemplo la tecnología y la guianza (según OMT, a nivel global, la mita de la fuerza de trabajo es menor de 25 años)
- Oportunidad para la inclusión del empleo femenino, pues según OMT a nivel global las mujeres representan entre el 60 y 70% del empleo en el sector.

d) AMENAZAS

- Estancamiento económico del país y **falta de recursos públicos para la inversión en el sector**.
- Riesgo de perder identidad, autenticidad, patrimonio arqueológico, si no se cuida y pone en valor el patrimonio natural y cultural.
- Presencia de narcotráfico en la costa.
- Riesgos naturales (como terremotos).
- Cambio climático que amenaza ecosistemas costeros e infraestructuras.
- Falta de conexión y acuerdos entre diversas carteras de estado relacionadas al turismo (p. ej: MAE-MINTUR-INPC, etc.).
- Inestabilidad política que frena el turismo. (eventos como el de Octubre 2019)
- Pérdida de competitividad derivada de la dolarización. (costos en dólares)
- Desaceleración económica mundial e incertidumbre por el Brexit.

Del análisis FODA se aprecia que si bien hay debilidades, la calidad de los atractivos turísticos únicos, generan una base sólida sobre la cual potenciar el turismo, al igual que la firme voluntad de los actores, visible por ejemplo en la conformación de la Mancomunidad MANPANOR (Mancomunidad Pacífico Norte) en 2019 exclusivamente para el turismo, como sector estratégico para el desarrollo socio-económico de la zona.

2.2.3 Diagnóstico del problema

El destino Pacífico Equatorial, alcanza una **presencia mínima en el portafolio de productos que se promueven por las operadoras en el mercado internacional**. De hecho, tan solo un 1% de la oferta de este destino, forma parte de los catálogos internacionales, según información de operadores en TravelMart LatinAmerica, 2019). Ello principalmente por la falta de rutas y productos, así como por la calidad en los servicios ofrecidos en el destino, falta de información, inseguridad, etc. Todos elementos superables con una buena gestión territorial.

A nivel nacional, el destino logra una alta demanda del turistas nacionales que buscan sol y playa, pero **sufre de alta estacionalidad. Hay masiva presencia de turistas nacionales en los feriados de carnaval, semana santa, finados, año nuevo.** La estacionalidad limita la inversión y la generación de empleo más estable.

El problema central es la ausencia de un modelo de gestión territorial que impulse la competitividad de los destinos, lo cual tienes sus raíces en los siguientes factores:

a) limitada asociatividad, organización territorial y articulación de actores del sector turismo.
b) Limitado desarrollo de productos, rutas, paquetes turísticos que enfrenten la estacionalidad

c) ***Limitada disponibilidad de talento humano formado para la gestión operativa de los negocios turísticos y la gastronomía***
d) ***Limitada promoción y mercadeo de productos y servicios***
e) ***Limitada atención al cuidado ambiental y seguridad en los destinos.***

A continuación explicamos un poco más cada una de estas causas raíces que hacen que el turismo en el DPE no logre su desarrollo y competitividad.

El turismo es un sector que requiere de mucha articulación y trabajo colaborativo pues articula múltiples servicios: alojamiento, alimentación, transporte, actividades recreativas, etc. Requiere de manera prioritaria el aporte de los gobiernos locales (provinciales y cantonales) en cuanto a ordenamiento territorial, carreteras y caminos de acceso a sitios turísticos, servicios básicos mínimos, como: agua potable, alcantarillado, energía eléctrica, comunicación. Hay varias playas en el destino que no disponen de agua potable, alcantarillado, baterías sanitarias, gestión de residuos, cuidado ambiental.

Muchas veces se invierte por parte de los GADs en traer un artista de renombre en el feriado, acentuando la estacionalidad, en lugar de proveer de los servicios que son necesarios de manera permanente y que podrían atraer el turismo internacional.

a) ***Limitada asociatividad, organización territorial y articulación de esfuerzos de los actores del sector turismo.***

La gobernanza, de forma creciente, se posiciona como la dimensión que permite entender el desempeño de los sistemas sociales, sean estos estatales, privados, comunitarios o multisectoriales. Por ello, la gobernanza se ha ido convirtiendo en el estudio de los mecanismos de coordinación de los diferentes actores y sectores existentes en un sistema social determinado.

En este sentido y para efectos del análisis de la gobernanza del Destino Pacífico Equatorial, se define la gobernanza como **las reglas del juego que determinan quién hace qué y en coordinación con quién** e incluyen los mecanismos existentes de coordinación y participación de actores públicos y privados en los ámbitos de planificación, decisión, ejecución y evaluación. Esto es esencial para impulsar la acción colaborativa la innovación y el desarrollo de los destinos. Es decir para **impulsar modelos de gestión territorial.**

Es importante destacar que las reglas del juego pueden ser formales (normativas nacionales y locales, así como estatutos que regulan el funcionamiento de organizaciones) e informales, entre las cuales se encuentran los hábitos y costumbres prevalentes en una cultura determinada. Esto significa que el análisis de las reglas del juego no puede limitarse al marco normativo, sino que también debe incorporar las prácticas informales existentes (por ejemplo, la participación real del sector privado o comunitario en la definición de los planes de desarrollo cantonal) que muchas veces son más importantes que los mecanismos formales. Por ello, la propuesta de gobernanza para el macro destino Pacífico Equatorial considera el marco normativo formal, así como también los mecanismos reales existentes.

Basado en la revisión de la normativa y en las entrevistas realizadas a los actores de la cadena de valor turística del macro destino en mención, se identificaron los siguientes rasgos que caracterizan la gobernanza del sector turístico del macro destino.

- Debilidad institucional a nivel de los GADs cantonales para el turismo, los más pequeños apenas tienen una persona y no siempre especializada en el tema y conectada.

- Escasa coordinación entre niveles de gobierno y entre sectores públicos relacionados al turismo (Ambiente, Cultura, Transporte) ocasionando dispersión de la inversión pública y menos eficiencia en el logro de objetivos. entre los diversos niveles de gobierno para impulsar el turismo en el territorio.
- Débil articulación pública privada en torno al desarrollo de los destinos, ausencia de visión compartida, liderazgo y agendas de trabajo.
- Baja participación e incidencia del sector privado en la planificación territorial para el desarrollo del turismo.
- Débil articulación entre la academia y los actores de la cadena de valor (poca información relevante, útil para la toma de decisiones, formación práctica para responder a la demanda, observatorios, etc.)
- Limitada organización gremial que motive la acción conjunta.
- Limitado acceso a financiamiento para los negocios, por el alto costo de transacción que representa.

Todo ello se puede agrupar en la ausencia de modelos de gestión territorial del turismo, que es urgente poner en práctica. Existen muchos avances sobre esto en otros países.

b) Limitado desarrollo de productos, rutas, paquetes turísticos que enfrenten la estacionalidad

Si bien el Destino Pacífico Equatorial como se presentó en el análisis FODA cuenta con múltiples atractivos únicos y muchas otras fortalezas, es muy **limitado en el desarrollo de productos, rutas, paquetes turísticos**.

Existe al momento una **oferta dispersa de servicios** de alojamiento, alimentación, transporte, recreación, que obtienen su ingreso principalmente de un turismo nacional de carácter estacional, que no les permite contrataciones permanentes, mayor inversión y crecimiento.

Hay **pocos productos turísticos de calidad**, que atiendan a las necesidades y motivaciones de la demanda turística actual y potencial cada vez más exigente y en busca de experiencias personalizadas.

Hay **poca presencia de operadoras turísticas**, las cuales están desmotivadas por la informalidad y falta de calidad en los servicios.

Un elemento crítico en los destinos es el **débil ordenamiento territorial y la ausencia de servicios básicos** mínimos como: agua potable, alcantarillado, gestión de residuos, baterías sanitarias, en varios destinos. Así como la poca atención al tema ambiental. Todo ello relacionado a la gestión de los GADs.

Esta problemática se relaciona también con lo mencionado en a) la ausencia de mecanismos de organización territorial entre actores que permitan desarrollar la planificación y coordinación del fomento y desarrollo turístico con liderazgo y agenda de trabajo.

c) Limitada disponibilidad de talento humano formado para la gestión operativa de los negocios turísticos y la gastronomía

El destino cuenta con 7 universidades que ofrecen carreras en turismo:

Universidades en Esmeraldas:

- **Pontificia Universidad Católica del Ecuador (PUCE-Sede Esmeraldas):** otorga título como Licenciado/a en Turismo.
- **Universidad Técnica Luis Vargas Torres**: otorga título como Licenciado/a en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

Universidades en Manabí:

- **Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López**: otorga título como Licenciado/a en Turismo.
- **Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí:** ofrece 2 carreras (Hotelería y Turismo y Turismo)**,** otorga título como Licenciado/a en Hospitalidad y Hotelería y la otra carrera otorga como Licenciado/a en Turismo.
- **Universidad San Gregorio de Portoviejo:** ofrece la carrera de turismo y la Maestría en Turismo con Mención en Gestión del Turismo Sostenible.
- **Universidad Técnica de Manabí:** Carrera de Turismo online
- **Pontificia Universidad Católica del Ecuador (sede Manabí-en Bahía y Chone)**: otorga título de Licenciado/a en Turismo.

Si bien es cierto, hay una oferta importante de carreras en turismo, sin embargo, **hay limitado desarrollo de competencias técnicas y habilidades blandas para mandos medios y operativos**, la oferta de formación no responde a la demanda del sector turismo en dónde se encuentra déficits de guías, camareros, recepcionistas, etc.

La academia tampoco aporta con investigación y análisis útil a los actores, así como con la gestión de conocimiento, la formación práctica requerida y **el desarrollo de clústers de las microrregiones.**

d) Limitada promoción y mercadeo de productos y servicios

Se observa un sinnúmero de **acciones de marketing aisladas y de bajo impacto**, que no responden a una estrategia de mercados ni productos priorizados. La inversión que se realiza no produce el resultado esperado.

La ausencia de investigación y análisis de la demanda limita el acceso a información clave para el desarrollo de estrategias selectivas de marketing que permitan posicionar el destino.

Hay pocas estrategias de marketing orientadas a desestacionalizar la demanda, al contrario se concentran esfuerzos en atraer a los turistas nacionales en el mismo momento del feriado. Y no se toman en cuenta algunas evidencias, por ejemplo la creciente llegada de turistas al Parque Nacional Machalilla (76.804 en 2018) que podrían atraerse a otros lugares cercanos con una oferta de nuevos productos y servicios complementarios a la visita al parque nacional.

Hay poco trabajo sinérgico con los tours operadores receptivos en Ecuador, quienes están presentes de manera regular en las ferias internacionales, entre ellos: METROPOLITAN TOURING, ANDANDO TOURS, SURTREK, ECOANDES, ECUADOR ADVENTURE, KLEINTOURS, GALÁPAGOS EXPERIENCE, CAMPUS TREKKING y otros; una vez identificados los mercados preferentes de cada uno de ellos.

Este trabajo conjunto podría favorecer a corto plazo la creación de productos combinados con otros destinos de Ecuador y también de circuitos combinados con otros países. Lo cual es muy limitado o inexistente al momento.

Igualmente hay poca articulación entre los tour operadores nacionales y los tour operadores locales en Manabí y Esmeraldas. Cuyo trabajo conjunto podría potenciar la presencia en los mercados.

e) Limitada atención al cuidado ambiental y seguridad en los destinos.

La oferta actual de servicios y productos turísticos es mayoritariamente carente de criterios y prácticas de turismo sostenible.

Se observa poca atención al tema ambiental, quizá por desconocimiento, por descuido, y porque la población no percibe los beneficios que representaría el turismo, no se trabaja con una visión de largo plazo, y por tanto muy poco se cuenta con medidas de reducción de consumo de energía ó uso de energías renovables, optimización del uso de agua, gestión de residuos, uso de materiales biodegradables, etc. Al respecto y también en torno a la valoración de la identidad, la historia y la cultura, hay mucho por hacer de parte de los GADS, escuelas, colegios y universidades.

Es ausente una visión desde la integridad del territorio y desde la **necesidad de inclusión de la población** local en el empleo para generar bienestar y colaboración. Para avanzar en conjunto y para que amen el turismo por ser su fuente de empleo.

Muchas veces la falta de oportunidades de empleo para los jóvenes puede ser un elemento que contribuya a la inseguridad de los territorios. Se observa en sitios donde se ha generado inclusión (como Salinas en Bolívar o Yunguilla en Nor-occidente de Pichincha) la seguridad es mayor, todos cuidan del turista como un bienhechor.

Resumimos a continuación en el árbol de problemas la problemática descrita, la misma que se busca enfrentar de manera decisiva con este proyecto

ÁRBOL DE PROBLEMAS

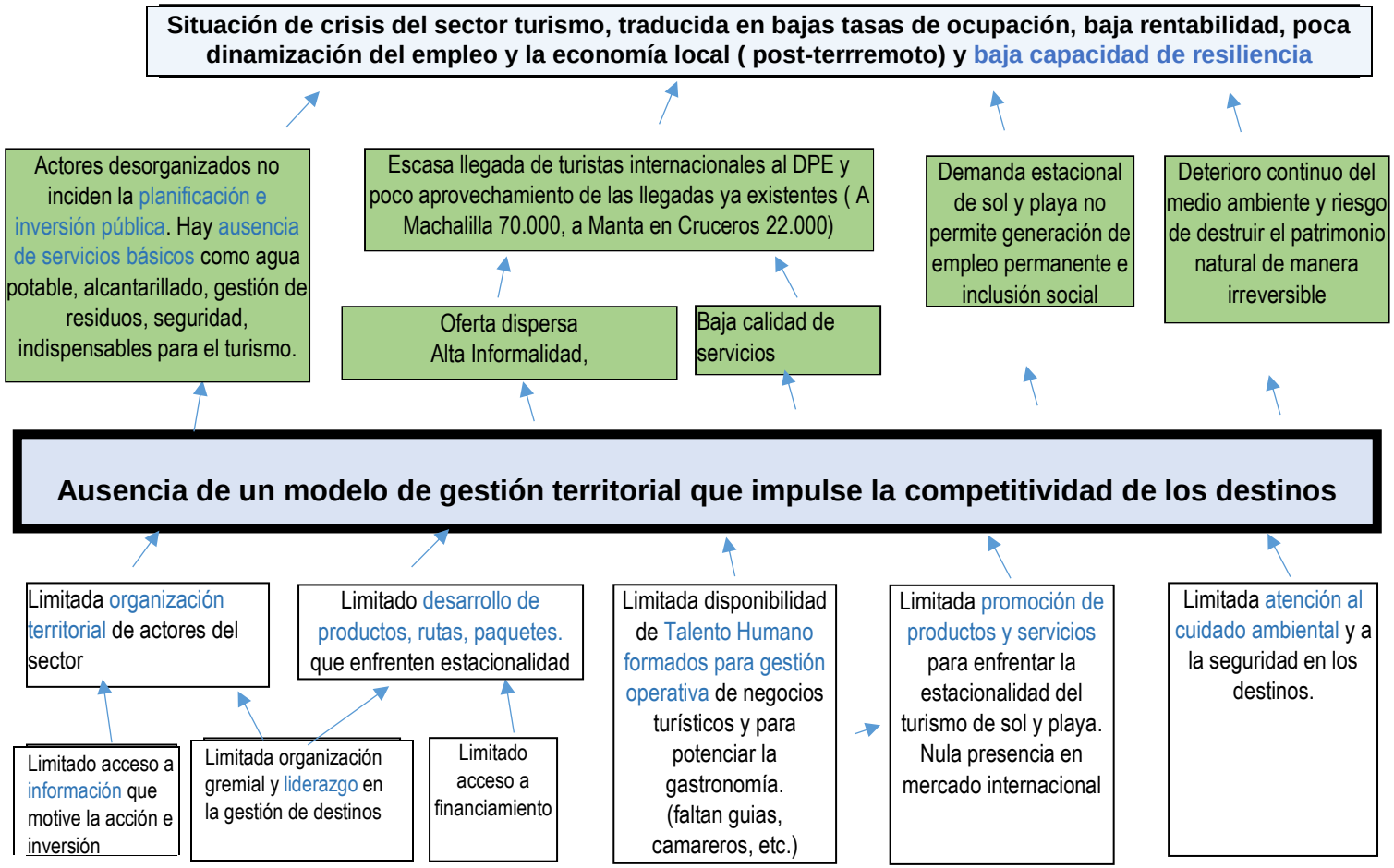

Ilustración 5. Árbol de problemas

2.3 Línea base del Proyecto

Este proyecto constituye la primera etapa (2020-2023) de una planificación de largo plazo al 2030 para el desarrollo del destino Pacífico Equatorial.

El Proyecto se plantea tres metas estratégicas a alcanzar con sus respectivos indicadores de línea base y su visión al 2030.

Las metas específicas para alcanzar al 2023 se presentan más adelante en la planificación, en el subcapítulo 4.2

Tabla 8. Metas estratégicas, línea base y visión al 2030 en el destino Pacífico Equatorial

Meta estratégica	Indicador	Línea base 2019	Meta al 2030
Incremento del empleo en hoteles 3,4 y 5* DPE	Empleo alojamientos, según catastro turístico.	1845	Optimista 2858 Medio 2.714 Pesimista 2573
Incrementar el número de turistas extranjeros	Número de turistas extranjeros	165.384	400.000
Incrementar el número de turistas nacionales	Número de visitantes nacionales	9.984.913 (2018)	20.000.000

Fuente: Equipo consultor. (2020).

2.4 Análisis de Oferta y Demanda

2.4.1 Análisis de la oferta y las diversas funciones de la cadena

La oferta turística del Destino Pacífico Equatorial[18], se caracteriza por **un desarrollo espontáneo de los productos y servicios por parte de los actores, desde la perspectiva de emprendimiento.** Poco responde a un estudio o a un análisis de la demanda turística y sus requerimientos por segmento. En parte esta falencia tiene su raíz en la **ausencia de información disponible y de una instancia especializada que pueda orientar la inversión en el macro destino.**

Los GADs cantonales, que son la instancia gubernamental que tiene la competencia del sector turismo, tienen grandes diferencias de gestión según su tamaño y personal asignado. En varios municipios solo se cuenta con una persona encargada, no siempre está especializada en turismo y no tiene una articulación a una instancia especializada como podría ser una OGD.

La Universidad no está involucrada en el desarrollo de la oferta turística, lo cual sería deseable a futuro y hace parte de la propuesta.

Los servicios de soporte a los establecimientos del sector turístico no son especializados y de calidad y no están adaptados a las necesidades específicas, hay mucho por hacer para generar un clúster de turismo en el DPE.

[18] Comprende los 16 cantones, mencionados previamente. (3 de sur de Esmeraldas, 6 de Manabí norte y 7 de Manabí centro sur)

A continuación presentamos la información de las diversas funciones que comprenden la oferta turística y que se visualizan a lo largo de la cadena:

2.4.1.1 Función mercado final

A partir del análisis de la demanda se han determinado cuatro canales bien diferenciados, dos para visitantes extranjeros y dos para visitantes nacionales, mismos que permiten evaluar los vínculos de cada función de la cadena principal de turismo, conforme se resume a continuación:

Tabla 9. Canales

Mercado	Mercado Nacional		Mercado Extranjero	
Canal	**Canal A**	**Canal B**	**Canal C**	**Canal D**
Capacidad de gasto	Baja	Media	Baja	Media
Nivel de gasto promedio p/p	<USD 30	USD 30 a 60	<USD 60	USD 60 a 120
Origen	Quito, Guayaquil, Ibarra, Cuenca	Quito, Guayaquil	USA, Colombia Perú, España, Chile, Argentina, Alemania, Canadá, otros	USA, Colombia Perú, España, Chile, Argentina, Alemania, Canadá, otros
Características	Motivación por precio Busca sol y playa en feriados. Masivo Transporte terrestre Compra local de servicios.	Busca sol y playa en feriados.y tours de aventura. Reservan hotel previamente. Transporte terrestre bus o auto privado	Busca aventura, naturaleza, sol y playa. FIT[19] cuenta propia Transporte terrestre y compra local	Destino secundario en su ruta a Ecuador Buscan naturaleza, aventura, senderismo, deporte acuático, sol y playa. Compran servicios locales segunda categoría Transporte terrestre

Existe un canal E con gasto promedio mayor a USD 120 pero no se ha considerado porque su presencia es mínima.

En la gráfica de la cadena que se presenta más adelante, visualiza el **sistema de mercado** para el mercado nacional y extranjero y más adelante el flujo que sigue el turista desde su demanda, atravesando por diversos servicios según su necesidad hasta llegar al destino final.

[19] Fully independent traveller

Ilustración X. Cadena de valor de turismo en el macro destino – mercado nacional (99,9%)

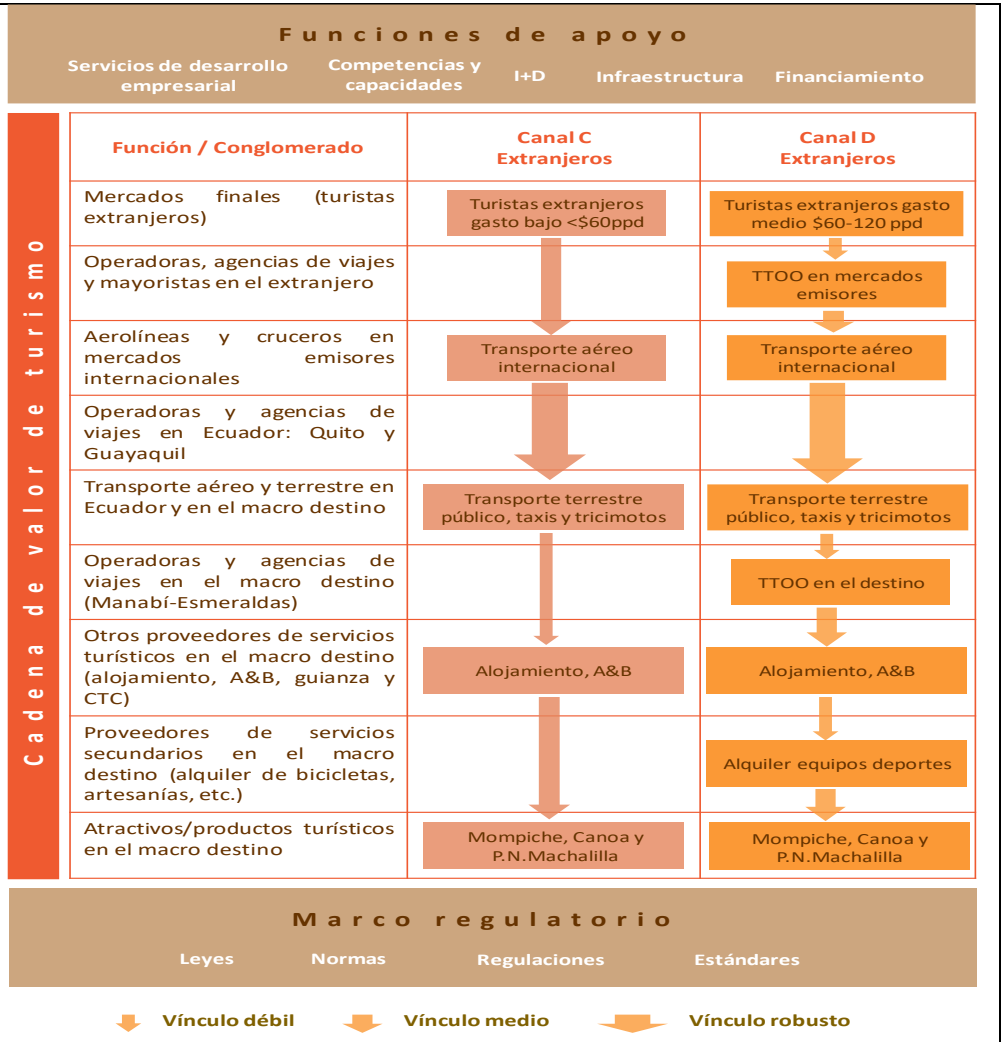

Ilustración X. Cadena de valor de turismo en el macro destino – mercado extranjero (0,1%)

Desarrollamos a continuación una breve descripción de las funciones de la cadena:

2.4.1.2. Función operadoras, agencias de viajes y mayoristas en el extranjero

En lo que respecta al uso de agencias de viaje en el país de origen de visitantes, partiendo del **gasto promedio por turista, ubicado en el canal D** – extranjeros **(1.320 dólares con base en 11 noches en Ecuador)**; se colige un mejor desarrollo de vínculos entre el canal D y los actores de la función evaluada. A lo expuesto, es esencial señalar que tan solo un **17% de turistas que arriban a Ecuador, adquiere paquetes turísticos en operadoras y agencias de viajes previo a su desplazamiento** (MINTUR, 2018). Así también, los actores de la función mantienen nexos con aerolíneas internacionales en los países emisores, planteamiento sustentado en un 32,3% de turistas extranjeros que adquieren su boleto aéreo en agencias de viajes (MINTUR, 2018). Por otro lado, los agentes de la función han desarrollado vínculos con operadoras nacionales, ubicadas en el mismo canal – D - en el país de destino (Ecuador: Quito y Guayaquil); con el fin de comercializar productos de los mundos Galápagos, Andes y Amazonía. Sin embargo, la **presencia en catálogos del mundo Costa apenas alcanza un 1%** (entrevistas a TTOO en TravelMart LatinAmerica, 2019).

En otro ámbito, según datos proporcionados por tour operadoras de Manabí, relacionadas con el canal D – extranjeros - de la cadena, los establecimientos que mantienen vínculos con los agentes del conglomerado en estudio son muy pocos. Estos nexos son fuertes o tienen potencialidad de consolidarse, en particular, en operadoras locales con oferta de productos de aventura combinados con sol y playa. También hay un interés creciente de operadoras internacionales y agencias inmobiliarias que buscan destinos para el retiro de jubilados en playas como Canoa (International Living, 2019). Finalmente, debe indicarse que los **actores del núcleo Esmeraldas sur, situados en los canales C y D – extranjeros, no han desarrollado enlaces con operadoras, agencias de viajes ni mayoristas en mercados internacionales**. Esto **se explica por el bajo nivel de desarrollo de productos y del destino en su conjunto, situado entre las fases de exploración e implicación**[20] frente al análisis del ciclo de vida de un destino turístico.

2.4.1.3 Función aerolíneas y cruceros en mercados emisores internacionales

Indudablemente las aerolíneas en mercados emisores internacionales mantienen un vínculo relevante con las operadoras, agencias de viajes y mayoristas en el extranjero, localizados en los canales C y D – extranjeros. De hecho, un 36,7% del turista que llega a Ecuador por vacaciones adquiere su pasaje aéreo en agencias de viaje en su país de origen (MINTUR, 2018). Asimismo, se advierte un nexo importante entre las aerolíneas analizadas y los mercados finales (canales C y D); reflejado en un 35,3% de turistas extranjeros que compran su boleto aéreo por cuenta propia, sin acudir a una agencia de viajes.

En cuanto a los cruceros que arriban al puerto de Manta, se ha registrado un aumento gradual; sin embargo, este incremento, **no ha dado lugar a encadenamientos con servicios en los alrededores de Manta** (núcleo Manabí Sur), exceptuando por desplazamientos cortos a sitios de visita como Montecristi. De esta forma se advierte la **falta de productos turísticos competitivos acordes con el perfil del visitante que arriba al destino**.

2.4.1.4. Función operadoras y agencias de viajes internacionales en Ecuador

En lo que atañe a la comercialización de productos, las operadoras y las agencias de viajes, situadas en Ecuador - como en el extranjero - expenden fundamentalmente productos relacionados con ecoturismo y circuitos generales, siendo **evidente la falta de innovación de nuevos productos dirigidos a segmentos y nichos de**

[20] La teoría del ciclo de vida de un destino turístico (CVDT) se fundamenta en el análisis de las fases evolutivas del desarrollo de un destino a partir de los cambios en el crecimiento de los visitantes y la consecuente expansión de las infraestructuras, prestando especial atención a la planificación y a la gestión que acompañan el desarrollo, así como a la caracterización de los visitantes, de la población local y de la relación entre ambos. El CVDT comprende las fases de exploración, implicación, desarrollo, consolidación, estancamiento y declive o rejuvenecimiento.

mercado específicos. Las TTOO nacionales y del extranjero, reportan que el producto sol y playa (oferta actual del macro destino) obtiene la posición 10/12 en el análisis de productos turísticos que identifican mejor al país; esto implica que tan solo un 5% de TTOO consideran que el producto sol y playa identifica al destino Ecuador (MINTUR, 2009).

De otra parte, los servicios ofertados a turistas extranjeros con capacidad media de expendio son organizados por operadoras y agencias de viaje de Quito y Guayaquil del canal D de la cadena. Para ello consideran tanto servicios propios (transporte turístico terrestre y guianza) como servicios prestados por proveedores locales (alojamiento de 2 y 3 estrellas) situados en el mismo canal. Las TTOO y agencias de viajes de Quito y Guayaquil no han generado vínculos con operadoras locales, situadas en el canal D de la cadena. Lo anterior responde a la informalidad y la calidad deficiente de los servicios ofertados por los actores en territorio. En cuanto a la evaluación de la cadena de valor para el mercado nacional, dado que el visitante local opta por la compra de servicios turísticos sin empaquetar, no se registran vínculos entre las operadoras y agencias de viaje internacionales de Quito y Guayaquil con actores del resto de funciones de la cadena.

2.4.1.5 Función transporte aéreo y terrestre en Ecuador

El macro destino alberga los aeropuertos internacionales Coronel Carlos Concha Torres en Esmeraldas y Eloy Alfaro en Manta (en reconstrucción), así como el Aeropuerto Los Perales, ubicado en San Vicente. Por lo que respecta al desarrollo de vínculos entre actores de la cadena, se debe indicar que las aerolíneas que prestan el servicio de transporte hacia el macro destino mantienen nexos débiles con los mercados finales. Los pocos vínculos desarrollados se concentran, en particular, con turistas localizados en el canal D – extranjeros, que llegan sin paquete turístico, y con visitantes, situados en el canal B – nacionales, de la cadena. La operación, hasta hace poco, de dos aerolíneas en la ruta Quito – Manta - Quito, con tarifas de ida y vuelta entre US$ 130,00 y US$ 400,00, ha limitado la evolución de vínculos entre los agentes de la cadena y ha condicionado la captación de otros mercados del país. Esta situación básicamente resulta por el bajo volumen de turismo manejado en el destino, la inmadurez de los productos y la escasa inversión en promoción. Entretanto, la operación de rutas hacia Esmeraldas partiendo exclusivamente desde Quito y Cali, así como, los frecuentes cambios de horario y cancelaciones de vuelos; mantienen relación directa con la falta de una demanda consolidada y de productos turísticos diversos en el destino. Esta situación sin duda obstaculiza el desarrollo de la cadena y consecuentemente del destino.

Con relación al transporte terrestre en Ecuador, Quito y Guayaquil (principales mercados emisores de turistas hacia el macro destino) disponen de 164 empresas de transporte turístico terrestre. Sin embargo, debido al bajo posicionamiento de la oferta turística del mundo costa, no existe integración entre los agentes de esta función y las operadoras y agencias de viajes en las ciudades citadas, salvo en pocas ocasiones que se precisa el servicio. Tampoco se han desarrollado vínculos entre los negocios de este conglomerado y las operadoras locales.

2.4.2 Contexto de las funciones de la cadena, gestionadas desde el macro destino

Datos del Catastro de establecimientos turísticos revelan la existencia de 1.906 empresas en los tres núcleos turísticos priorizados[21] en Manabí y Esmeraldas, lo que **representa el 8% de los negocios turísticos a nivel nacional** (MINTUR, 2019).

[21] Núcleo Esmeraldas sur: cantones Atacames, Esmeraldas y Muisne. Núcleo Manabí norte: cantones Bolívar, Chone, Jama, Pedernales, San Vicente y Sucre. Núcleo Manabí centro sur: cantones Jaramijó, Jipijapa, Manta, Montecristi, Portoviejo, Puerto López y Rocafuerte.

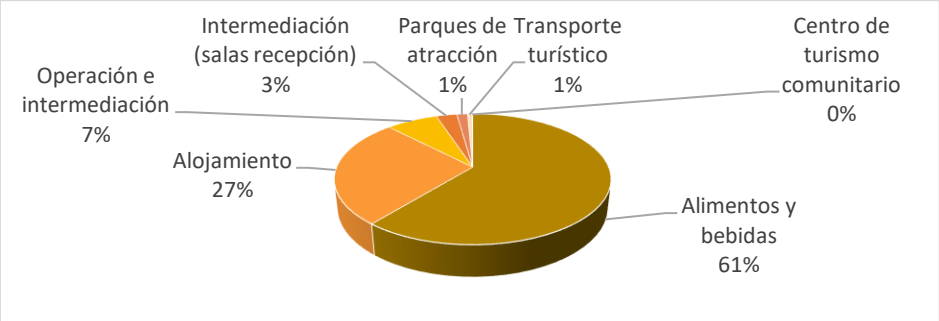

Ilustración 6. Composición de la planta turística del macro destino
Fuente: Ministerio de Turismo, 2019. *Catastro de establecimientos turísticos.*

Otro dato relevante derivado del análisis del catastro de establecimientos turísticos es el relacionado con el empleo. Se cuentan con alrededor de 10 mil personas contratadas en el macro destino, 1.776 en el núcleo Esmeraldas sur, 1.387 en el núcleo Manabí norte y 6.434 en el núcleo Manabí centro sur (MINTUR, 2019). A lo indicado, se debe sumar que, **el empleo de la rama productiva, en la jurisdicción examinada, no cumple necesariamente con los principios del trabajo decente**[22], **evidenciando ingresos insuficientes, actividades de baja productividad, falta de protección social básica, poca estabilidad laboral y escasos mecanismos de diálogo social**. Sobre esta problemática busca actuar el proyecto.

En concordancia con la composición de la planta turística, se nota que el empleo del macro destino se concentra en la actividad de alimentos y bebidas, 58%; posteriormente, se ubica el alojamiento, 31%; la operación e intermediación, 4%; y un 7% corresponde al empleo generado en las actividades de intermediación (salas de recepción), parques de atracción, centros de turismo comunitario y transporte turístico.

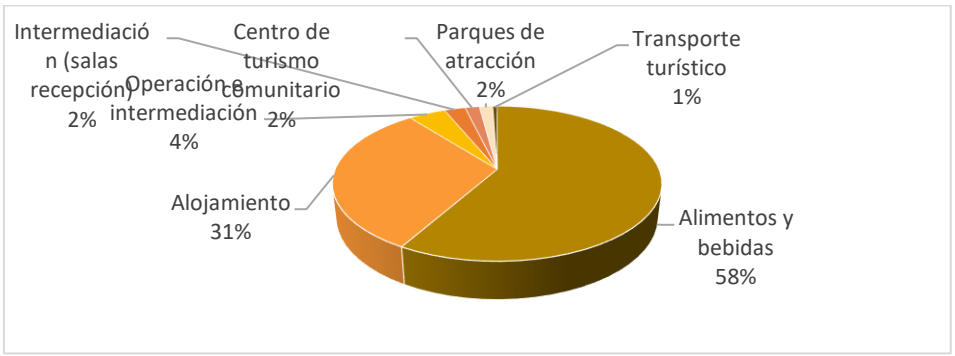

Ilustración 7. Composición del empleo turístico en el macro destino
Fuente: Ministerio de Turismo, 2019. Catastro de establecimientos turísticos.

Por lo que se refiere a la clasificación de las empresas, según su tamaño, se observa que el **92% de la planta turística del macro destino (1.706 establecimientos)** corresponde a la clasificación de microempresas, seguido de un 7% en la categoría de pequeñas empresas (140 negocios). **El 70% de los establecimientos se concentran en 4 de los 16 cantones:** Manta (32%), Portoviejo (17%), Atacames (10%) y Puerto López (9%).

Se identifican tres síntomas determinantes que reducen la competitividad del macrodestino:

[22] El trabajo decente es un concepto que busca expresar lo que debería ser, en el mundo globalizado, un buen trabajo o un empleo digno. Se caracteriza por cuatro objetivos estratégicos: las oportunidades de empleo, la protección social, los derechos en el trabajo y el diálogo social (OIT, 2016a).

- Falta de cultura turística orientada a construir experiencias positivas en el visitante
- Deficiente cumplimiento de estándares de calidad y seguridad.
- Prácticas de competencia desleal principalmente en precios, (en los canales AyC)

Se describe a continuación cada una de las funciones gestionadas en el macro-destino:

2.4.2.1 Función transporte terrestre en el macro destino

Clasificación y categoría

El transporte turístico presenta una participación del 1% en la planta de servicios del macro destino (13 empresas). El 62% de estos establecimientos se clasifica como transporte terrestre, el 23% como marítimo y fluvial, y el 15% como transporte aéreo. El 85% del transporte turístico se concentra en el núcleo Manabí centro sur (11 empresas), mientras que, los núcleos Manabí norte y Esmeraldas sur albergan 1 empresa en cada núcleo.

El 70% de establecimientos se atribuye a la categoría servicio de transporte terrestre turístico y un 10% a la categoría land tour diario.

Análisis de la función en la cadena de valor

Datos del Ministerio de Transporte y Obras Públicas, dan cuenta que Esmeraldas y Manabí tienen una red vial de 1.694 km. En esta red la principal carretera estatal es la Vía del Pacífico o E-15, la cual conecta Esmeraldas, Manabí y Guayas con un total de 733 Km.

Por lo que respecta a los actores relacionados con el servicio de transporte terrestre turístico en el macro destino, 13 empresas forman parte de las micro y pequeñas empresas (MIyPEs) y aportan con tan solo el 1% del empleo total por turismo en la circunscripción estudiada (50 puestos de trabajo). Estos negocios no han logrado desarrollar vínculos consistentes con los agentes del canal D – extranjeros, en particular con operadoras y agencias de viajes locales. La falta de nexos, debido al insuficiente número de unidades, calidad deficiente en torno a las unidades de transporte y el personal a su cargo, precios elevados, e informalidad; ha motivado el desarrollo de enlaces, aunque aún débiles, entre TTOO y agencias de viajes locales con proveedores de transporte terrestre turístico y con compañías de transporte público de Quito y Guayaquil. En adición al transporte terrestre turístico, taxis y tricimotos prestan soporte a la función indagada, esencialmente en los destinos de sol y playa. Estos servicios, aunque brindan condiciones básicas de calidad, son altamente demandados por visitantes de los cuatro canales.

Continuando con el análisis del transporte, debe señalarse la disponibilidad de múltiples compañías de buses de transporte terrestre público que conectan al macro destino con otras ciudades del país. Este servicio es el más empleado por los cuatro mercados finales de la cadena, especialmente por los visitantes de los canales A – nacional y C – extranjero, ambos con capacidad baja de expendio, que llegan a los terminales de Esmeraldas, Manta y Portoviejo, y en menor escala a terminales de Pedernales y Bahía de Caráquez.

2.4.2.3 Función operadoras y agencias de viajes en el macro destino

Clasificación

La operación e intermediación turística en el macro destino representa una proporción minoritaria (7%) en relación con la planta turística en su conjunto. De las 137 empresas que constan en esta clasificación, el 59% son operadoras turísticas (actores clave del turismo receptivo), le sigue un 23% que se clasifica como agencias de viajes duales. El 18% restante agrupa a las agencias de viaje internacionales y mayoristas.

Análisis de la función en la cadena de valor

El análisis de empleo ilustra que las empresas (mayormente microempresas) de la función crean alrededor de 417 puestos de trabajo (4% del empleo total en turismo del territorio examinado). De este contexto se deriva una relación empleo/empresas de 3,04; lo que revierte que, cada empresa genera alrededor de 3 empleos.

Continuando con la revisión de la cadena, las operadoras y las agencias de viajes duales en Manabí (98 empresas) y Esmeraldas sur (14 establecimientos) son actores débiles que generalmente no han identificado ventajas competitivas en su oferta (íconos diferenciadores únicos o exclusivos). La debilidad de los agentes se manifiesta principalmente en la **falta de personal con competencias técnicas en operación turística y marketing**, en el déficit de equipo especializado, y en el poco capital de trabajo para acceder al mercado. Lo antes mencionado ha coartado las oportunidades para diseñar por ejemplo productos especializados para

segmentos que buscan modalidades distintas a la oferta de sol y playa; o bien para generar herramientas tecnológicas que acerquen la oferta y la demanda. Finalmente, ha profundizado la fragmentación entre los agentes de la función evaluada y los actores de los canales B y D.

El escenario expuesto, no es ajeno a las pocas tour operadas y agencias de viajes que han provocado vínculos con proveedores de servicios turísticos en el macro destino (alojamiento y alimentación de segunda y tercera categoría). No obstante, estas empresas han apostado por el desarrollo de productos de aventura y naturaleza. Es importante mencionar que varias operadoras y agencias de viajes duales, que trabajan en el territorio, cuentan con su propio servicio de alojamiento, transporte y guianza. En este contexto, la falta de vínculos entre los actores de esta función y los prestadores de servicio en territorio ratifica la brecha de calidad del servicio y la informalidad de la planta de servicios turísticos locales. La operación en el macro destino se gestiona por menos de 10 operadoras turísticas locales con poca diferenciación en su oferta. Es necesario alertar la presencia de actores informales en el macro destino que ejercen el rol de tour operadores. Este hecho ocurre fundamentalmente en los destinos de sol y playa y se relaciona con la oferta de deportes acuáticos y aéreos carentes de estándares de seguridad y calidad.

2.4.2.4 Función alojamiento en el macro destino

Clasificación y categoría

En términos del macro destino, los alojamientos (510) representan el 27% del total de la planta turística de la jurisdicción investigada. Dichos establecimientos se concentran en hostales (51% con 250 empresas), hoteles (30% con 151 negocios), hosterías (14% con 72 unidades) y casas de huéspedes, campamentos turísticos o lodges (5% con 37 empresas). El 63% de las empresas de alojamiento del macro destino son de segunda y tercera categoría. Un 28% corresponde a la categoría segunda (3 estrellas) y un 35% se atribuye a la categoría tercera (2 estrellas). Las categorías lujo, primera, cuarta y única congregan el 37%

Capacidad instalada (habitaciones y plazas)

Las empresas de alojamiento registran una capacidad de 28.859 plazas distribuidas en 10.368 habitaciones. El análisis de la relación plazas/habitación refleja un promedio de 2,9 plazas por habitación, cociente que supera los parámetros internacionales de referencia (1,7 plazas por habitación). Hay que tomar en cuenta que a mayor número de plazas por habitación se limita la calidad del servicio.

Análisis de la función en la cadena de valor

El eslabón de alojamiento genera una cuota significativa de puestos de trabajo (2.994), que representan el 31% del empleo total en turismo del macro destino. La relación plazas/empleo se ubica en 9,97, lo que significa que, por cada 10 plazas gestionadas, se genera 1 empleo. Por lo que se refiere a la clasificación de las empresas según su tamaño, el 99% de la planta de alojamiento corresponde a la clasificación de MIyPEs.

En otro orden, es necesario reseñar la tendencia de los alojamientos a edificar infraestructuras carentes de criterios de construcción sostenible y resiliente ante desastres por amenazas naturales. Este hecho, por un lado, impacta negativamente el paisaje en los destinos, y por el otro, pone en riesgo tanto a las personas (visitantes y población local) como a los activos.

Luego de estas consideraciones, con base en los canales identificados en la cadena, se han definido tres tipologías de alojamientos en el macro destino, según.

Canal A – capacidad baja de expendio: En este canal se ubican **123 establecimientos de alojamiento de cuarta categoría** (1 estrella), con tarifas entre US$ 7 y US$ 15 por persona por noche, orientados a visitantes nacionales con bajo nivel de expendio. Las tarifas de estas unidades carecen de análisis de costos y varían en función de temporadas. Fundamentalmente se localizan en espacios que guardan relación con el producto de sol y playa, bajo un modelo de turismo masivo. Esto junto con la falta de vínculos verticales que faciliten el acceso a mercados finales, contribuye a que su ocupación se concentre en feriados y fines de semana.

Canal B - capacidad media de expendio y canal C – capacidad baja de expendio: **Comprende 181 empresas de alojamiento de tercera categoría (2 estrellas)**, con tarifas promedio entre US$ 15 y US$ 30 por persona por

noche. Enfocan su oferta a visitantes nacionales con capacidad media de expendio y a visitantes extranjeros con nivel de gasto bajo. Al igual que el canal anterior, los establecimientos de este conglomerado carecen de estructuras administrativas financieras y de mercadeo básicas, aspecto que limita su rentabilidad en el largo plazo. Estos negocios generalmente se ubican en áreas relacionadas con el producto de sol y playa como en zonas urbanas. Lo expuesto incide en su tendencia de ocupación, los primeros logran un mejor desempeño en feriados, mientras que, el segundo grupo, de lunes a viernes capta un mercado de turistas nacionales que arriban por negocios, en particular, a las ciudades de Esmeraldas, Portoviejo y Manta. Nótese que, en adición a los actores formales del canal, ha proliferado un creciente mercado de negocios que prestan el servicio de alojamiento mediante plataformas como Airbnb. Estos emprendimientos ofrecen tarifas inferiores a la media de los establecimientos registrados en el catastro del MINTUR.

Canal D – capacidad media de expendio: Conformado por **142 establecimientos de alojamiento de segunda categoría (3 estrellas)**, con tarifas entre US$ 30 y US$ 45 por persona por noche. Estas unidades productivas se localizan particularmente en espacios relacionadas con el producto de sol y playa y aventura. Su mercado principal son visitantes extranjeros con capacidad media de expendio que contribuyen con la desestacionalización de temporadas. Una parte de los alojamientos del canal D, situados en áreas urbanas, orientan su oferta a visitantes que viajan por negocios, especialmente a Portoviejo y Manta. Del mismo modo que las dos tipologías antes expuestas, los negocios ubicados en este canal no han desarrollado vínculos con operadoras internacionales; no obstante, mantienen nexos escasos con operadoras locales y nacionales (Quito y Guayaquil). A diferencia de los establecimientos de los canales A, B y C, los actores analizados disponen de esquemas básicos de gestión financiera y encuentran en las redes sociales su principal mecanismo de promoción.

Fuera de los establecimientos comprendidos en los cuatro canales de la cadena, amerita mencionar la gestión impulsada por alojamientos de primera categoría de la ciudad de Manta (cinco hoteles de cuatro estrellas), que han encontrado una oportunidad de especialización y diferenciación en el producto de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones.

2.4.2.5 Función alimentos y bebidas en el macro destino

Clasificación y categoría

La participación de la industria de alimentos y bebidas (A&B), del macro destino, es categórica. 1.162 establecimientos constituyen el 61% de la planta turística. La mayoría de las empresas se clasifica como restaurantes (70%) y fuentes de soda (12%). El 18% restante corresponde a bares, cafeterías y discotecas.

El 70% de establecimientos de A&B son de tercera (48%) y cuarta categoría (22%), un 5% es de primera y un 25% de segunda.

Capacidad instalada (mesas y sillas)

La capacidad instalada de los establecimientos de A&B del macro destino es de 60.035 sillas distribuidas en 15.048 mesas. Sobre esta base, la relación sillas/mesa muestra un promedio de 4 sillas por mesa, razón enmarcada en los estándares recomendados en el sector. El estudio de la relación sillas/plaza refiere una razón de 2 sillas por plaza de alojamiento, lo que supone que un huésped tiene pocas opciones para consumir alimentos y bebidas.

Análisis de la función en la cadena de valor

Con respecto a empleo, las unidades productivas de A&B generan 5.589 puestos de trabajo, que significan el 58% del empleo total en turismo del territorio indagado. A partir de estos datos se repara que la relación sillas/empleo es de 10,74; lo que simboliza que, por cada 11 sillas atendidas, se genera 1 empleo. Lo señalado, también implica que cada asalariado atiende en promedio a 2,6 mesas. En cuanto a la clasificación de empresas, por tamaño, el 100% de negocios de la rama de A&B son micro y pequeñas empresas. De hecho, el 93% son microempresas que generan el 78% del empleo en la industria (4.342 empleos).

Para finalizar, cabe señalar que, pese a la riqueza gastronómica de Manabí y Esmeraldas sur, la generalidad de actores de esta función guarda en común un bajo nivel de diversificación en la oferta, poco valor agregado y limitada valoración de la cadena de valor de la gastronomía.

2.4.2.6 Función guianza en el macro destino

Clasificación

De conformidad con la base de datos de guías del Ministerio de Turismo (2019b), en el macro destino se encuentran registrados 167 guías, 112 están bajo la clasificación de guías locales, 50 son guías nacionales y 5 se clasifican como especializados. El 96% se sitúa en Manabí (160 guías: 108 locales, 47 nacionales y 5 especializados). El 4% restante está en Esmeraldas (7 guías: 4 locales y 3 nacionales).

Análisis de la función en la cadena de valor

Los guías cumplen un rol sustancial en fascinar al turista con una interpretación que supere la mera caracterización de los sitios visitados. Sin embargo, a consecuencia de la operación turística restringida en el macro destino, los profesionales del ramo mantienen vínculos limitados con operadoras y agencias de viajes en el territorio y, por consiguiente, con los mercados finales. Tal como se advirtió anteriormente, las pocas TTOO y agencias de viajes de Quito y Guayaquil que comercializan la oferta del macro destino, suelen trabajar con sus propios guías, aduciendo informalidad, falta de guías especializados, carencia de competencias para generar experiencias invaluables, e insuficiencia en el manejo de idiomas por parte de sus pares en el destino en análisis. Es preciso mencionar que, en varios sitios de visita relacionados con la oferta de sol y playa, tour operadoras informales incluyen en su servicio a un responsable o anfitrión de excursiones, carente de las competencias técnicas para garantizar estándares básicos de calidad y enriquecer la experiencia de los visitantes.

2.4.2.7 Función centros turísticos comunitarios en el macro destino

Las Gilces constituye el único Centro de Turismo Comunitario (CTC) del macro destino, registrado en el Ministerio de Turismo. Localizada en el núcleo Manabí sur, cantón Portoviejo, parroquia Crucita; la comuna sobresale por sus cerca de 28 ha de manglar que alberga una variedad de 50 especies de aves. Al amparo del Reglamento para los CTC (MINTUR, 2010), la comuna provee los servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transportación y operación turística. Bajo este marco, Las Gilces cuenta con una capacidad de 112 plazas, distribuidas en 53 habitaciones. En tanto que, el servicio de A&B dispone de 624 sillas asignadas a 156 mesas.

En adición a la comuna Las Gilces, según datos de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) sobresalen otras iniciativas de turismo comunitario en los núcleos en estudio; no obstante, estas no han sido registradas ante la Autoridad Nacional de Turismo. Los emprendimientos nacientes, nuevos o medianamente establecidos, que ofertan en particular los servicios de alojamiento, alimentación y operación turística, son: Bellavista, Portovelo, Agua Blanca, Las Tunas, Salango, Caimito, Chachis, Comuna Tongorachí, Estero de Plátano, Galera, La Florida y Quingue.

Análisis de la función en la cadena de valor

Los actores de esta función mantienen la integración vertical más débil de la cadena al disponer de un producto poco innovador y privado de estándares de calidad y seguridad. El servicio de este conglomerado se dirige, en particular, a visitantes nacionales con bajo nivel de expendio, canal A, y en menor escala a visitantes nacionales con capacidad de gasto medio, canal B. La mayor parte de estos segmentos llegan en calidad de excursionistas, motivados por actividades relacionadas con naturaleza y cultura.

2.4.2.8 Función de proveedores de servicios secundarios en el macro destino

La oferta actual del macro destino, sol y playa ha motivado el desarrollo de micro emprendimientos inmersos en este giro, con prácticas informales de operación y que generalmente impactan en el ordenamiento territorial de los espacios de uso público. Los negocios que conforman la función carecen de innovación y tienden a concentrarse en pocas tipologías. En los destinos prevalecen unidades productivas relacionadas con

escuelas de surf, alquiler de equipo y tiendas de artesanía carentes de identidad y con poco valor agregado. Otros rubros relacionados con actividades escénicas, servicios (por ejemplo, internet y bienestar) o cursos cortos especializados (cocina, medicina natural, idioma, pintura, fotografía, música, etc.) no han sido desarrolladas en los destinos.

Los agentes de esta función se activan especialmente en feriados y fines de semana. La escasa rentabilidad que alcanzan conduce a un constante cambio de actividad económica.

2.4.3 Función atractivos y productos turísticos

2.4.3.1 Inventario de atractivos

Constituyen el punto final de llegada del turista y a la vez el imán o razón por la cual deciden emprender el viaje.

Según la metodología MINTUR 2028, se encuentran levantados un total de 98 atractivos de los cuales el **mayor porcentaje son atractivos culturales**. Con metodología de años anteriors y con base en el levantamiento de información desarrollado, se actualizó la información, identificándose 194 atractivos, los cuales podrán ser clasificados.

2.4.3.2 Facilidades turísticas

Existen varias facilidades turísticas implementadas por el Ministerio de turismo en el macro destino. Existen varias facilidades como: servicios higiénicos, duchas, torres salvavidas, proyectos de accesibilidad, miradores, senderos, museos, centros de interpretación, áreas recreativas, etc., que se detallan en el Anexo 2, muchas de estas se encuentran deterioradas, otras han sido removidas y otras al momento si están habilitadas para el uso de los visitantes. El Ministerio de Ambiente por su parte también cuenta con facilidades en sus áreas naturales, muchas de ellas también en estado de deterioro. El listado de las facilidades se presenta a continuación:

2.4.3.3 Centros de distribución turística del Destino Pacífico Ecuatorial

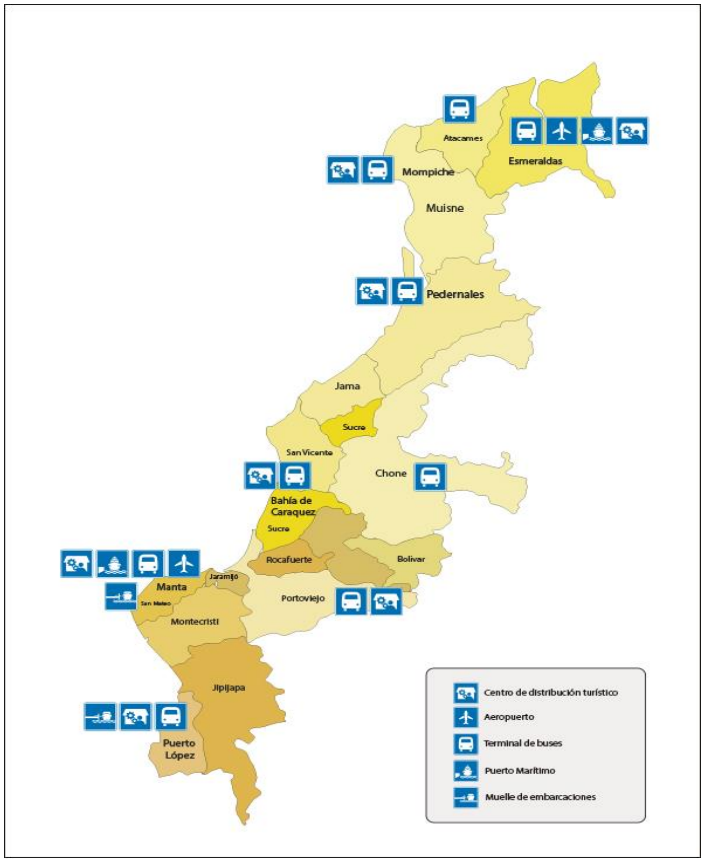

Ilustración 8. Centros de distribución turística

Con base en criterios de tipificación del espacio turístico, se ha organizado al macro destino por núcleos y en cada uno de estos se ha identificado los centros de distribución y destinos priorizados más relevantes, como se describe a continuación:

Núcleo 1) Esmeraldas sur. Destinos: Esmeraldas ciudad, Atacames y Mompiche.

Núcleo 2) Manabí norte. Destinos: Jama-Pedernales y Canoa-San Vicente-Bahía de Caráquez.

Núcleo 3) Manabí centro sur. Destinos: Portoviejo, Manta-Montecristi y Puerto López-Puerto Cayo.

2.4.3.4. Portafolio de productos turísticos del destino Pacífico Equatorial

Los productos turísticos del macro destino se dividen en tres categorías:

1. **Actual:** Tiene operación turística o podría ser operado actualmente.
2. **En desarrollo (estratégico):** Está siendo operado de una manera informal, no cumple con todas las características para ser un producto y/o no cumple con los principios de sostenibilidad turística.
3. **Potencial (oportunidad):** No está siendo operado debido a que aún no se ha configurado como producto turístico. Se enmarca en los lineamientos de políticas públicas y se alinea a los principios de turismo sostenible.

A continuación, se presenta un cuadro resumen que ubica el producto en la categoría de actual, en desarrollo o potencial, para cada núcleo turístico.

Tabla 10. Productos turísticos del núcleo Esmeraldas sur

Productos	Actuales	Potenciales	En Desarrollo
Naturaleza	• **Excursión a Esmeraldas:** visita en canoa por el manglar del río Esmeraldas, estuario y manglares del río Esmeraldas, caminata o ciclismo en bosque tropical LVT, visita a trapiches, cascada de Mutile, cascada del Tigre, malecón playa Las Palmas. • **Ecoruta Marina Esmeraldas:** recorrido en lancha por el puerto pesquero, playa Las Palmas, buques petroleros, estuario y manglares del rio Esmeraldas con observación de fauna y flora. • **Excursión en lancha o kayak por los manglares de Mompiche:** observación de flora y fauna, restos arqueológicos, extracción de conchas, observación de plancton, cangrejos y monos aulladores • **Sol y Playa en las islas Portete y Júpiter**	• **Visita al centro comunitario Estero del Plátano:** caminatas, avistamiento de flora y fauna, gastronomía. • **Visita al centro comunitario Tongorachi:** Caminatas, avistamiento de flora y fauna, gastronomía. • **Pesca artesanal vivencial:** estuario y manglar de río Esmeraldas, Reserva Galera San Francisco, Mompiche, Daule, Chamanga.	• **Observación de Ballenas:** desde Atacames, Sua, Muisne y Mompiche • **Sol y Playa:** Las Palmas, Tonsupa, Atacames, Súa, Same, Tonchigue, Los Pájaros y Muisne.
Cultura	• **City Tour Esmeraldas:** visita a los miradores, puerto pesquero "Las Palmas", museo y centro cultural Esmeraldas, museo arqueológico de Esmeraldas, mercado de Esmeraldas, platos y dulces en base al coco en malecón Las Palmas. • **Visita a la comunidad Chachis:** ecoturismo, caminatas y gastronomía.	• **Gastronomía en la ciudad de Esmeraldas:** visita al puerto pesquero y mercado Esmeraldas • **Gastronomía y naturaleza en Galera - Muisne:** Ecoturismo, Caminata, Observación de Aves, Pesca Artesanal, Gastronomía, Palenque Cultural, Boulevard Gastronómico Galera. • **Gastronomía, artesanías y naturaleza en Atacames:** Visita al Boulevard Gastronómico y Artesanal la Bocana, paseo en lancha o kayak por el manglar de Atacames.	
Aventura	• **Pesca deportiva en el estero de Esmeraldas:** pesca con caña • **Buceo (wreck diving) en Tonsupa:** "barco hundido" en Tonsupa y "El Bajo" entre Tonsupa y Esmeraldas • **Buceo en Portete y Galera San Francisco:** Las Piedras, Playa Portete, Reserva Marina "Galera San Francisco", El Quingue, San Francisco y Estero del Plátano • **Clases y alquiler de equipos en Mompiche:** surf, knee boarding • **Pesca deportiva en los manglares de Mompiche:** Pesca deportiva con caña y arpón	• **Kayak en manglar del Estero Esmeraldas.** • **Excursiones y alquiler de equipos en Mompiche:** paddleboard, buceo, snorkel, ciclismo de montaña, senderismo. • **Excursiones y alquiler de equipos en comunidad Tongorachi:** surf, paddleboard, buceo, snorkel, ciclismo de montaña, senderismo. • **Eventos deportivos:** ciclismo ruta de la Marimba en Esmeraldas, motos acuáticas y canotaje.	

Tabla 11. Productos turísticos del núcleo Manabí norte

Productos	Actuales	Potenciales	En Desarrollo
Naturaleza	• **Turismo rural en Río Muchacho:** caminatas, observación de flora y fauna, visita a las plantaciones de frutas y verduras, gastronomía local. • **Ruta del Cacao:** visita a la hacienda Fortaleza del Valle, cultivos de cacao donde se aprecia su variedad, proceso de siembra, control de plagas, riego, cosecha y post cosecha, proceso del cacao a chocolate. • **Visita a los manglares en Isla Corazón:** recorrido en canoa o kayak para observación de flora y fauna alrededor de los manglares de la Isla. • **Observación de Aves en la Segua:** recorrido en lancha alrededor del Humedal La Segua para la observación de Aves. • **Visita a la Cordillera del Bálsamo:** caminata por el bosque seco, avistamiento de flora y fauna.	• **Visita al estuario y humedal Juananú,** caminatas y observación de aves • **Visita a la Reserva Mache Chindúl:** caminatas, observación de aves. • **Visita Represa La Esperanza:** caminatas, observación de aves. • **Visita Cordillera del Bálsamo:** caminatas, observación de aves. • **Pesca vivencial artesanal:** Pedernales, Jama, Sucre, San Vicente (El Matal, Don Juan, Puerto Ébano, Eloy Alfaro, Cojimíes)	• **Observación de ballenas:** Pedernales, Jama, Sucre y San Vicente. • **Sol y Playa:** Pedernales, Jama, Sucre y San Vicente.
Cultura	• **Ruta del Queso Chonero:** visita hacienda con producción ganadera donde se observa y degusta la elaboración del queso chonero y sus derivados. Visita a centro de acopio donde elaboran quesos de sabor y yogurt. Visita panorámica al Humedal de la Segua. • **Feria caballo fino de paso en Chone:** visita a la comunidad de crianza de caballos de paso fino. Feria y exposición de caballos, fiesta montubia (música –artesanías) y selección del mejor caballo	• **Ruta Arqueológica Jama - San Vicente - Bahía:** visita zona arqueológica Coaque, Santa Teresita, Beche Abajo, zona arqueológica Tabuga, La Providencia, Salima, colección Municipio de Jama, colección colegio de Jama, museo Banco Central, zona arqueológico Chirije, San Isidro, zona Cordillera El Bálsamo, Japotó, El Recreo	
Aventura	• **Bosque Húmedo de Cabo Pasado**: caminatas y avistamiento de especies de flora y fauna “mono aullador y perezoso”. • **Kayak en la Represa La Esperanza:** recorrido en kayak, visita salto de agua en la localidad, visita a finca para degustar gastronomía local. • **Vuelo libre, alas delta, parapente y surf en Canoa** • **Pesca deportiva en Cojimíes, El Matal, La Bellaca** • **Cabalgata por Briceño:** recorrido en caballo por la playa o el bosque de Briceño (entre Bahía y Canoa)	• **Clases, excursiones y alquiler de equipo en playa de Pedernales, Canoa, Jama, Bahía de Caráquez:** surf, windsurf, kitesurf, paddleboard, snorkel, sky acuático, buceo ciclismo de montaña. • **Buceo, pesca deportiva en Cabo Pasado y Bajo de Santa Martha** • **Humedal Juananú y Humedal La Segua:** recorrido en kayak **Eventos deportivos:** Ecuador Trail Tour “Quilotoa – Pedernales”, alas delta “Canoa Open”, natación “Travesía San Vicente-Bahía”, ciclismo de montaña “Río Canoa”, campeonato de golf “Costa Jama” • **Water bikes / bicicletas de agua:** Jama	

Tabla 12. Productos turísticos del núcleo Manabí centro sur

Productos	Actuales	Potenciales	En Desarrollo
Naturaleza	• **Visita al manglar de La Boca:** paseo en lancha, observación de flora y fauna, gastronomía con la comunidad. • **Reserva de Vida Silvestre Pacoche:** recorrido y avistamiento de flora y fauna por el sendero del mono, visita a playa de San Lorenzo. • **Ciclismo en Cerro Hojas Jaboncillo y Parapente en Crucita**. • **Tour P.N Machalilla / Observación de ballenas (junio-agosto)** • **Tour Isla de la Plata/ Observación de ballenas (junio-agosto)**	• **Circuito de senderismo y observación de flora y fauna**: Cerro Hojas Jaboncillo, Reserva Marino Costera Pacoche y P.N Machalilla (El Pital, San Sebastián, Cantagallo, Isla de la Plata, Salango). • **Pesca Vivencial corrales marinos Liguiqui** • **Pesca artesanal vivencial:** manglar la Boca, Jaramijó, Puerto Cayo, Salango.	• **Observación de ballenas:** Crucita, Tarqui, Murcielago**,** San Mateo, Santa Marianita, Liguiqui, San Lorenzo, Puerto Cayo. • **Sol y Playa:** Tarqui, Murciélago, San Mateo, Santa Marianita, San Lorenzo, Puerto Cayo, P.N
Cultura	• **City tour Portoviejo:** visita al museo cerro de Hojas Jaboncillo, Jardín Botánico UTM, Parque La Rotonda, Parque Las Vegas. • **City tour Manta:** museo municipal etnográfico Cancebí, museo centro cultural Manta, muelle del Puerto de Manta, museo del Banco Central, astillero de Manta, Casa Rosada, Montecristi, Ciudad Alfaro. • **Comunidad de Agua Blanca:** museo, recorrido por sendero para observación de aves, laguna de agua sulfurosa, playa Los Frailes. • **Visita a Montecristi:** Observación del tejido del sombrero de paja toquilla y visita al	• **Ruta Manteña (Portoviejo-Manta-Puerto López):** visita sitios arqueológicos, senderos y museos. Cerro de Hojas-Jaboncillo, Pacoche, Liguiqui, Salango, Agua Blanca, Salaite, Isla de la Plata, Montecristi, Ciudad Eloy Alfaro, Pile.	
Aventura	• **Ciclismo de montaña en el P.N Machalilla** • **Cabalgata o senderismo en el bosque húmedo de San Sebastián:** parte del P.N Machalilla, con intervalos para la observación de aves. • **Buceo en P.N Machalilla:** existe más de 20 lugares de buceo con especies marinas como: tortugas, ballenas, tiburones, mantarrayas, • **Curso de buceo en P.N Machalilla:** en los diferentes niveles con certificación PADI, SSCI y para principiantes opción de Discovery Scuba Diving acompañados con un instructor. • **Clases de surf, kayak, snorkel en el P.N Machalilla:** clases por horas en la playa de Machalilla donde se puede realizar esta actividad • **Parapente en Puerto López y Crucita** • **Pesca deportiva en San Mateo y P.N Machalilla** • **Proyectos de investigación de Mantarrayas gigantes y ballenas en el Parque Nacional Machalilla** • **Deportes acuáticos en Santa Marianita y San Mateo:** kitesurf, paddleboard, kayak, buceo, surf, pesca deportiva	• **Ruta de deportes acuáticos:** (kayak, surf, kitesurf, paddleboard, snorkel, buceo, pesca deportiva): San Mateo, Santa Marianita, Liguiqui, San Lorenzo, Puerto Cayo, Machalilla, Los Frailes, Puerto López, Salango • **Circuito de buceo**: bajo de Cantagallo, Isla de la Plata, Islotes Los Ahorcados, Horno de Pan, Sucre, La Viuda, Salango, Punta Mala, Punta Piqueros, Bajo Los Frailes, Punta (arrecifes de coral, tortugas, tiburones, ballenas y mantarrayas gigantes) **Eventos deportivos:** Campeonato de kitesurf "fly-fest" en Santa Marianita, campeonato nacional de surf, campeonato nacional de paddleboard	

2.4.4 Demanda turística

2.4.4.1 Tendencia creciente del turismo internacional a Ecuador

La llegada de turistas internacionales a Ecuador, sin considerar la migración de Venezuela, se ubicó a dic 2019 en 1´534.708 turistas. Y la **tasa promedio de crecimiento de 2009-2019 fue del 5.03%.** El terremoto de 2016 causó una baja del 8.58% en la afluencia de turismo en ese año y no permitió crecer en 2017.

La inversión pública en infraestructura, servicios básicos, facilidades turísticas y en promoción, sin duda es un factor decisivo para el incremento del turismo. De hecho, se observa que el crecimiento del 13,85% logrado en 2014 fue efecto de la campaña All you need is Ecuador, por importante inversión del estado.

Tabla 13. Llegada de turistas

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Llegadas de turistas sin contar las llegadas desde Venezuela	939.083	1.015.540	1.102.729	1.226.200	**1.262.414**	1.437.228	1.438.930	1.315.540	1.320.501	1.471.698	**1.534.708**
Variación con respecto al año anterior		**8,14%**	**8,59%**	**11,20%**	**2,95%**	**13,85%**	**0,12%**	-8,58%	0,38%	**11,45%**	**4,28%**
Crecim Prom. 2009-2019 5,03%	939.083	986.362	1.036.020	1.088.179	1.142.964	1.200.507	1.260.948	1.324.431	1.391.110	1.461.146	1.534.708

FUENTE: MINTUR, web
Elaboración: propia

Perfil de los turistas internacionales

En el año 2017, las principales motivaciones de los turistas internacionales fueron principalmente las **vacaciones (56,9%)**, seguida de visitas a familiares y amigos (18%) y negocios (17,1%)[23].

Ecuador es un destino más visitado por hombres que por mujeres[24]; no obstante, el porcentaje de mujeres extranjeras que están viajando a Ecuador ha aumentado estos últimos seis años en más de 3 puntos.

Tabla 14. Turistas internacionales según género

	2014	2015	2016	2017	2018	2019[1]
Mujer	42,81%	42,47%	42,06%	42,13%	44,26%	46,01%
Hombre	57,19%	57,53%	57,93%	57,86%	55,73%	53,98%
Indefinido		-	0,01%	0,01%	0,01%	0,01%

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales al Ecuador - INEC, Movimientos Migratorios Provisionales - Ministerio del Gobierno.

[1] Datos hasta septiembre.

[23] MINTUR. Perfiles de turismo internacional 2017. Turismo en cifras (2018), p. 10.

[24] La mayoría de los turistas hombres (en un 70%) la sostuvo también GALÁPAGOS PRO, cuestionario realizado a operador internacional, septiembre 19, 2019.

Respecto a la edad de los turistas extranjeros que han visitado Ecuador en el período 2014-2019, se puede indicar que la mayor parte de ellos tienen una edad comprendida entre los 20 y los 39 años. Sin embargo, una observación de la evolución de las cifras permite afirmar que el número de niños (de 0 a 9 años) y adolescentes (de 10 a 19 años) ha experimentado un crecimiento paulatino. Una de las razones que pueden justificar estos datos es el aumento de familias extranjeras que visitan Ecuador.

Tabla 15. Turistas internacionales según edad

	2014	2015	2016	2017	2018	2019[1]
0 - 9 años	4,68%	4,59%	4,92%	5,70%	6,68%	8,68%
10 - 19 años	7,23%	6,99%	7,54%	8,07%	8,53%	10,19%
20 - 29 años	20,96%	21,44%	21,85%	24,44%	26,36%	22,22%
30 - 39 años	22,17%	22,02%	21,37%	21,72%	22,43%	19,78%
40 - 49 años	17,75%	17,76%	17,37%	15,99%	15,37%	15,68%
50 - 59 años	14,39%	14,33%	14,07%	12,45%	10,99%	12,39%
60 años y más	12,82%	12,88%	12,88%	11,63%	9,63%	11,05%

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales al Ecuador - INEC, Movimientos Migratorios Provisionales - Ministerio del Gobierno.

[1] Datos hasta agosto.

Las principales nacionalidades de las llegadas internacionales en Ecuador (expresadas en porcentaje sobre el total de llegadas internacionales) durante estos años son:

Tabla 16. Turistas internacionales en Ecuador según nacionalidad (ranking)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019[1]
Venezuela	7,69%	6,83%	7,24%	17,90%	39,38%	29,98%
EE. UU.	16,66%	17,03%	18,83%	15,21%	14,49%	18,46%
Colombia	23,64%	22,54%	22,48%	20,56%	13,30%	14,10%
Perú	11,27%	10,70%	10,41%	8,65%	6,05%	6,64%
España	4,34%	4,37%	4,44%	3,65%	4,24%	5,26%
Chile	2,82%	2,63%	2,89%	2,77%	1,89%	1,98%
Argentina	3,76%	3,53%	3,14%	2,78%	1,69%	1,70%
Canadá	2,13%	2,11%	2,11%	1,76%	1,41%	1,68%
Alemania	2,14%	2,15%	2,18%	2,08%	1,46%	1,68%
México	1,80%	1,75%	1,90%	1,71%	1,25%	1,43%
Francia	1,42%	1,54%	1,63%	1,58%	1,14%	1,42%
Reino Unido	1,74%	1,73%	2,04%	1,59%	1,16%	1,32%
Brasil	1,40%	1,34%	1,35%	1,36%	0,93%	1,23%
China	1,12%	1,18%	1,59%	1,87%	1,08%	1,20%
Italia	1,01%	1,01%	1,08%	1,08%	0,82%	1,03%

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales al Ecuador - INEC, Movimientos Migratorios Provisionales - Ministerio del Gobierno.

[1] Datos hasta septiembre.

En valores absolutos las llegadas de turistas extranjeros que recibió Ecuador desde los principales países emisores de turismo en 2018 (último año para el que se disponen de datos concretos) fueron:

Tabla 17. Llegadas internacionales a Ecuador en 2018

No.	Pais emisor	No. de Llegadas
1	Venezuela	956,067
2	**Estados Unidos**	351,709
3	**Colombia**	323,345
4	**Perú**	146,938
5	**España**	103,008
6	**Chile**	45,778
7	Argentina	40,964
8	Alemania	35,513
9	Canadá	34,335
10	Mexico	30,425
11	Reino Unido	28,238
12	Francia	27,597
13	China	26,231

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales al Ecuador - INEC, Movimientos Migratorios Provisionales - Ministerio del Gobierno. Elaboración propia (2019).

Al margen de la migración venezolana, los principales mercados emisores de turismo internacional a Ecuador en estos años han sido, **Estados Unidos, Colombia, Perú, España y Chile.** En páginas posteriores se aborda de forma individual las características y tendencias de los principales mercados emisores.

Se consultó sobre los perfiles de clientes, a operadores nacionales e internacionales que venden paquetes turísticos que tienen a Ecuador como destino, y comentaron las siguientes características[25]:

- *En torno a los 50 años. Los europeos viajan a Ecuador a partir de los treinta años; hay algunos estadounidenses que también viajan a partir de los 35, y la edad de los turistas chinos oscila de los 30 a los 50 años.*
- *Nacionalidades: estadounidenses, europeos (británicos, alemanes, austriacos, suizos, italianos, rumanos, polacos, escoceses, escandinavos).*
- *Poder adquisitivo medio, medio-alto, o alto y personalizado.*
- *Nivel educativo medio-alto (universidad).*
- *La mayoría viajan de forma independiente, pero también hay turistas que viajan en grupo.*
- *Familias.*

En 2017, el gasto promedio del turista que viaja por vacaciones es de 1.299,6 dólares, mientras que, por negocios el gasto era de 1.059,9 dólares[26]. Este promedio es superior en el caso del turista que visita las Islas Galápagos, pues su gasto en 2017 fue de 1.310,5 dólares por persona[27].

[25] Referencias detalladas sobre los perfiles constan el el DIAGNOSTICO del DPE, Equipo consultor UE Dic 2019

[26] MINTUR. *Perfiles de turismo internacional 2017. Turismo en cifras* (2018), p. 10.

[27] MINTUR. *Perfiles de turismo internacional 2017. Turismo en cifras* (2018), p. 10.

Si se observa la información publicada por MINTUR en 2018[28], se puede identificar los siguientes canales de turistas para el mercado internacional:

- Canal C - Visitantes extranjeros con capacidad baja de expendio: son los visitantes extranjeros con un gasto promedio por persona por día menor a 60 dólares.
- Canal D - Visitantes extranjeros con capacidad media de expendio: son los visitantes extranjeros con un gasto promedio por persona por día entre 60 y 120 dólares.
- Canal E - Visitantes extranjeros con capacidad alta de expendio: son los visitantes extranjeros con un gasto promedio por persona por día mayor a 120 dólares.

Tabla 18. Clasificación de turistas según nivel de gasto (2017)

	Menos de 60 US$ / día	Hasta 120 US$ / día	Más de 120 US$ / día
Colombia	54,86		
Perú		112,59	
Alemania		84,09	
Canadá		79,00	
EE. UU.			148,94
Francia			122,13
Reino Unido		88,72	
España		103,99	
Argentina			126,24
Brasil			263,68
Chile		105,50	
México			124,30

Fuente: Perfiles de turismo internacional 2017. Turismo en cifras (MINTUR, 2018).

Como se puede observar en la tabla anterior, se afirma que:

- Colombia pertenece al Canal C.
- Perú, Alemania, Canadá, Reino Unido, España y Chile conforman el Canal D.
- Estados Unidos, Francia, Argentina, Brasil y México estarían en el Canal E.

Estacionalidad del turismo internacional

Al estar Ecuador situado en la región tropical de la tierra y en la medida en que su clima está caracterizado como tropical (aun con variedades derivadas de la altitud y la localización de las regiones), se observa que la distribución de turistas extranjeros por meses es bastante similar. Lo que deja ver oportunidad para desarrollar la oferta y contrarrestar la estacionalidad que presenta el turismo nacional.

Como demuestran las cifras de 2014 a 2019, **no se puede identificar la existencia de una pronunciada estacionalidad.** A pesar de ello, se comprueba que los meses que en los que Ecuador ha recibido generalmente **más turismo internacional han sido enero, julio y diciembre.** A la luz de las cifras de 2019, en

[28] MINTUR. *Perfiles de turismo internacional 2017. Turismo en cifras* (2018), pp. 10 y ss.

cualquier caso, parece que esta tendencia está cambiando, pues las visitas durante los meses de abril, mayo, junio y agosto también tienen un peso elevado.

Tabla 19. Distribución de turistas internacionales por meses

	2014	2015	2016	2017	2018	2019[1]
Enero	9,8%	11,0%	10,2%	9,3%	8,1%	11,4%
Febrero	8,0%	7,8%	8,3%	7,3%	7,4%	9,2%
Marzo	7,3%	8,2%	8,6%	7,2%	7,9%	8,9%
Abril	7,6%	7,2%	6,6%	7,0%	7,6%	11,5%
Mayo	7,1%	7,3%	6,8%	6,9%	8,2%	12,3%
Junio	8,3%	8,5%	8,3%	8,5%	9,0%	12,0%
Julio	9,9%	10,0%	10,1%	10,1%	10,0%	12,8%
Agosto	8,5%	8,4%	8,4%	8,4%	8,9%	13,4%
Septiembre	7,2%	7,1%	7,0%	7,5%	7,3%	6,5%
Octubre	8,0%	7,6%	8,5%	8,4%	8,9%	-
Noviembre	8,2%	7,9%	7,8%	8,7%	7,5%	-
Diciembre	10,0%	9,0%	9,3%	10,7%	9,2%	-

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales al Ecuador - INEC, Movimientos Migratorios Provisionales - Ministerio del Gobierno.

[1] Datos hasta septiembre.

2.4.4.2 Características del turismo a Ecuador

Según lo conversado con operadores nacionales e internacionales[29] que venden paquetes turísticos de Ecuador, este país presenta una serie de desventajas como destino turístico:

- Falta organización en el sector, no hay comunicación entre los diferentes agentes, sino que trabajan como islas.
- Ausencia de colaboración público-privada.
- Poca competitividad, precios muy altos.
- El marco regulatorio. Falta de políticas públicas.
- La seguridad en las principales ciudades.
- Calidad de los servicios.
- La gente no conoce mucho sobre Ecuador como destino o no es consciente de que existe. Falta de promoción.
- Problemas de accesibilidad.
- Desconocimiento de idiomas especiales.
- Malas conexiones aéreas dentro del país, pero también con el exterior: inexistente conectividad con mercados emisores como Reino Unido y Alemania.
- Confusión con otros destinos como Colombia como consecuencia de aspectos negativos.
- Inestabilidad social y política.
- Infraestructura hotelera.

[29] Parte 1: Referencias detalladas constan en el documento de DIAGNOSTICO, parte I del Plan de desarrollo del DPE, dic 2019

En cuanto a las ventajas se menciona:

- La apuesta del Gobierno por potenciar esta industria.
- Imagen, posicionamiento, precios y seguridad.
- Gran diversidad. La amplia diversidad también es relativa a etnias.
- **País muy compacto y accesible en distancias**.
- El precio es competitivo.
- **Productos de lujo y buenas infraestructuras**.
- **Destino y recursos únicos**.
- La naturaleza (como los volcanes).
- La seguridad, sobre todo en las comunidades.
- **La cultura**.
- **La gastronomía**.
- Falta de productos emblemáticos.

Actividades turísticas demandadas

Se consultó a los touroperadores por los productos turísticos que ofertan en sus paquetes y que, en consecuencia, se consumen en Ecuador, quienes respondieron:

- Turismo de aventura (4 respuestas).
- **Ecoturismo y turismo de naturaleza (11 respuestas).**
- **Turismo cultural (10 respuestas).**
- Turismo de lujo (1 respuesta).
- Turismo convencional, no especializado (1 respuesta).
- Cruceros (1 respuesta).
- Turismo de incentivos (1 respuesta).
- Turismo personalizado (1 respuesta).
- Service learning (1 respuesta).
- Turismo comunitario 1 (respuesta).

Los principales productos vendidos por los operadores turísticos internacionales son:

- Las ciudades de Quito, Cuenca y Guayaquil.
- Los recursos naturales.
- Galápagos.
- Los Andes.
- La Amazonía.
- La Costa.
- Bosque Nublado y Camino de los Yumbos.

En algunas ocasiones, los turistas internacionales combinan sus visitas a Ecuador con visitas a otro país, como a Perú, a Colombia, al norte de Chile, o a otros.

Por lo que respecta a la duración de los viajes realizados por turistas en Ecuador, la estancia suele oscilar **entre los 6 días y las tres semanas, dependiendo de las nacionalidades** (por ejemplo, generalmente el **estadounidense viaja un promedio de 10 días y el europeo está en Ecuador de dos a tres semanas**)[30]. Allí una oportunidad para responder con una oferta adaptada a la duración de la estadía según países.

2.4.4.3 El turismo en el destino Pacífico Equatorial

2..4.4.3.1 La provincia de Manabí

La demanda turística en cifras

El turismo en Manabí se ha visto muy afectado por el terremoto de 2016. De ello da cuenta la información sobre turismo nacional e internacional que se presenta en este apartado.

Las llegadas de turistas internacionales a Manabí se registran en la Jefatura de Migración del cantón Manta. De 2014 a 2019 las llegadas registradas en este cantón fueron:

Tabla 20. Llegadas de internacionales al cantón Manta

	2014	2015	2016	2017	2018	2019[1]
Llegadas	25.013	36.989	14.784	10.339	6.266	6.266
% respecto al total de llegadas a Ecuador	1,61%	2,39%	0,94%	0,57%	0,25%	0,37%
Puesto en el ranking según destino de registro	5º	5º	5º	8º	8º	8º

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales al Ecuador - INEC, Movimientos Migratorios Provisionales - Ministerio del Gobierno.

[1] Datos hasta septiembre.

A partir de la tabla anterior, se puede ver el impacto negativo que ha tenido el terremoto de 2016 en el número de turistas internacionales que recibe esta región, pues además de haber disminuido, del año 2014 al 2019, Manta ha descendido del quinto puesto al octavo en el ranking de destinos según los registros de llegadas a Ecuador. Consecuentemente, también ha bajado el porcentaje que representa sobre el total el turismo internacional que llega a esta región (del más de 1,50% a menos del 0,40%).

La vía marítima, es muy importante; y es que, en efecto, en Manabí hacen parada numerosos cruceros internacionales, que tienen como origen o destino Perú, Costa Rica, Colombia, Panamá, o Estados Unidos. Estos turistas tienen un gasto promedio de 120 dólares/día[31]. y son excursionistas, es decir: llegan a primera hora de la mañana, visitan determinados atractivos de la provincia y regresan al barco para navegar hacia otros destinos por las noches, sin llegar a pernoctar en la región[32].

[30] Parte 1: Referencias detalladas constan en el documento de DIAGNOSTICO, parte I del Plan de desarrollo del DPE, dic 2019

[31] PATRICIA CAMACHO. *Recuperación inclusiva de la economía local desde un Turismo Sostenible con Identidad Cultural. En Manabí - Ecuador. 2017-2021* (2017), p. 31.

[32] MINTUR. "Viajes de turismo receptor a la provincia" (s.f.), p. 2.

En 2017, de conformidad con la Autoridad Portuaria de Manta, pararon en esta región 22 cruceros, lo que supuso la llegada de 22.187 pasajeros y 11.630 tripulantes[33].

Tabla 21. Llegada de turistas por cruceros (1997-2016)

Año	# buques	Pasajeros	Tripulantes
1997	5	2.589	
1998	5	2.445	
1999	6	4.121	2.227
2000	11	9.008	4.909
2001	9	7.526	4.365
2002	12	9.660	4.806
2003	14	9.297	6.476
2004	14	9.406	5.806
2005	11	9.621	5.456
2006	9	9.691	5.456
2007	15	14.431	6.734
2008	26	22.431	12.901
2009	21	23.473	12.254
2010	19	16.114	8.582
2011	19	16.572	8.927
2012	24	20.848	10.383
2013	20	22.605	11.607
2014	21	17.990	9.840
2015	19	18.101	10.044
2016	20	18.065	10.180

Fuente: Autoridad Portuaria de Manta.

El turismo nacional, ha experimentado cierto crecimiento. En efecto, las encuestas elaboradas por el Ministerio de Turismo de Ecuador en los años de 2017 y 2018 muestran un leve aumento en el número de desplazamientos turísticos, del 0,39%.

Tabla 22. Llegadas de turistas nacionales a Manabí

	2017	2018	Variación
Llegadas	7.798.316	7.828.784	0,39%

Fuente: Matriz de Origen-Destino, Visitas Turísticas Internas - Ministerio de Turismo de Ecuador. Elaboración propia (2019).

Los principales orígenes de estos desplazamientos han sido:

[33] AUTORIDAD PORTUARIA DE MANTA. *Buques turísticos años 2017*.

Tabla 23. Regiones de origen de turismo nacional en Manabí

	2017	2018	Variación
Quito	2.036.020	2.034.355	-0,08%
Guayaquil	1.605.426	1.624.428	1,18%
Montecristi	592.466	594.388	0,32%
Manta	400.456	402.964	0,63%
Portoviejo	349.654	345.695	-1,13%
Chone	187.936	189.177	0,66%
Jaramijó	154.849	156.458	1,04%
Cuenca	128.481	127.583	-0,70%
Bolívar	115.650	116.492	0,73%
Bolívar	115.640	116.490	0,74%
Sucre	97.022	97.094	0,07%

Fuente: Matriz de Origen-Destino, Visitas Turísticas Internas - Ministerio de Turismo de Ecuador.

		provenientes de:	
MANABÍ	**TOTAL**	**QUITO**	**GUAYAQUIL**
2017	7.798.316	2.036.020	1.605.426
		26,11%	20,59%
2018	7.828.784	2.034.355	1.624.428
		25,99%	20,75%

Fuente: MINTUR, estadísticas GEOVIT
Elaboración propia

Quito es la principal ciudad emisora de turistas nacionales a Manabí en 2017 y 2018 (aunque en este último año y representa en 2018 el 26% del total de llegadas y Guayaquil el 20,75%.

Otro indicador que permite cuantificar el peso del turismo en este territorio es la cantidad entradas registradas en sus áreas protegidas; éstas son el Parque Nacional Machalilla, el Refugio de vida silvestre Isla Corazón y Fragata y la Reserva ecológica Mache-Chindúl (ésta compartida con la provincia de Esmeraldas). **La única que ha aumentado en número de entradas es el área de Machalilla**, cuyas entradas totales han crecido en 11,36% de 2014 a 2018. Las otras dos áreas han disminuido sus entradas: en más del 35% la Isla Corazón y Fragata, y en poco más de 5% Mache-Chindúl.

Tabla 24. Entradas en áreas protegidas de Manabí

	2014	2015	2016	2017	2018
PN Machalilla	192.421	206.337	140.423	186.363	214.288
Refugio de vida silvestre Isla Corazón y Fragata	7.302	6.871	3.388	3.805	4.714
Reserva ecológica Mache-Chindúl	3.421	5.312	4.243	4.516	3.239

Fuente: Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador.

Según los datos del informe MINTUR 2015, aproximadamente el 30% de los turistas que visitan el Parque Nacional Machalilla son extranjeros, lo que significa que alrededor de 70.000 turistas llegan al sur de Manabí en busca de naturaleza y se los podría articular a una nueva oferta turística.

Estacionalidad del turismo

Al igual que sucede en todo Ecuador, el período comprendido entre febrero y marzo, en 2017 y en 2018, es el que registra un mayor número de desplazamientos turísticos nacionales como consecuencia de la celebración del Carnaval.

Ilustración 9. Distribución de llegadas de turistas nacionales a Manabí durante 2017
Fuente: Matriz de Origen-Destino, Visitas Turísticas Internas - Ministerio de Turismo de Ecuador.

Ilustración 10. Distribución de llegadas de turistas nacionales a Manabí durante 2018
Fuente: Matriz de Origen-Destino, Visitas Turísticas Internas - Ministerio de Turismo de Ecuador.

Actividades turísticas demandadas

Uno de los puntos destacados desde el punto de vista turístico en la provincia de Manabí es el cantón Portoviejo, donde el excursionismo es muy relevante gracias a sus recursos naturales[34]. Además, en este cantón los turistas buscan el sol, la playa y la gastronomía[35]. También la visita a amigos y a familiares es muy importante[36]. Dentro de Portoviejo, es considerable el **posicionamiento con el que cuenta la playa de Crucita**[37].

Además de Portoviejo, la provincia de Manabí presenta diversos atractivos turísticos de carácter natural y cultural[38]:

- Áreas naturales protegidas (Mache Chindúl, Parque Nacional Machalilla, Isla Fragata, Refugio de vida silvestre Pacoche).

[34] ESPOL. *Elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Portoviejo 2017-2022 (2017)*, p. 27.

[35] ESPOL. *Elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Portoviejo 2017-2022 (2017)*, p. 28.

[36] ESPOL. *Elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Portoviejo 2017-2022 (2017)*, p. 27.

[37] ESPOL. *Elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Portoviejo 2017-2022 (2017)*, p. 28.

[38] PATRICIA CAMACHO. *Recuperación inclusiva de la economía local desde un Turismo Sostenible con Identidad Cultural. En Manabí - Ecuador. 2017-2021* (2017), p. 25.

- Playas.
- Avistamiento de ballenas.
- Anidación de tortugas.
- Patrimonio arqueológico de Agua Blanca, Hojas Jaboncillo, Liguiqui, Julcuy.
- Gastronomía: rutas del sabor, festivales gastronómicos.
- Artesanía.
- Agroturismo y turismo de experiencia.

De conformidad con lo comentado por operadores turísticos internacionales a los que se contactó[39], los principales productos de Manabí que los turistas internacionales disfrutan son:

- El Parque Nacional Machalilla.
- Salango.
- Ruta del Spondylus.
- El cantón Puerto López.
- La Bahía de Caráquez.
- Turismo gastronómico.
- La isla Corazón.
- Playas de Canoa.
- Playas de Santa Marianita.
- Turismo de sol y playa.
- Kitesurfing.
- Turismo científico.
- Hotel Tanusas en Puerto Cayo (Jipijapa).

Perfil del turista

En torno al 30% de los turistas que recibe el cantón Portoviejo provienen de esta misma región y llegan para visitar a familiares y a amigos[40]

Generalmente, el turista que visita el cantón Portoviejo tiene entre 18 y 55 años, realiza un viaje familiar (son familias con hijos) y tienen un gasto medio entre 20 y 50 dólares[41].

Las motivaciones principales que tienen los turistas que visitan Portoviejo son[42]:

- Descanso: sus principales actividades son de sol y playa en las playas de la Parroquia Crucita. Estos turistas tienen entre 18 y 35 años.

39 Parte 1: Diagnóstico Pacífico Equatorial. Referencias detallas constan en el documento.
40 ESPOL. Elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Portoviejo 2017-2022 (2017), p. 27.
41 ESPOL. *Elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Portoviejo 2017-2022 (2017)*, p. 28.
42 ESPOL. *Elaboración del Plan Estratégico de Desarrollo Turístico del Cantón Portoviejo 2017-2022 (2017)*, p. 28.

- Social: sus principales actividades están vinculadas a la recreación en balnearios de agua dulce; concretamente, en los balnearios de las Parroquias rurales San Plácido, Rio chico, Calderón, Chirijos y Alhajuela. Tienen entre 18 y 50 años.
- Cultural: sus actividades son la degustación de comida criolla en las parroquias rurales. Tienen entre 30 y 60 años.

En cuanto al turista internacional, las nacionalidades situadas en los cuatro primeros puestos del ranking según los datos de 2019 han sido **Estados Unidos,** Colombia, Canadá y Panamá (exceptuando la venezolana y filipina[43]). De acuerdo con su evolución, se identificó que el principal turista internacional de Ecuador a lo largo de estos últimos seis años ha sido estadounidense, que siempre ha ocupado el primer puesto.

Las cuatro principales nacionalidades del turista internacional de Manabí en 2019 y su evolución respecto a 2014:

Tabla 25. Turistas internacionales en Manabí según nacionalidades (ranking ordenado por datos 2019)

	2014	2015	2016	2017	2018	2019[1]
EE.UU	24,01%	8,85%	17,63%	24,68%	13,90%	16,80%
Colombia	2,13%	1,38%	3,57%	3,77%	7,23%	5,49%
Canadá	8,92%	2,26%	4,40%	8,33%	3,17%	5,43%
Panamá	1,60%	1,10%	2,36%	3,26%	7,44%	5,19%

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales al Ecuador - INEC, Movimientos Migratorios Provisionales - Ministerio del Gobierno.
[1] Datos hasta septiembre.

Según comentó algún operador turístico, el turista que viaja a Ecuador sólo pasa tres o cuatro días en la costa[44].

Perfil del turista según nivel de gasto:

- Turismo nacional:
  - Turista nacional de gasto bajo hasta 30 US$/día
  - Turista nacional de gasto medio hasta 60 US$/día

- Turismo internacional:
  - Turistas internacionales de gasto bajo hasta 60 US$/día,
  - Turistas internacionales de gasto medio hasta 120 US$/día:
  - Turista de cruceros tiene un gasto de 120 US$ /día[45].

[43] Pues la llegada desde Filipinas responde, al personal de los cruceros y barcos que no vienen de turismo.

[44] ANDANDO TOURS, cuestionario realizado a operador nacional, septiembre 19, 2019.

[45] PATRICIA CAMACHO. *Recuperación inclusiva de la economía local desde un Turismo Sostenible con Identidad Cultural. En Manabí - Ecuador. 2017-2021* (2017), p. 31.

2.4.4.3.2 La Provincia de Esmeraldas

La demanda turística en cifras

Las llegadas de turistas internacionales a Esmeraldas se registran en las Jefaturas de Migración de los cantones San Lorenzo y Esmeraldas. De 2014 a 2019 las llegadas registradas por tales cantones fueron:

Tabla 26. Llegadas de turistas internacionales a la provincia de Esmeraldas

	2014	2015	2016	2017	2018	2019 (1)
Llegadas totales	20.557	21.626	17.193	15.364	9.238	10.693
% respecto al total de llegadas a Ecuador	1,33%	1,39%	1,10%	0,85%	0,36%	0,64%
Jefatura de Migración de Esmeraldas						
Llegadas	17.169	18.035	12.795	11.688	6.682	8.764
% respecto al total de llegadas a Ecuador	1,11%	1,16%	0,82%	0,65%	0,26%	0,52%
Puesto en el ranking según destino de registro	6º	6º	6º	7º	7º	7º
Jefatura de Migración de San Lorenzo						
Llegadas	3.388	3.591	4.398	3.676	2.556	1.929
% respecto al total de llegadas a Ecuador	0,22%	0,23%	0,28%	0,20%	0,10%	0,12%
Puesto en el ranking según destino de registro	10º	10º	9º	10º	12º	12º

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales al Ecuador - INEC, Movimientos Migratorios Provisionales - Ministerio del Gobierno.

[1] Datos hasta agosto.

Al igual que sucede con el turismo internacional que llegaba a Manabí, los turistas extranjeros que llegan a Esmeraldas han descendido considerablemente de 2014 a la actualidad, lo que refleja el impacto del terremoto de 2016 y los acontecimientos de la frontera norte en 2018. Se observa que en las dos Jefaturas de Migración **han disminuido de una forma importante las llegadas de turistas internacionales** registradas. La disminución ha sido, además, en casi la mitad, pasando de suponer (ambos cantones en conjunto) el 1,33% sobre el total (2014) al 0,64% (2019). La baja ha sido proporcional al peso de cada cantón sobre el total de la provincia.

En Esmeraldas, las llegadas de internacionales se han producido por vía marítima, aérea y fluvial. A diferencia de Manabí, en Esmeraldas no hay tanto contraste entre las entradas por una u otra vía de acceso. Además, el impacto del terremoto en las entradas por vía aérea ha sido menor en Esmeraldas que en Manabí.

Tabla 27. Vías de ingreso de turistas internacionales en Esmeraldas

	2014	2015	2016	2017	2018	2019[1]
Marítima	10.608	11.330	8.696	7.521	2.202	4.814
Aérea	7.427	5.839	5.418	5.160	5.303	3.959

Fluvial	3.388	3.591	4.460	3.733	2.578	1.929

Fuente: Anuarios de Entradas y Salidas Internacionales al Ecuador - INEC, Movimientos Migratorios Provisionales - Ministerio del Gobierno.

[1] Datos hasta septiembre.

El menor peso de las entradas por vía aérea en la provincia de Esmeraldas se ven respaldadas por los datos de la Dirección General de Aviación Civil para el aeropuerto de Tachina. Según éstos, de 2010 a 2018 el número de vuelos ha descendido en un 38,74%; los pasajeros en este período de tiempo han disminuido, además, en mayor proporción: en casi la mitad (48% menos en 2018 que en 2010).

Tabla 28. Vuelos y pasajeros en el aeropuerto de Tachina

Año	2014	2015
2010	135.019	1.634
2011	138.935	1.661
2012	133.709	1.972
2013	117.604	2.050
2014	127.980	2.078
2015	133.210	2.080
2016	114.440	1.894
2017	72.840	982
2018	70.206	1.001

Fuente: Dirección General de Aviación Civil.

Este descenso en los vuelos registrados en este aeropuerto confirma, además, la influencia negativa del terremoto en 2016, pues mientras que, hasta el año 2015 se constataba un aumento importante en el número de estos, a partir de este momento comenzaron a disminuir. Con la salvedad, del leve repunte experimentado en 2018 con respecto a 2017 (19 vuelos más).

En cuanto a los turistas nacionales que recibe la provincia de Esmeraldas, estos han experimentado un aumento del 1,53% en 2018 respecto de las cifras de 2017. No obstante, esta mayor subida, en términos absolutos los turistas nacionales en Esmeraldas suponen la mitad de los turistas ecuatorianos que recibe Manabí.

Tabla 29. Llegadas de turistas nacionales en Esmeraldas

	2017	2018	Variación
Llegadas	3.272.161	3.322.260	1,53%

Fuente: Matriz de Origen-Destino, Visitas Turísticas Internas - Ministerio de Turismo de Ecuador.

De nuevo, la principal ciudad emisora de turistas es Quito, que en 2018 envió un 1,09% más de turistas nacionales que en el año previo. Le sigue Guayaquil, que experimentó una subida aún mayor: del 1,72%. La tercera ciudad emisora de turistas a Esmeraldas es Ibarra, con un crecimiento del casi 1% en 2018 respecto a 2017.

Tabla 30. Regiones emisoras de turismo nacional

	2017	2018	Variación
Quito	1.957.487	1.978.893	1,09%
Guayaquil	361.124	367.352	1,72%
Ibarra	85.742	86.579	0,98%
Ambato	68.303	71.143	4,16%
Esmeraldas	65.774	66.163	0,59%
Atacames	41.731	41.853	0,29%
Cuenca	38.781	39.678	2,31%
Latacunga	33.689	34.362	2,00%
Rumiñahui	33.546	34.318	2,30%
Quinindé	32.848	33.208	1,10%
Santo Domingo de las Tsáchilas	31.607	32.110	1,59%

Fuente: Matriz de Origen-Destino, Visitas Turísticas Internas - Ministerio de Turismo de Ecuador.

		provenientes de:		
ESMERALDAS	**TOTAL**	**QUITO**	**GUAYAQUIL**	**IBARRA**
2.017	3.272.161	1.957.487	361.214	85.742
		59,82%	11,04%	2,62%
2.018	3.322.260	1.987.893	367.352	86.579
		59,84%	11,06%	2,61%

Fuente: MINTUR, estadísticas GEOVIT
Elaboración propia

A diferencia de Manabí, el número de viajeros que realizan turismo en Esmeraldas y que proceden de esta misma provincia es menor; entre los diez orígenes de este turismo emisor, sólo tres cantones están adscritos a tal provincia: Esmeraldas, Atacames y Quinindé.

La principal afluencia de turismo nacional a Esmeraldas en 2018 proviene de Quito, con el 59,84% y de Guayaquil el 11,06%

Las entradas a áreas protegidas de esta provincia también son indicadoras de la demanda turística; éstas son: las Reservas ecológicas Cotacachi-Cayapas y Mache-Chindúl. Mientras que, la primera ha experimentado un crecimiento en el número total de entradas de 2014 a 2018 (en más de 35%), las entradas en Mache-Chindúl, como se mencionó, han disminuido levemente (en poco más de 5%).

Tabla 31. Entradas a áreas protegidas de Esmeraldas

	2014	2015	2016	2017	2018
Reserva ecológica Cotacachi-Cayapas	153.544	188.459	200.595	203.463	207.814
Reserva ecológica Mache-Chindúl	3.421	5.312	4.243	4.516	3.239

Fuente: Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador.

Estacionalidad del turismo a Esmeraldas

En Esmeraldas, la distribución de turistas nacionales por períodos del año arroja un resultado diferente al de Manabí y al del país. El momento con mayores desplazamientos de turistas ecuatorianos en este territorio, tanto en 2017 como en 2018, es el **1 de noviembre, con motivo del Día de los difuntos**. Se observa posibilidades de ampliar el turismo de Quito en los meses de verano porque las familias toman vacaciones de julio a septiembre.

Ilustración 11. Distribución de llegadas de turistas nacionales a Esmeraldas durante 2017
Fuente: Matriz de Origen-Destino, Visitas Turísticas Internas - Ministerio de Turismo de Ecuador.

Ilustración 12. Distribución de llegadas de turistas nacionales a Esmeraldas durante 2018
Fuente: Matriz de Origen-Destino, Visitas Turísticas Internas - Ministerio de Turismo de Ecuador.

Actividades turísticas demandadas

Algunos operadores turísticos entienden que sería bueno desarrollar el birdwatching en Punta Galera (para el avistamiento de aves marinas) y el sur de Esmeraldas[46].

En este destino se encuentra la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, un destino específico para el ecoturismo y el turismo de naturaleza[47].

Perfil del turista

Según comentó algún operador turístico, el turista que viaja a Ecuador sólo pasa tres o cuatro días en la costa[48].

Perfil del turista según nivel de gasto:

- Turismo nacional:
    - turista nacional de gasto bajo hasta 30 US$/día

[46] BELLAVISTA LODGE Y OPERADOR AVITURISMO, cuestionario realizado a operador nacional, septiembre 19, 2019

[47] MARTÍNEZ ROGET, F. y VÁZQUEZ ROSAZ, E. "El turismo en Ecuador. Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico". *Revista Galega de Economía*, vol. 24-25 (2015): 75. http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf

[48] ANDANDO TOURS, cuestionario realizado a operador nacional, septiembre 19, 2019.

- turista nacional de gasto medio hasta 60 US$/día
- Turismo internacional:
  - turistas internacionales de gasto bajo hasta 60 US$/día
  - turista internacional de gasto medio hasta 120 US$/día

2.4.4.4 Segmentación del turismo en Ecuador

2.4.4.4.1 Segmentación por productos turísticos

Ecuador está interesado en el fomento de productos turísticos alternativos al turismo de masas, es decir, en el impulso de actividades turísticas responsables, inclusivas y sostenibles (por ejemplo, a través de iniciativas señaladas en PLANDETUR y PIMTE)[49]. No en vano, en los datos incluidos en la anterior sección se apreciaba que los productos demandados por los turistas en Ecuador, en general, y en Manabí y Esmeraldas, en particular, van más allá del sol y playa y comprenden un amplio abanico de tipologías y segmentos.

En lo sucesivo, **se propone una segmentación del turismo en Ecuador y en el destino Manabí Esmeraldas sur en función de productos turísticos actuales y otros productos que convendría desarrollar y/o potenciar.** Para cada uno de estos segmentos, se ofrecen datos generales y características de los turistas que llevan a cabo estas actividades, que servirán de base para la conceptualización y el desarrollo de futuros productos.

Tabla 32. Tipologías de turismo y oportunidades para el destino Pacífico Equatorial

Tipología de turismo	Ventajas de cada tipo de turismo
Turismo de naturaleza y aventura	Impulsan la economía local y algunas actividades tradicionales (por ejemplo, la pesca o el agroturismo). Demanda mano de obra local, genera empleo en territorio. Elevado gasto de este turista por la inversión que es necesaria en instrucciones, vestimenta, materiales, guías. Reduce la estacionalidad.
Turismo comunitario y ecoturismo	En Ecuador se lleva a cabo en comunidades rurales e indígenas (por ejemplo, en la Amazonía). Respetuoso con la naturaleza y la cultura local. Impacto positivo en el destino. Retorno del 95% a la economía local. Genera empleo pues es intensivo en la necesidad de mano de obra. Segmento con gran crecimiento.
Turismo gastronómico	Tipología de turismo en auge. Se realiza junto a otros tipos de turismo. Impacto en la economía local pues este turista se interesa por la cultura culinaria local. Elevado nivel de gasto.

49 MARTÍNEZ ROGET, F. y VÁZQUEZ ROSAZ, E. "El turismo en Ecuador. Nuevas tendencias en el turismo sostenible y contribución al crecimiento económico". Revista Galega de Economía, vol. 24-25 (2015): 70-76, 72. http://www.usc.es/econo/RGE/Vol24/rge2426.pdf

Tipología de turismo	Ventajas de cada tipo de turismo
Turismo cultural y arqueológico	Fomento y respeto de la cultura local. Impacto en la economía local. Elevado nivel de gasto.
Turismo "All Inclusive"	Es una forma cómoda de viajar para el turista que valora la seguridad en los viajes a destinos lejanos. Es la forma más popular de viajar al extranjero. Hay algunos hoteles de este tipo en el destino Pacífico Ecuador.

Fuente: Elaboración propia (2019)

Las distintas tipologías de turismo mencionadas en el análisis de demanda presentan oportunidades claras de mercado para el destino Pacífico Ecuatorial.

La existencia de recursos de naturaleza y paisaje bien diferenciados y conservados como manglares, humedales, bosque seco tropical, entre otros, garantizan la oportunidad para un ecoturismo cualificado y rentable, garantizando la observación de especies en entornos atractivos, estén o no protegidos los espacios.

El patrimonio arqueológico de culturas ancestrales como la cultura Jama, Valdivia, Manteña y otras, así como, las expresiones culturales y festividades de la cultura afro en esmeraldas y montubia en Manabí, presentan igualmente atractivos únicos, favoreciendo una aproximación tanto la patrimonio histórico como al patrimonio vivo y el encuentro vivencial con las comunidades locales.

Desde el punto de vista del turismo de sol y playa, las playas del destino no son lo suficientemente diferenciales y competitivas para el turismo internacional, en una comparación con destinos cercanos como por ejemplo Colombia. En cambio, sí pueden tener oportunidades más claras si se complementan con los citados deportes náuticos que las hacen más atractivas, favoreciendo la práctica de estas actividades en entornos tranquilos y no masificados.

Por su parte, el turismo rural y el agroturismo presentan oportunidades muy claras de desarrollo, poniendo en valor los productos agroalimentarios locales; aportando al mismo tiempo nuevos canales de distribución más rentables y visibles para dichos productos.

Desde el punto de vista gastronómico, son diversos y abundantes los recursos de la gastronomía manabita tradicional, y muy diferenciales así mismo los de Esmeraldas y la cocina en base a coco, entre otros; debiendo ser complementada la oferta gastronómica con las visitas organizadas y cualificadas a los productores locales: cacao, café, pesca, etc., garantizando experiencias cualificadas y memorables de turismo gastronómico.

Por otra parte, en la Costa Norte de Ecuador se pueden llevar a cabo muchas actividades de esta tipología: el *kite-surf*, el surf, la pesca deportiva, el avistamiento de aves y ballenas, el buceo, *paddle boarding*, la espeleología, el cicloturismo y el ciclismo de montaña. La Costa Norte cuenta con unos paisajes y unos recursos naturales que la hacen especialmente adecuada para el desarrollo de estos productos turísticos.

2.4.4.4.2 Segmentación por mercados emisores de turismo

Esta sección permite generar un mayor conocimiento e inteligencia de mercado que facilite el desarrollo de productos turísticos en Ecuador, en general, y en la Costa Norte, en particular, que atraigan a viajeros de estas regiones del mundo.

A continuación, se presenta un cuadro resumen de la estructura y gasto de los turistas en Ecuador que proceden de los mayores mercados internacionales emisores (según MINTUR, 2018). En el DIAGNÓSTICO DEL DPE, se han incorporado cifras y datos relativos a la caracterización de estos mercados en general (cómo se comportan cuando viajan al extranjero) y para el caso concreto de Ecuador.

Tabla 33. Estructura y gasto de los principales mercados internacionales emisores de turismo en Ecuador

País	Gasto medio (Encuesta 2015)	% Turismo Sol y Playa	% Turismo cultural	% Turismo Aventura y Deportes
Estados Unidos	$1.797,72	15,3%	50,4%	32,4%
Colombia	$621,70	19,2%	74,6%	5,7%
Perú	$556,06	22,9%	66,3%	8,5%
España	$1.282,02	11,1%	68,4%	20,0%
Chile	$899,21	17,5%	60,4%	21,5%
Argentina	$956,10	27,9%	48,8%	22,4%
Canadá	$1.580,55	10,5%	50,6%	38,0%
Alemania	$1.736,75	13,3%	43,7%	42,4%
Reino Unido	$1.743,36	8,0%	37,0%	53,9%
México	$1.136,54	10,6%	70,6%	18,3%
Francia	$1.387,45	8,1%	50,2%	41,0%
Brasil	$979,81	10,9%	68,5%	19,7%
China	$1.797,72	15,3%	50,4%	32,4%

Fuente: MINTUR. *Perfiles de turismo internacional 2017. Turismo en cifras* (2018), MINTUR (2018) y Encuesta (2015). Elaboración propia (2019)

A continuación, se exponen los principales retos y oportunidades que presenta cada uno de estos mercados emisores, que son de interés para Ecuador y con total aplicabilidad para Manabí y Esmeraldas, una vez se den las condiciones adecuadas de producto y de conectividad.

Tanto México como los mercados emisores del Cono Sur citados son mercados naturales de corta y media distancia para Ecuador, con buenas posibilidades de fidelización y la facilidad añadida del idioma común.

Los citados mercados emisores cercanos en América Latina presentan también posibilidades de diseñar y desarrollar viajes combinados multi-destino con Ecuador o con otros destinos regionales en Ecuador hacia otros mercados emisores más lejanos, en Europa o en América del Norte.

El mercado emisor italiano es un mercado de alto interés, pues es bastante sólido hacia diversos países de América Latina, tanto en el segmento de sol y playa como en actividades de ecoturismo, turismo comunitario y turismo responsable en general, siendo ya un emisor muy potente hacia destinos cercanos como Perú.

Entre los mercados del Benelux destaca el mercado holandés, que presenta una gran frecuencia de viajes internacionales (vuelos diarios de KLM a Quito) y un elevado interés en el ecoturismo, así como, un gran compromiso sectorial con la sostenibilidad.

El mercado escandinavo, por su parte, es un mercado con alto nivel de gasto, y un gran interés en los aspectos gastronómicos y los requerimientos de sostenibilidad social.

Como reto general para todos los mercados emisores, cercanos y lejanos, se puede mencionar el incremento de la conectividad aérea, aumentando las frecuencias de vuelos y ofertando precios más competitivos.

Tabla 34. Retos y oportunidades para los principales mercados internaciones emisores de turismo en Ecuador

Países	Retos de cada país
Estados Unidos	El principal reto para el mercado emisor de Estados Unidos es asegurar sobre todo la disponibilidad de actividades de ecoturismo y observación de naturaleza, así como experiencias de vivencia cultural, con estándares elevados, calidad y seguridad. Se trata de un mercado de gran tamaño, muy diversificado y con grandes posibilidades de crecimiento y fidelización hacia Ecuador en todos los productos.
Colombia	De cara a los mercados emisores más cercanos del Cono Sur como Colombia, el reto inmediato es ampliar y diversificar las opciones sobre el turismo clásico de frontera; así como aumentar las opciones añadidas al turismo de sol y playa, ya que existen playas más competitivas en otros destinos cercanos y en la propia Colombia.
Perú	De cara al mercado emisor de Perú, al igual que para Colombia, el reto inmediato es ampliar y diversificar las opciones sobre el turismo clásico de frontera; así como aumentar las opciones añadidas al turismo de sol y playa y los deportes náuticos.
España	España es un mercado natural indiscutible para Ecuador por las grandes conexiones étnicas e históricas, la facilidad linguística y las conexiones aéreas directas. Se añade además que el mercado emisor español admite en la práctica todas las posibilidades de producto, de forma especial el turismo de trekking y aventura; además por supuesto del ecoturismo, aunque hasta ahora ha estado muy centrado en Galápagos.
Chile y Argentina	De cara a los mercados del Cono Sur un poco más lejanos, como Chile y Argentina, el reto es similar, basado en ofrecer productos lo suficientemente atractivos como para justificar el desplazamiento en las condiciones actuales, con precios muy elevados de transporte aéreo entre los países y en su interior. En este momento es necesario estar muy pendientes de su inestabilidad social y económica.
Canadá	El principal reto para el mercado emisor de Canadá, al igual que para Estados Unidos, es asegurar la disponibilidad de actividades de ecoturismo y observación de naturaleza, así como experiencias de vivencia cultural, con estándares elevados de calidad y seguridad. Se trata así mismo de un mercado de gran tamaño, muy diversificado, ávido de experiencias vivenciales de calidad y con grandes posibilidades de crecimiento y fidelización hacia Ecuador en todos los productos.
Alemania	El mercado británico y el mercado alemán son así mismo muy interesantes, ya que son los que presentan una mayor presencia, historia, estabilidad y especialización de productos de ecoturismo y de turismo responsable, siendo dos mercados emisores

Países	Retos de cada país
	líderes en estos segmentos. El mercado británico es especialmente proclive al turismo de observación de naturaleza o "wilderness".
Reino Unido	El mercado británico y el mercado alemán son así mismo muy interesantes, ya que son los que presentan una mayor presencia, historia, estabilidad y especialización de productos de ecoturismo y de turismo responsable, siendo dos destinos emisores líderes en estos segmentos.
México	De cara a los mercados de América más lejanos, como México, el reto es ofrecer productos lo suficientemente atractivos como para justificar el desplazamiento en las condiciones actuales, con precios muy elevados de transporte aéreo entre los países y en su interior.
Francia	El mercado francés, por su parte, es muy interesante ya en la actualidad para Ecuador por su preferencia por el turismo de aventura y trekking, además del interés permanente en el ecoturismo, así como en el turismo rural y comunitario.
Brasil	El mercado emisor de Brasil presenta así mismo un gran tamaño y un interés muy diversificado en prácticamente todos los segmentos de producto, unido a su cercanía.
China	En cuanto a los mercados de Asia, el mayor en tamaño y perspectivas de crecimiento es como ya hemos apuntado claramente el mercado chino, donde el principal reto es prestar servicios e informaciones en su idioma, destinados a un creciente número de ciudadanos con pasaporte y con capacidad adquisitiva para realizar viajes turísticos internacionales.

Fuente: Elaboración propia (2019)

Además de estos principales países, hay otros mercados emisores que son potenciales para Ecuador tal como Italia, los países escandinavos y BENELUX, los cuales también son descritos en el ANEXO 3. Estos países, sin embargo, no se han incorporado a la tabla porque no se dispone de datos pormenorizados en torno a la caracterización y gasto en Ecuador. Se trata, en cualquier caso, de países a los que se debe prestar atención a su segmentación y evolución futura.

En general, los mercados priorizados para Ecuador son:

Tabla 35. Mercados priorizados para Ecuador

Prioridad 1	Prioridad 2	Prioridad 3	Prioridad 4
Estados Unidos **Canadá** **Alemania** **Francia** **Reino Unido**	España Italia Colombia Perú Brasil Suiza Países Bajos	Chile Argentina México	China Australia Japón Rusia India Países nórdicos

3. ARTICULACIÓN CON LA PLANIFICACIÓN

3.1 Alineación Objetivo estratégico institucional

El Proyecto se encuentra alineado a cinco objetivos institucionales y las disposiciones del marco normativo vigente que proviene de las normas constitucionales y legales que definen al Ministerio de Turismo en el contexto del régimen de desarrollo, y que determinan las responsabilidades del Estado y la institucionalidad necesaria para el desarrollo establecido en la Ley Orgánica de Turismo.

Los objetivos estratégicos institucionales son:

1. Incrementar la oferta de destinos, productos y servicios turísticos sostenibles, accesibles y competitivos en el Ecuador
2. Mejorar el bienestar del turista en el Ecuador
3. Incrementar la conectividad con fines turísticos en el país mediante la coordinación interinstitucional
4. Incrementar las inversiones turísticas en el Ecuador fortaleciendo el sistema económico del país
5. Incrementar la promoción del destino Ecuador a nivel nacional e internacional

3.2 Contribución del Proyecto a la meta del Plan Nacional de Desarrollo

El "Proyecto de Asistencia Técnica para la Reactivación Productiva Post-Terremoto Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Destino Pacifico Equatorial" contribuirá al logro del Eje 2. Del Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021, denominado **"Economía al Servicio de la sociedad"**, y el Eje 3. "**Más sociedad, mejor Estado" del Plan Nacional de Desarrollo.**

En Eje 2. "Economía al Servicio de la sociedad", concretamente el proyecto aporta a los siguientes objetivos:

Objetivo 4: Consolidar la sostenibilidad de sistema económico social y solidario, y afianzar la dolarización.

El Proyecto aportará al cumplimiento de este objetivo, en virtud de que fortalecerá el fomento a los servidores turísticos de la economía popular y solidaria en las provincias de Manabí y Esmeraldas, mediante el acceso a crédito, capacitación y el acceso a mercados. La atracción de nuevas inversiones relacionadas con temas como gastronomía o turismo comunitario, son propuestas presentes en el proyecto mediante la puesta en marcha de proyectos de creación y fortalecimiento de atractivos turísticos que creará un catalizar para la generación de la demanda.

Objetivo 5: Impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria.

El Proyecto aportará a la búsqueda de este objetivo, en virtud de que facilitará el acceso a medios y activos productivos, que permitirán el mejoramiento de la productividad y competitividad de los actores del turismo de la economía popular y solidaria, en las provincias de Manabí y Esmeraldas, así como fortalecerá sus capacidades asociativas y organizativas para una redistribución equitativa y solidaria de los excedentes que su actividad económica genere.

Objetivo 6: Desarrollar las capacidades productivas y del entorno para lograr la soberanía alimentaria y el desarrollo rural integral

El Proyecto aportará a la consecución de este objetivo en razón de que intervendrá tanto en las parroquias urbanas como rurales de las provincias de Manabí y Esmeraldas con proyectos de turismo rural y de agroecología.

Eje 3: Más sociedad, mejor Estado

Este proyecto apoya a este eje y al gobierno en cumplir un principal reto que es el fortalecimiento de la coordinación entre el sector público y privado, para diversificar y mejorar la calidad y la competitividad de los servicios turísticos. El impulso de Ecuador hacia el mundo como destino turístico también exige que las representaciones internacionales fortalezcan los procesos de integración regional y mundial, en correspondencia a los objetivos nacionales de desarrollo. Así mismo, el proyecto dispone de un mecanismo de gobernanza para la coordinación estratégica del macro destino Manabí / Esmeraldas sur que a su vez tendrá una herramienta de mercadeo y concretamente el proyecto aportará al siguientes objetivo:

Objetivo 9. Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo.

Este objetivo se cumple con este proyecto ya que existe la propuesta de un programa operativo de mercadeo para posicionar el macro destino con sus productos turísticos en los mercados internacionales. Se busca tener representaciones en Colombia y en Europa para apoyar las acciones de marketing y relaciones públicas que puedan tener beneficios valorables dentro de la industria extranjera, prensa y consumidor turísticos internacional de los mayores mercados emisivos.

4. MATRIZ DE MARCO LÓGICO

Orientación estratégica del Plan de desarrollo del destino Pacífico Equatorial al 2030

Este proyecto se enmarca en el Plan estratégico para el desarrollo del destino Pacífico Equatorial al año 2030, cuya visión es:

Visión al 2030

Al 2030, el destino Pacífico Equatorial es un **referente del turismo sostenible a nivel nacional e internacional**. Cataliza la **articulación de actores**, favorece la provisión de **experiencias con altos estándares de calidad**, y contribuye al fomento de la **competitividad territorial,** con base en la valoración del patrimonio y la generación de sinergias con otras ramas productivas.

Objetivo general del Plan de Desarrollo del DPE al 2030

Orientar el modelo de desarrollo turístico sostenible y competitivo del destino Pacífico Equatorial, mediante el diseño de un mecanismo de gobernanza para la colaboración, la innovación y la resiliencia; el fortalecimiento y la diversificación de la oferta turística, el desarrollo de capacidades productivas, el impulso de iniciativas de marketing y la ejecución de prácticas de sostenibilidad; que favorezcan el desarrollo endógeno, el crecimiento productivo sostenido y el aprovechamiento racional del patrimonio.

Ejes estratégicos del plan 2030

Con esta base, se define la orientación estratégica para la reactivación turística de dieciséis áreas afectadas por el terremoto del 16 de abril de 2016, cuyos territorios configuran el destino Pacífico Equatorial. La orientación señalada se conforma por cinco ejes estratégicos, a saber:

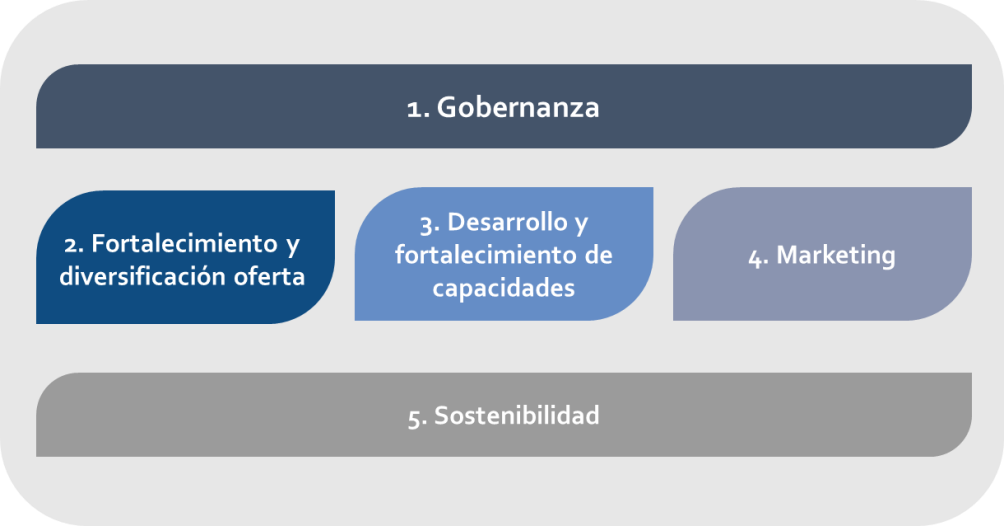

Ilustración 13. Ejes estratégicos del Plan Desarrollo Turístico Sostenible Pacífico Equatorial 2030

Estos ejes estratégicos se convierten en paraguas de la acción propuesta en este proyecto.

4.1 Objetivo General y objetivos específicos

FINALIDAD
Contribuir a la recuperación de la economía local de Manabí y Esmeraldas sur
PROPÓSITO (OBJETIVO GENERAL) al 2023
Desarrollar el destino Pacífico Equatorial como un referente de turismo sostenible que favorezca la cohesión social, la conservación del patrimonio, la generación de empleo y la atracción de inversiones.
Componentes (Objetivos Específicos)
Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados
Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística
Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística
Componente 4: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero
Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados

4.2 Indicadores de resultado

En la tabla que sigue se proponen cuatro objetivos estratégicos con sus respectivos indicadores y metas, a ser alcanzadas hasta el año 2023.

Nivel Propósito y Objetivo General	Indicador	Línea base 2020	Meta 2023	Meta al 2030
Incrementar el empleo directo en alojamientos de 3*, 4* y 5*	**Empleos directos en alojamientos de 3*,4*,5***	1845 (49.8% h, 50.2% muj)	Optimista: 2172 Medio: 2131 Pesimista: 2090	Optimista:2858 Medio: 2714 Pesimista:2573
Incrementar el número de turistas extranjeros	**Número de turistas extranjeros**	156.384	180.422	400.000
Incrementar el número de turistas nacionales	**Número de visitantes nacionales**	10.175626	11.739.747	20.000.000

4.3 Marco lógico

PROYECTO: DESARROLLO DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL (MANABÍ ESMERALDAS SUR)			
CUP:			
RESUMEN NARRATIVO DE OBJETIVOS	**INDICADORES VERIFICABLES**	**MEDIOS DE VERIFICACIÓN**	**SUPUESTOS**
FINALIDAD			
Contribuir a la recuperación de la economía local de Manabí y Esmeraldas sur	Incremento del empleo directo en el sector turismo en los 16 cantones de Manabí y Esmeraldas sur (alojamientos 3*,4* y 5*), con LB 2020= 1845 empleos (49.8 % h y 50.2% muj) Optimista +17.72% al 2023 Medio +15.5% al 2023 Pesimista +13.27% al 2023	INEC, empleo rama alojamiento y alimentación	Optimista, se invierte 65% entre 2020-2021. Entorno macro-económico y político se mantiene estable. Opera el aeropuerto en San Vicente. Medio, se invierte 50% entre 2020-2021, No opera aeropuerto en San Vicente y se incrementan frecuencias a Esmeraldas Pesimista, se invierte 35% entre 2020-2021. No aumentan frecuencias en Esmeraldas. No opera aeropuerto San Vicente.
PROPÓSITO (OBJETIVO GENERAL) al 2023			
Desarrollar el destino Pacífico Equatorial como un referente de turismo sostenible que favorezca la cohesión social, la conservación del patrimonio, la generación de empleo y la atracción de inversiones.	Incrementar el número de turistas extranjeros de 156.384 en 2020 a 180.422 en 2023 Incrementar el número de turistas nacionales de 10.175.626 en 2020 a 11.739.747 en 2023.	Reportes de gestión y seguimiento del programa a través del Centro de investig y análisis DPE, en base a data MINTUR.	Existe voluntad política para impulsar el turismo Se asigna inversión pública complementaria para infraestructura y servicios básicos. Hay estabilidad política Existe capacidad de resiliencia ante desastres en el sector turismo. Estabilidad macroeconómica del país. Inversión pública y privada en el DPE.

Componentes (Objetivos Específicos)	INDICADORES VERIFICABLES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados	1.1 Un Acuerdo de voluntades entre MINTUR y GADs en 2020. 1.2 Un contrato fideicomiso mercantil firmado y operando en 2020. 1.3 Tres OGDs con personería jurídica, operando desde el año 2020. 1.4 Diez mesas locales de competitividad turística en destinos priorizados, operando desde 2020 1.5 Una coordinación de investigación y análisis turístico DPE, funcionando desde 2020.	Documento firmado. Actas de reuniones de OGD. Actas de asambleas (mesas de competitividad) en destinos. Reportes de la coordinación de investigación y análisis turístico.	Existe voluntad política Se concreta asignaciones presupuestarias de GADs Reforma a la Ley de turismo contempla fondos regionales de desarrollo y promoción turística.
Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística	2.1 Ocho destinos turísticos priorizados: Esmeraldas (ciudad), Atacames, Mompiche, Pedernales - Jama, Canoa - San Vicente - Bahía de Caráquez (incluye área rural de Canoa-San Vicente-Bahía de Caráquez: Chone y Bolívar), Portoviejo (incluye área rural de Portoviejo: Rocafuerte), Manta – Montecristi (incluye área rural de Manta-Montecristi: Jaramijó), y Puerto López – Puerto Cayo (incluye área rural de Puerto López-Puerto Cayo: Jipijapa). 2.2. Número de subproyectos de desarrollo y diversificación turística implementados, al 2023: 53. 2.2 Porcentaje de destinos turísticos priorizados, desarrollados al año 2023: Al menos el 75%.	Reportes de la coordinación de investigación y análisis turístico.	Inversión pública y privada en el DPE. Demanda turística motivada para visitar el DPE. Operadores turísticos motivados para ofertar el DPE.
Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística	3.1 Número de personas con empleo en turismo, que ha sido capacitado y ha recibido asistencia técnica especializada al 2023, mediante los proyectos capacitación, asistencia técnica y certificación para el fomento de capacidades	Reportes de la coordinación de investigación y análisis turístico. Reportes de la Dirección Ejecutiva DPE.	Capacitación alineada a tendencias globales de turismo motiva la participación de personal del sector turismo. Bajo nivel de deserción en procesos de capacitación.

	productivas y tecnológicas; y sistema de formación e innovación gastronómica): 1.247. 3.2 Número de personas con empleo en turismo, certificadas al 2023: 124. 3.3 Número de escuelas de gastronomía y laboratorios de innovación culinaria funcionando en cada núcleo en el 2021: 3.		
<u>Componente 4</u>: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero	4.1 Número de oficinas de relaciones públicas y de marketing para impulso de la estrategia de mercados internacionales, operando en el 2021: Dos, una en España y una en Colombia. 4.2 Número de ferias internacionales anuales en las que participa el DPE, entre el 2021 y el 2023: Cinco (Miami Sea Trade -cruceros, FITUR, ITB, TOP RESA y ANATO). 4.3 Número anual de campañas digitales de promoción y sensibilización para mercado nacional, entre el 2021 y el 2023: Tres. 4.4 Número de viajes de reporteros de prensa internacional, al 2021: 45 4.5 Número de viajes de familiarización de operadores, al 2022: 40	Reportes de la coordinación de investigación y análisis turístico del DPE. Reportes de la Dirección Ejecutiva DPE.	Mayor afluencia de líneas aéreas nuevas al Ecuador. Mayor frecuencia de vuelos a Ecuador.

Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados	5.1 Número de herramientas o estándares de indicadores para evaluar la sostenibilidad turística del DPE, al 2021: Un estándar con criterios e indicadores. 5.2 Porcentaje de la planta de prestadores de servicios turísticos del macro destino que implementan buenas prácticas de manejo de turismo sostenible, al 2023: 22%. 5.3 Número de comités de competitividad turística local que incluyen a la sostenibilidad turística en sus agendas de trabajo, a partir del 2021: 8, uno por destino priorizado.	Actas de comités locales de competitividad turística. Reportes de la coordinación de investigación y análisis turístico del DPE Reportes de la Dirección Ejecutiva DPE.	Voluntad e interés empresarial para incorporar criterios de sostenibilidad turística en su gestión. Voluntad e interés de los actores públicos para incorporar criterios de sostenibilidad turística en políticas y normativas.

Detalle de actividades

Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados	**Presupuesto**	**medios de verificación**	**Supuestos**
Actividades	**1.167.700**		
1.1. Establecer la gestión del macrodestino (Fondo del Destino Pacífico Equatorial)	700.200	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
1.2 Establecer un centro de investigación y análisis turístico	180.000	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
1.3 Establecer una Organización de Gestión de Destino (OGD) en cada núcleo	247.500	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
1.4 Generar una estrategia de atracción de inversiones (APP, ruedas de negocio, RSE)	40.000	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística	**Presupuesto**	**medios de verificación**	**Supuestos**
Actividades	**7.701.250**		

2.1 Implementar un fondo para el desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta turística	**6.701.250**	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
2.2 Fondo concursable para nuevas iniciativas	**1.000.000**	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística	**Presupuesto**	**medios de verificación**	**Supuestos**
Actividades	**1.940.000**		
3.1 Implementar una estrategia de capacitación y asistencia técnica y certificación para el fomento de capacidades productivas en destinos priorizados (guías locales certificados, CTC, mandos operativos y medios, sellos de calidad)	620.000	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
3.2 Implementar un sistema de formación e innovación gastronómica en destinos priorizados.	1.000.000	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
3.3 Fortalecer a gremios turísticos y unidades de turismo de Gobiernos Autónomos Descentralizados	80.000	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
3.4 Implementar mesas de competitividad turística en los destinos priorizados	240.000	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
Componente 4: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero	**Presupuesto**	**medios de verificación**	**Supuestos**
Actividades	**1.500.000**		
4.1 Generar estudios de mercado, marca turística, página web, material pop, ferias turísticas, mapas, folletería, infografías turísticas entre otros.	366.000	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
4.2 Desarrollar mercadeo nacional dirigido a prensa, industria turística y turista local	345.000	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
4.3 Desarrollar mercadeo internacional para prensa, industria turística y turista extranjero	789.000	Reporte Fideicomiso	
Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados	**Presupuesto**	**medios de verificación**	**Supuestos**

Actividades	**520.000**		
5.1 Implementar una estrategia de asistencia técnica y certificación en buenas prácticas de manejo de turismo sostenible.	380.000	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
5.2 Implementar un Plan de seguridad turística con participación público y comunitario en los destinos priorizados	140.000	Reporte Fideicomiso	Presupuesto suficiente y oportuno
TOTAL APORTE DEL PROYECTO **APORTE DE CONTRAPARTIDA LOCAL** **TOTAL PROYECTO**	**11.288.700** **1´540.250** **12.828.950**		

4.3.1 Anualización de las metas de los indicadores del propósito

Nivel Propósito y Objetivo General	Indicador	Unidad de medida	Meta 2023	Ponderación	2020 LB	2021 año 1	2022 año 2	2023 año 3	TOTAL
FINALIDAD Contribuir a la recuperación de Manabí y Esmeraldas sur.	Incrementar el empleo directo en alojamientos de 3*, 4* y 5*	Empleos directos en alojamientos de 3*,4*,5*	Optimista: 2172	**17,72%**	1845	1895	2029	2172	2172
					incrementos	50	134	143	327
				Meta anual ponderada		2,71%	7,26%	7,75%	17,72%
			Medio: 2131	**15,50%**	1845	1895	2009	2131	2131
					incrementos	50	114	122	286
				Meta anual ponderada		2,71%	6,18%	6,61%	15,50%
			Pesimista: 2090	**13,28%**	1.845	1.895	1.992	2.090	2.090
					incrementos	50	97	98	245
				Meta anual ponderada		2,71%	5,26%	5,31%	13,28%
PROPOSITO Desarrollar el destino Pacífico Equaotorial como un referente de turismo sostenible que favorezca la cohesión social, la conservación del patrimonio, la generación de empleo y la atracción de inversiones.	Incrementar el número de turistas extranjeros	Número de turistas extranjeros	180.422	**15,37%**	156.384	160.575	170.210	180.422	180.422
					incrementos	4.191	9.635	10.213	24.038
				Meta anual ponderada		2,68%	6,16%	6,53%	**15,37%**
	Incrementar el número de pernoctaciones nacionales	Número de pernoctaciones	11.739.747	**15,37%**	10.175.626	10.448.333	11.075.233	11.739.747	11.739.747
					incrementos	272.707	626.900	664.514	1.564.121
				Meta anual ponderada		2,68%	6,16%	6,53%	**15,37%**

5. ANÁLISIS INTEGRAL

5.1 Viabilidad técnica

Siendo el problema central identificado la ausencia de un modelo de gestión territorial, la gobernanza se constituye en un tema transversal clave y articulador que dará la viabilidad técnica al proyecto

Con base en el análisis de la modalidad más efectiva para la implementación del proyecto, se propone la constitución de un Fideicomiso Mercantil de Administración e Inversión, del

FONDO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL,

denominado de manera corta FIDEICOMISO DPE

este instrumento legal vigente en el país se rige por el siguiente MARCO LEGAL señalado en su orden de jerarquía:

- Constitución Política de la República del Ecuador.
- Ley de Turismo.
- Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.
- Reglamento Interno de Contrataciones del Ministerio de Turismo
- Ley de Modernización del Estado (normas pertinentes).
- Reglamento Interno de Competencias y Funciones del Ministerio de Turismo para la Operación del Fondo Pacífico Equatorial.
- FUENTES DE INGRESOS AL FIDEICOMISO DPE[50]: Se diseñarán varias estrategias de fondeo del Fideicomiso DPE a fin de garantizar su sostenibilidad en el tiempo, entre ellas:
  - Tasa aérea de USD 2 sobre pasajes vendidos a los aeropuertos del DPE.
  - Asignaciones municipales correspondientes al 50% de la recaudación de tasa del cobro de la Tasa de Facilidades y Servicios Turísticos a los establecimientos prestadores de alojamiento turístico, ($1,50 por noche categoría 3 estrellas y $2 categoría 4 y 5 estrellas)
  - Venta de servicios del centro de investigación y análisis turístico
  - Publicidad de la plataforma de información
  - Feria anual de iniciativas para el fomento turístico del destino
  - Otras…
- Ley de Mercado de Valores.
- Reglamento General a la Ley de Mercado de Valores.
- Reglamento de Administradoras de Fondos y Fideicomisos.
- Manual Orgánico Funcional del Reglamento Operativo Interno y del Sistema Tecnológico de las Administradoras de Fondos y Fideicomisos.
- Reglamento para la participación del Sector Público en el Mercado de Valores.
- Reglamentos sobre Negocios Fiduciarios.

[50] El financiamiento del Fondo a través de tasas debería constar en un articulo de la nueva Ley Orgánica de Turismo o por decreto.

Se ha establecido un REGLAMENTO DE OPERACIÓN DEL FIDEICOMISO DPE que determina los órganos de gestión y mecanismos, así como la modalidad operativa.

A continuación, se reseña el enfoque de cada uno de los componentes:

- **Gobernanza para la colaboración, la innovación y la resiliencia:** Mecanismo transversal de coordinación, entre niveles de gobierno, y entre lo público y lo privado. Busca generar una espiral de desarrollo sostenible, democrático e inclusivo, creando las condiciones para que una diversidad de actores de la cadena de valor del turismo participe en la construcción de una visión compartida, así como en la operativización de las acciones del destino Pacífico Equatorial. Incluye tres niveles: (i) macro destino Pacífico Equatorial, gestionado por el Fondo de desarrollo y promoción turística del destino, (ii) tres núcleos territoriales conformados como Organizaciones de Gestión de Destino; y, (iii) destinos priorizados en cada núcleo, coordinados a través de mesas de competitividad turística.
- **Desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta:** Orientado al desarrollo de nuevos atractivos turísticos de alto nivel y a la consolidación de productos, rutas y destinos de calidad, mediante el apalancamiento de la inversión, instrumentos de planificación y gestión turística, optimización de atractivos existentes, dotación de infraestructura de uso turístico, adecuación o implementación de facilidades turísticas sostenibles y resilientes, urbanismo y paisajismo; y, encadenamientos productivos para el desarrollo de la oferta turística. Tiene como fin generar propuestas excepcionales que motiven la visitación de los turistas nacionales e internacionales.
- **Desarrollo y fortalecimiento de capacidades:** Se enfoca en el fomento de las capacidades productivas de los actores del sector turismo, con base en procesos de formación continua o por competencias laborales y certificación, acordes con brechas identificadas; que promueva la mejora de la empleabilidad, la productividad y la competitividad en el macro destino Pacífico Equatorial. Complementa su accionar con asistencia técnica especializada e infraestructura para el desarrollo de capacidades.
- **Marketing turístico:** Engloba la ejecución del Plan de Marketing del Destino Pacífico Equatorial, mismo que tiene como fin promover en mercados priorizados los productos del macro destino, para diversificar la oferta turística, desestacionalizar la demanda, y alcanzar niveles de notoriedad y presencia en canales altos y medio altos. Este eje estratégico comprende intervenciones generales de soporte, actuaciones en mercados internacionales, y acciones en el mercado nacional.
- **Sostenibilidad turística:** Constituye un eje transversal en las intervenciones del Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Destino Pacífico Equatorial 2030. Busca prevenir los impactos negativos y potenciar los efectos positivos que resultan del desarrollo de actividades turísticas, en las esferas ambiental, sociocultural y económica, a través de la implementación de buenas prácticas de manejo en turismo, a fin de generar bienestar en los visitantes, la industria del turismo y los anfitriones locales del macro destino Pacífico Equatorial.

Los cinco componentes serán impulsados mediante un modelo de gobernanza, que articule la gestión de los diversos actores de la cadena de valor de turismo, y contribuya con el cumplimiento de los objetivos y las metas del presente instrumento de planificación.

La primera etapa de implementación de este Plan de Desarrollo lo constituye esta propuesta de proyecto para el período 2020-2023, la cual es resultado de un esfuerzo de construcción participativa entre el Ministerio de Turismo, la Secretaría Técnica de Reconstrucción y Reactivación Productiva, la Unión Europea; y, actores del sector público, privado, gremial, comunitario, academia y cooperación. Y se orienta a generar un salto importante en el modelo de gestión del turismo a nivel territorial.

5.1.1 Descripción de la Ingeniería del Proyecto y especificaciones técnicas

La constitución del Fideicomiso DPE, será el punto de arranque que viabilizará la implementación del Proyecto. Hay experiencias exitosas que servirán de referente.

Se describe a continuación los cinco componentes y su estrategia de implementación:

Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados

Con el objetivo de establecer un sistema de coordinación multisectorial que posibilite la competitividad turística y el desarrollo sostenible de los núcleos turísticos del destino Pacífico Ecuatorial. Se busca establecer un esquema de gobernanza que favorezca la coordinación entre niveles de gobierno, así como, entre lo público y lo privado. Adicionalmente, mediante la gobernanza se pretende generar una espiral de desarrollo sostenible, democrático e inclusivo creando las condiciones para que una diversidad de actores de la cadena de valor del turismo construya una visión compartida y ejecuten el Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Pacífico Equatorial. Y en donde la Academia podrá ser un agente transformador orientando la creación de clúster turísticos.

Las actividades planificadas son:

1.1. Establecer la **gestión del macrodestino** (Fondo del Destino Pacífico Equatorial): mediante un fideicomiso creado por el Ministerio de Turismo con escritura pública por el que se constituye un patrimonio autónomo e independiente dotado de personalidad jurídica capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones.

1.2. Establecer un **centro de investigación y análisis turístico**: se enfocará en la generación de estudios y análisis para entender los factores y formular propuestas que permitan dinamizar la cadena de valor de turismo en el destino. Dados los costos elevados de la generación de información, es trascendental la colaboración entre niveles de gobierno, así como, entre lo público y lo privado; para el levantamiento, el análisis y la utilización de conocimiento, la toma de decisiones, y la implementación de políticas, programas y proyectos de desarrollo y promoción turística.

1.3. Establecer una **Organización de Gestión de Destino (OGD) en cada núcleo**: con el objeto de establecer espacios de coordinación de los actores público, privados, comunitarios y académicos de la cadena de valor presentes en el territorio; se propone que las OGDs se conformen como Agencias de Desarrollo Económico con personería jurídica otorgada por el Ministerio de Turismo y consideren como miembros fundadores a los GADs provinciales y municipales, así como, a representantes del sector privado, la academia y lo comunitario.

1.4. Generar una **estrategia de atracción de inversiones** (APP, ruedas de negocio, fondos de RSE): con el objetivo de generar un mecanismo catalizador de inversiones para el desarrollo y la consolidación del turismo en los tres núcleos del Destino Pacífico Equatorial, que serán gestionadas a través del Fondo Pacífico Equatorial. Se busca captar potenciales recursos provenientes de inversionistas privados, cooperación internacional, empresas que impulsan acciones de Responsabilidad Social Corporativa, fondos verdes (vía banca social), alianzas público-privadas, entre otros. Para este fin, se propone generar un espacio – **feria anual de difusión de propuestas,** en la que se realizará un balance anual de avances y retos en el DPE, se socializará los aprendizajes sobre las OGDs (gestión de conocimientos) y se desarrollará una rueda de negocios de proyectos turísticos.

Los actores principales de la implementación del componente 1 serían: Ministerio de Turismo, al Fondo Pacífico Equatorial y a las Organizaciones de Gestión de Destino (OGDs - Agencias de desarrollo económico de núcleos). Los actores de soporte para la implementación incluyen a la Secretaría Técnica del Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva, GADs provinciales y municipales de Manabí y Esmeraldas (destinos priorizados), Cámaras provinciales y cantonales de turismo, Sector privado de turismo de destinos turísticos priorizados y Organizaciones de la sociedad civil de Manabí y Esmeraldas (comités de seguimiento).

Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística

El objetivo de este componente es: desarrollar la oferta turística del destino Pacífico Equatorial, mediante la diversificación de productos turísticos de calidad, que permitan mejorar el nivel de competitividad de destinos y el acceso a mercados.

A partir de un trabajo coordinado entre los actores del destino, este componente tiene como fin configurar un portafolio de productos turísticos naturales, culturales y de aventura, que pongan en valor el patrimonio turístico, aprovechen la infraestructura, y dinamicen la actividad de los establecimientos turísticos que promueven servicios de excelencia en los **destinos priorizados:** Esmeraldas (ciudad), Atacames, Mompiche, Pedernales - Jama, Canoa, San Vicente - Bahía de Caráquez, Portoviejo, Manta – Montecristi, Jipijapa y Puerto López – Puerto Cayo.

Este componente engloba estrategias de desarrollo y fortalecimiento de destinos, productos, rutas y circuitos, apalancadas en el ejercicio efectivo de competencias de los GADs. Dichas estrategias incluyen: ordenamiento territorial (por ejemplo zonificación del espacio de uso público, urbanismo y paisajismo), facilidades turísticas sostenibles y resilientes, infraestructura de uso turístico sostenible y resiliente – conectividad y servicios básicos (agua, energía, alcantarillado, gestión de desechos, internet, telefonía), señalización turística y de aproximación, equipamiento para la operación turística, conservación y optimización del patrimonio natural y cultural, y encadenamientos productivos para el desarrollo de la oferta turística.

Las actividades planificadas son:

2.1 Implementar un **fondo para el desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta turística:** bajo un trabajo articulado con los actores del sector, en el que se prioriza el ejercicio efectivo de las atribuciones y funciones de los GADs; se busca constituir y dinamizar productos, destinos, rutas, circuitos, actividades y servicios de establecimientos de turismo. El mismo que operará en función del Reglamento del fondo y mediante convenios.

2.2 **Fondo concursable para nuevas iniciativas:** El proyecto se orienta a facilitar un mecanismo de financiamiento para iniciativas innovadoras y sostenibles que promuevan el desarrollo y la consolidación de productos, destinos, rutas, circuitos, actividades y servicios de establecimientos de turismo en el destino Pacífico Equatorial. El fondo se creará con su reglamento específico, el lanzamiento de la convocatoria, la evaluación de propuestas receptadas, la publicación de resultados, la suscripción de convenios con los beneficiarios, y el seguimiento y asistencia para la implementación de las iniciativas financiadas. Entre los criterios iniciales para las propuestas que apliquen al fondo, están: pertinencia de la iniciativa para el desarrollo del destino (diversifica, mejora calidad, genera atractividad del destino, etc.), responde a tendencias de crecimiento del mercado, calidad de la propuesta, capacidad de gestión del proponente, postulante participa en dinámica local de turismo, viabilidad financiera a largo plazo (incluyendo costo beneficio), genera encadenamiento con otros actores de la cadena, aporta a generar empleo para mujeres y jóvenes, cuenta con aporte propio de por lo menos un 20% y tiempo máximo de implementación un año.

Los actores principales de la implementación serían: Ministerio de Turismo, al Fondo Pacífico Equatorial y a las Organizaciones de Gestión de Destino (OGDs - Agencias de desarrollo económico de núcleos). Los actores de soporte para la implementación incluyen al Ministerio del Ambiente, Ministerio de Cultura y Patrimonio - Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio de Transporte y Obras Públicas, Ministerio de Telecomunicaciones y de Sociedad de la Información, Secretaría de Gestión de Riesgos y Emergencias, Banco de Desarrollo del Ecuador, Asociación de Municipalidades Ecuatorianas, GADs provinciales, municipales y parroquiales de Manabí y Esmeraldas (destinos priorizados), Cámaras provinciales y cantonales de turismo, Sector privado de turismo de destinos turísticos priorizados, Organizaciones de la sociedad civil de Manabí y Esmeraldas (comités de seguimiento).

Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística:

El objetivo de este componente es fomentar las capacidades productivas y tecnológicas de los actores del sector turismo, con base en procesos de formación y certificación, que permitan mejorar la empleabilidad, la productividad y la competitividad en el macro destino Pacífico Equatorial.

El desarrollo de capacidades del talento humano, como una estrategia para fomentar la empleabilidad, es esencial para promover el trabajo decente y para impulsar el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. En este marco, conviene observar que la contribución del empleo de la rama de alojamiento y servicios de comida, en septiembre de 2019, representó el 6,6% del total de la población empleada en la economía nacional, según datos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo.

Dada la trascendencia del talento humano en la mejora de la competitividad del destino Pacífico Equatorial, este componente busca establecer un sistema de robustecimiento de capacidades, que sea concordante tanto con las necesidades del recurso humano relacionado con el sistema turístico, cuanto con las tendencias globales que moldean el futuro del turismo.

Aquí, se priorizan los procesos de formación (continua o por competencias laborales), asistencia técnica y certificación para: personal de los establecimientos turísticos, actores del turismo comunitario, y gremios y unidades de turismo de GADs. Así también, se privilegia la infraestructura colaborativa de laboratorios de innovación gastronómica, el soporte para el acceso a financiamiento y el fomento de la calidad, como

medidas para potenciar la motivación de las visitas turísticas, las ventas de los negocios de turismo, la generación del empleo y el incremento de la competitividad turística.

Las actividades planificadas son:

3.1 Implementar una estrategia de **capacitación, asistencia técnica y certificación** para el fomento de capacidades productivas en destinos priorizados (guías locales certificados, CTC, mandos operativos y medios, sellos de calidad): engloba estrategias dirigidas al personal con ocupaciones de nivel básico, intermedio o alto de los establecimientos turísticos, actores del turismo comunitario, y gremios y unidades de turismo de GADs. En lo que respecta a procesos de formación y certificación, estos se alinean a la Estrategia Oficios del futuro y oficios de antaño del Ministerio de Turismo (*). La asistencia técnica para mejorar la competitividad de los negocios turísticos privados o comunitarios, será compatible con la Estrategia Hub de innovación – Unidad Emprende Turismo y la estrategia de digitalización turística de empresas[51], optimizando la metodología Inicie y Mejore su negocio. Por su parte, el fomento de la calidad se apalancará en capacitación, asistencia técnica y certificación de calidad turística.

3.2 Implementar un sistema de **formación e innovación gastronómica** en destinos priorizados: busca poner en valor la diversidad de productos y la riqueza de las tradiciones gastronómicas que requieren formación, innovación y promoción. Por ello, se propone el establecimiento de un sistema de formación e innovación culinaria conformada por un nodo en cada núcleo en el que existirá una Escuela de Comida y un Laboratorio de Innovación Culinario interconectados entre sí para favorecer el intercambio y la co-creación de recetas y productos alimenticios que lo posicionen como un destino culinario nacional e internacionalmente reconocidos.

3.3 **Fortalecer a gremios turísticos y unidades de turismo de los GADs:** El ejercicio eficiente de los procesos de descentralización turística, en el marco de las políticas nacionales, reviste la asistencia del proyecto a fin de potenciar las capacidades del personal de las unidades de turismo de los GADs, en materia de planificación, regulación, control y gestión. Una intervención similar, es concebida para los gremios turísticos, en términos de acompañamiento para la planificación y la gestión enfocada en el desarrollo y el marketing turístico, asesoría laboral, asistencia legal y consolidación de negocios turísticos.

3.4 Implementar **mesas de competitividad turística en los destinos priorizados:** integradas por actores locales de la cadena de valor del turismo. Entre dichos actores destacan prestadores de servicios turísticos presentes en el destino, universidades y otros cuerpos de formación en áreas vinculadas con turismo, gastronomía y hospitalidad; gobiernos locales; y, asociaciones y gremios. Se propone que las mesas de competitividad turística se conformen como organizaciones de hecho que coordinan de forma estrecha con las OGD establecidas en cada uno de los núcleos.

Las mesas de competitividad agrupan las siguientes actividades:

a) Coordinación de los integrantes de la cadena de valor en el destino priorizado al que corresponde para articular y desarrollar los componentes de la cadena en mención.

[51] Instrumentos impulsados por el Ministerio de Turismo en el marco del Plan Nacional de Turismo 2030.

b) Identificación de proyectos estratégicos a ser presentados a la OGD y, de ser priorizado, al Fondo del Destino Pacífico Equatorial.
c) Asistencia al trabajo de formación y capacitación de diferentes actores de la cadena de valor realizado por la OGD.
d) Soporte en la generación de estadísticas que alimenten el sistema de información promovido por la OGD.

Los actores principales de la implementación serían: Ministerio de Turismo, al Fondo Pacífico Equatorial y a las Organizaciones de Gestión de Destino (OGDs - Agencias de desarrollo económico de núcleos). Los actores de soporte para la implementación incluyen al Ministerio de Agricultura y Ganadería, Ministerio del Trabajo., Ministerio de Telecomunicaciones y de Sociedad de la Información, Secretaría Técnica del Sistema Nacional de Cualificaciones Profesionales, Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional, GADs Provinciales y Municipales, Cámaras Provinciales del macro destino en coordinación con la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo, Sector privado de turismo de destinos turísticos priorizados, BanEcuador y Corporación Financiera Nacional, Organización Internacional del Trabajo, Organizaciones de la sociedad civil de Esmeraldas y Manabí (comités de seguimiento).

Componente 4: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero

El objetivo de este componente es promover los productos del destino Pacífico Equatorial en mercados priorizados, a través de la diversificación de la oferta turística, con el fin de desestacionalizar la demanda y alcanzar niveles de notoriedad y presencia en canales.

La promoción de los productos turísticos en los mercados está supeditada al desarrollo de una oferta de calidad que supere tanto la debilidad actual del producto como las pocas capacidades operativas.

El componente tiene como fin promocionar productos basados en los recursos patrimoniales diferenciados del destino Pacifico Equatorial, generando actividades de alto impacto comunicacional y de alto valor añadido como son: el ecoturismo especializado, el eco-agroturismo, el turismo arqueológico, el turismo cultural vivencial y el turismo gastronómico. De esta forma, se espera aumentar la presencia de productos combinados del macro destino en catálogos de tour operadores receptivos de Ecuador, como una medida para asegurar y consolidar la presencia del destino en los mercados emisores internacionales en el medio plazo.

La inversión en promoción será de carácter selectivo y segmentado hacia mercados internacionales atraídos por actividades asociadas a los productos mencionados. Hay que resaltar que dichos segmentos mantienen altos niveles de gasto promedio. En este contexto, la puesta en marcha de acciones de promoción selectiva implica un trabajo paralelo de desarrollo de producto y fortalecimiento de capacidades. Para ello, se sugiere abordar en primer lugar el estímulo y la diversificación del mercado nacional, mientras se perfeccionan los productos actuales y se crean nuevos productos adaptados a los segmentos más evidentes y especializados de los mercados internacionales. A este mismo respecto, se debe aprovechar la potenciación de los espacios culturales o naturales reconocidos del macro destino, que ya parten con una ventaja inicial para ampliar y diversificar itinerarios. Se empezará por atraer a los visitantes extranjeros que llegan al Parque Nacional Machalilla, en especial a los ecoturistas.

Las actividades planificadas son:

4.1 Generar **estudios de mercado, marca turística, página web, material pop, ferias turísticas, mapas, folletería, infografías** turísticas entre otros: tiene por objeto ejecutar todas aquellas acciones que son necesarias para la puesta en marcha de la actividad promocional y que son aplicables a todos los mercados, tanto nacional como internacional. Entre las acciones a ejecutarse en el marco del proyecto, constan: el diseño y el manual de la marca turística, el diseño y el mantenimiento de la página web, el diseño de los diferentes materiales, la producción de las campañas, videos, (con una versión audiovisual de presentación del destino), elementos de merchandising, entre otros.

4.2 Desarrollar **mercadeo nacional** dirigido a prensa, industria turística y turista local. Esta iniciativa implica acciones relacionadas con: (i) cooperación con el sector privado y GADs provinciales y cantonales para la promoción específica de sus productos turísticos y el desarrollo de campañas de promoción del destino Pacífico Equatorial, en el mercado nacional. El fin de dicha cooperación es incentivar a los ecuatorianos a desplazarse al destino; (ii) viajes de prensa con reporteros y medios nacionales visitando los productos asociadas al turismo sostenible; (iii) viajes de familiarización con agencias de viajes en el país, incluyendo fam trips para fortalecer la capacidad de venta de los operadores nacionales. En este contexto, hay que indicar que la penetración del destino Pacifico Equatorial en los mercados internacionales deriva de la complicidad de un nutrido grupo de operadores receptivos cualificados de Ecuador, en especial los que están presentes de manera habitual en las principales ferias turísticas generalistas y especializadas internacionales. Aunque la acción con los operadores nacionales tenga repercusión internacional se opera con fondos del mercado nacional; (iv) acciones cooperadas de publicidad, para lo cual se necesita ir articulando esfuerzos con las aerolíneas nacionales para que aumenten el número de asientos hacia el destino.

Para la efectividad de estas acciones será necesario el esfuerzo de los actores de turismo local, como los tour operadores receptivos del destino de Manabí y Esmeraldas, en lo que respecta a la creación de servicios y productos combinados, dirigidos de forma específica a las motivaciones, requerimientos y capacidad adquisitiva de los distintos segmentos del mercado nacional.

4.3 Desarrollar **mercadeo internacional** para prensa, industria turística y turista extranjero: tiene como fin ejecutar acciones específicas de promoción en los mercados emisores priorizados. En una primera fase, se promoverán acciones en Europa y Colombia, mientras que, en una segunda fase posterior a 2023, se impulsarán acciones en Norteamérica y países de la región. Entre una de las principales iniciativas a ejecutar, está la implementación de oficinas comerciales y de relaciones públicas, que se encargarán de la atención al trade turístico, con presentaciones y workshops formativos sobre el destino; la atención a la prensa, para viajes de familiarización que den lugar a artículos; la atención a turistas, respondiendo a dudas informativas y distribuyendo materiales en ferias locales; y, la coordinación in situ de campañas publicitarias directas o cooperadas con el trade. Las oficinas también serán responsables de las acciones de promoción al trade turístico, potenciando aquellos proyectos de alta calidad como aquellos que formen parte de los procesos de certificación de sostenibilidad.

A fin de cumplir con la estrategia de promoción enmarcadas en el trade, se seguirá el siguiente curso: (i) acción “Publicaciones”, basada en la preparación de un folleto-trade para las ofertas de las empresas locales dirigidas a los nichos de mercado internacionales; (ii) acción “Noticias”, consistente en la preparación de un boletín electrónico dirigido a los operadores turísticos informando de novedades, nuevos productos, etc.; (iii) acción “Viajes de familiarización”, para la selección de operadores potenciales interesados en conocer el

producto del destino; (iv) acción "Publicidad", cuyas actuaciones se concentrarán, por razones de presupuesto y eficacia, en campañas digitales. La base principal sería la participación en grandes medios a través de anuncios cooperados con el trade turístico y específicamente las aerolíneas.

Todas las acciones citadas complementarán el esfuerzo que tendrán que realizar los actores de turismo, como los tour operadores receptivos del destino Manabí-Esmeraldas, en lo referente a la creación, especialización y diversificación de productos turísticos combinados, adaptados de forma específica a las motivaciones y requerimientos de los mercados emisores internacionales. Cuando sea oportuno, estos esfuerzos serán compartidos con los tour operadores receptivos de Quito y Guayaquil, en especial con los que visitan de forma más activa los mercados internacionales.

Los actores principales de la implementación serían: Ministerio de Turismo, al Fondo Pacífico Equatorial y a las Organizaciones de Gestión de Destino (OGDs - Agencias de desarrollo económico de núcleos). Los actores de soporte para la implementación incluyen al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, GADs Provinciales y Municipales, Sector privado de turismo de destinos turísticos priorizados y Organizaciones de la sociedad civil de Esmeraldas y Manabí (comités de seguimiento).

Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados

El objetivo del componente es prevenir los impactos negativos y potenciar los efectos positivos resultantes del sector turístico, a través de la implementación de buenas prácticas de manejo, que generen bienestar en los visitantes, la industria del turismo y los anfitriones locales del macro destino Pacífico Equatorial.

De acuerdo con la Agenda 21 para la Industria del Turismo y Viajes, los productos del turismo sostenible son aquellos que funcionan en armonía con el ambiente, la comunidad y las culturas locales, de modo que estos se convierten en beneficiarios permanentes. En este marco, los principios de la sostenibilidad turística pueden aplicarse a las diversas tipologías o líneas de producto turístico y a todas las actividades de la industria del turismo.

Conscientes del rol de los destinos anfitriones en el desarrollo equilibrado del turismo, este componente impulsa una cultura sostenible basada en prácticas orientadas al buen manejo de los impactos generados por la actividad turística, de manera que se prevengan o mitiguen los efectos negativos y se fomenten los positivos.

En el ámbito ambiental, este componente motiva el uso equilibrado de los recursos naturales, enfatizando entre otros, el buen cuidado y la conservación del patrimonio natural, la gestión integral de los residuos y el uso eficiente del agua y la energía. En el ámbito socio cultural fomenta el reconocimiento y la protección del patrimonio cultural material e inmaterial y promueve el sentido de pertenencia para su aprovechamiento. De igual forma, previene o mitiga riesgos como la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes y la discriminación de raza y género. Finalmente, en el ámbito económico estimula la inclusión de mercado y la formalización de personas a nivel local, optimizando la complementariedad de las cadenas productivas.

Las actividades planificadas son:

5.1 Implementar una **estrategia de asistencia técnica y certificación en buenas prácticas de manejo de turismo sostenible**: la intervención en esta iniciativa revierte facilitar asistencia técnica para que los establecimientos turísticos y los destinos implementen buenas prácticas de manejo (BPM) de turismo

sostenible, y potencialmente alcancen la certificación en este ámbito. Para dicho fin, se empleará una batería de indicadores de sostenibilidad turística, que será diseñada de forma participativa en el marco del proyecto, tomando como referencia los indicadores base de instancias como el Consejo Global de Turismo Sostenible.

El proceso de certificación responderá a un modelo de cofinanciamiento y se sujetará a un sello BPM de turismo sostenible del destino, cuyo esquema de certificación será elaborado en el marco de los componentes del proyecto. De cara a motivar la participación de los actores del turismo, se promueve sensibilizar sobre los beneficios para el destino en su conjunto. Así, por ejemplo, las empresas que aplican BPM turísticas o que alcanzan una certificación se benefician a través del ahorro y la eficiencia en el uso de recursos. Los consumidores también se benefician al obtener servicios de calidad que contribuyen al bienestar ambiental y social. De igual forma, son beneficiarios los gobiernos locales al proyectar destinos turísticos sostenibles hacia los mercados meta. Por su parte, el ambiente y las comunidades locales se benefician de las acciones para conservar y aportar con equidad mayores oportunidades y beneficios para la sociedad.

5.2 Implementar un **Plan de seguridad turística** con participación público y comunitario en los destinos priorizados: orientado a proporcionar un bienestar integral tanto para los visitantes como para los anfitriones. El diseño del plan involucrará un trabajo articulado entre la Policía Nacional del Ecuador, como entidad especializada en la gestión de seguridad, y otros actores vinculados con las diversas aristas de la seguridad integral en el quehacer turístico. Con base en las recomendaciones de la Organización Mundial del Turismo, el plan abordará las siguientes áreas: definición de riesgos turísticos potenciales; detección y prevención de delitos contra turistas; protección de turistas y residentes contra el tráfico de drogas; protección de sitios e instalaciones turísticas contra actos ilícitos; establecimiento de directrices para los operadores de las instalaciones turísticas; responsabilidades en el trato con la prensa; información para la industria turística internacional sobre cuestiones de seguridad; organización de un gabinete de crisis; adopción de normas de seguridad en las instalaciones y sitios turísticos, en cuanto a protección contra incendios, robos, higiene y requisitos sanitarios; establecimiento de reglamentos de responsabilidad en empresas turísticas; estudio de aspectos de seguridad en la concesión de licencias para establecimientos de turismo; provisión al público de información apropiadas sobre seguridad para viajes; elaboración de políticas nacionales sobre salud de los turistas; creación de seguro turístico y seguro de asistencia en los viajes; y, difusión de estadísticas de investigación fiables sobre delitos contra los viajeros.

Adicionalmente, se incluye:

Turismo social, accesible y estrategia de prevención de la explotación sexual en niños, niñas y adolescentes, asociada a viajes y turismo, mediante la sensibilización sobre turismo social a establecimientos turísticos y población local; asistencia técnica para la optimización de la capacidad instalada de la planta turística, motivando el empaquetamiento de servicios y la comercialización en canales acordes con los segmentos de los quintiles I y II de la población; capacitación y sensibilización sobre turismo accesible a establecimientos turísticos y población local; adecuación e implementación de facilidades turísticas sostenibles y resilientes para personas discapacitadas (componente englobado en el Programa de desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta turística); y capacitación y sensibilización sobre la ESCNNA a establecimientos turísticos y población local.

Certificación bandera azul en playas priorizadas y certificación carbono neutral de establecimientos y destinos turísticos.

Los actores principales de la implementación serían: Ministerio de Turismo, al Fondo Pacífico Equatorial y a las Organizaciones de Gestión de Destino (OGDs - Agencias de desarrollo económico de núcleos). Los actores de soporte para la implementación incluyen al Ministerio del Ambiente, Ministerio de Energía y Recursos Naturales no Renovables, Ministerio de Inclusión Económica y Social, Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos y Emergencias, Policía Nacional del Ecuador, BanEcuador y Corporación Financiera Nacional, Consejo Nacional para la Igualdad de Discapacidades, Asociación de Municipalidades del Ecuador, GADs Provinciales y Municipales, Cámaras Provinciales del macro destino en coordinación con la Federación Nacional de Cámaras Provinciales de Turismo, Sector privado de turismo de destinos turísticos priorizados, Organización Mundial del Turismo, Consejo Mundial de Viajes y Turismo y Organizaciones de la sociedad civil de Esmeraldas y Manabí (comités de seguimiento).

5.1.2 Especificaciones técnicas

Explicitan características de los servicios a implementar en cada componente:

Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados

La estructura de la propuesta de gobernanza incluye tres niveles de gestión: (i) Destino Pacífico Equatorial (Fondo Pacífico Equatorial), (ii) núcleos territoriales (Organizaciones de Gestión de Destino – OGD) y (iii) destinos priorizados (mesas locales de competitividad turística).

Este componente incluye:

1.1 Establecer la gestión del macrodestino (Fondo del Destino Pacífico Equatorial)

- Diseño y aprobación del plan estratégico del macro destino.
- Selección de la empresa fiduciaria que administrará el fideicomiso.
- Selección de la Dirección Ejecutiva dentro de una terna identificada por una empresa especializada en selección de personal.
- Formulación y aprobación del plan operativo anual y presupuesto anual.
- Diseño y aprobación de la agenda anual de investigación del Centro de Estudios y Análisis Turístico.
- Ejecución de los proyectos postulados por las organizaciones de gestión del destino que hayan sido aprobados por la Junta Directiva.

1.2 Establecer una Coordinación de investigación y análisis turístico

- Generación de estadísticas turísticas e investigación prospectiva que permita anticipar tendencias del sector turístico.
- Desarrollo de capacidades locales para generar estadísticas relacionadas con la cadena de valor de turismo.

1.3 Establecer una Organización de Gestión de Destino (OGD) en cada núcleo

- Coordinación de los integrantes de la cadena de valor de turismo para desarrollar y articular la oferta en el destino.
- Formación y capacitación de diferentes actores de la cadena de valor ayudando a posicionar y promover la competitividad del destino.
- Identificación de proyectos a ser presentados al Fondo Pacífico Equatorial.

1.4 Generar una estrategia de atracción de inversiones (APP, ruedas de negocio, RSE)

- Portafolio dinámico de iniciativas para la diversificación de la oferta del turismo en el DPE.
- Estrategia de articulación a fuentes de fondeo.
- Implementación de una feria anual de difusión del portafolio de iniciativas del DPE.

Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística

Este componente incluye:

2.1 Implementar un fondo para el desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta turística

- Ordenamiento territorial (por ejemplo, zonificación del espacio de uso público, urbanismo y paisajismo, planificación y gestión turística).
- Facilidades turísticas sostenibles y resilientes.
- Infraestructura de uso turístico sostenible y resiliente – conectividad y servicios básicos (agua, energía, alcantarillado, gestión de desechos, internet, telefonía).
- Señalización turística y de aproximación.
- Equipamiento para la operación turística.
- Conservación y optimización del patrimonio natural y cultural.
- Encadenamientos productivos para el desarrollo de la oferta turística.

2.2 Fondo concursable para nuevas iniciativas

- Fondo concursable para el fortalecimiento y la diversificación de la oferta turística.
- Acompañamiento técnico posterior a la etapa de publicación de beneficiarios, sustentado en asesoría – mentorías en la gestión del negocio y acceso a mercados.

Así mismo, en este componente se han identificado en cada núcleo, subproyectos priorizados o recomendados siendo estos[52] implementados mediante un reglamento y convenio (contraparte):

[52] El detalle de cada uno de los proyectos se los puede ver en el Documento Informe del Plan de Desarrollo Turístico Sostenible Pacífico Equatorial 2030

Tabla 36. Núcleo, subproyectos priorizados o recomendados

NÚCLEOS Y DESTINOS	Subproyectos Turísticos identificados	
NÚCLEO ESMERALDAS SUR con 3 destinos priorizados		
Esmeraldas ciudad	5	Potenciación de la experiencia gastronómica en el mercado de Esmeraldas: Construir participativamente un modelo integral e innovador de gestión para hacer del mercado de Esmeraldas un sitio atractivo para la población local y turistas, creando capacidades para la implementación del modelo.
		Tour escénico de Esmeraldas y sus alrededores: esta iniciativa busca poner en valor los atractivos de la ciudad de Esmeraldas y sus alrededores, a través de la dotación de equipamiento para la operación y señalización turísticas.
		Señalética turística y adecuación del Puerto pesquero artesanal de Esmeraldas.
		Centro de Interpretación Refugio de Vida Silvestre Manglares Estuario Rio Esmeraldas.
		Fortalecimiento de fincas para experiencias de agroturismo
Atacames	3	Boulevard gastronómico y cultural La Bocana
		Muelle turístico y pesquero artesanal en Súa
		Fortalecimiento del agroturismo en Súa
Mompiche	7	Centro turístico de Mompiche.
		Construcción de muelle turístico en Portete
		Potenciación de la experiencia gastronómica de la isla Portete
		Ecolodge y centro de estudio arqueológico en la Comuna de Tongorachí
		Dinamización de deportes acuáticos en la playa de Bunche
		Malecón y muelle turístico de Daule
		Recuperación cultural del Centro Chachi de Balzar.
NÚCLEO MANABÍ NORTE con 2 destinos priorizados		
Pedernales – Jama	5	Ruta patrimonial de la cultura Jama-Coaque.
		Ruta de turismo gastronómico agroecológico del norte de Manabí.
		Centro Latitud 0°
		Ecoturismo en el Humedal Juananú.
		Museo de sitio Tabuga.
Canoa - San Vicente – Bahía de Caráquez (incluye área rural de Canoa-San Vicente-Bahía de Caráquez: Chone y Bolívar)	9	Centro turístico de Canoa.
		Rescate cultural de la comuna Río Canoa.
		Centro de Interpretación del Bosque Seco Tropical Ecuatorial del Biocorredor Cordillera del Bálsamo.
		Centro de Interpretación “El Hombre y el Manglar” para Isla Corazón.
		Modelo sostenible de pesca en Panga Tour.
		Obra de protección, reactivación turística y desarrollo urbanístico del nuevo perfil costero de la playa de Bahía de Caráquez.
		Mirador Cerro La Cruz en Bahía.
		Rehabilitación del Aeropuerto Los Perales (BHA).
		Museo de sitio Japotó.

NÚCLEOS Y DESTINOS	Subproyectos Turísticos identificados	
	8	Ecoturismo en el Humedal La Segua (sitio Ramsar).
		Centro Ambiental del Humedal La Segua.
		Puesta en valor de los Petroglifos de la Piedra La Dibujada y el cañón del Río Santo.
		Investigación y puesta en valor de los Petroglifos de la Cueva de La Capilla en Río Vendido.
		Revalorización cultural y natural del cacao nacional fino de aroma de Ecuador-Hacienda La Providencia y su Museo interactivo La casa del chocolate.
		Museo del agua y Centro de Interpretación Embalse La Esperanza.
		Puesta en valor y uso social del antiguo Centro ceremonial arqueológico precolombino de San Isidro.
		Estudio de factibilidad Parque Nacional del Cacao (Chone).
NÚCLEO MANABÍ CENTRO SUR con 3 destinos priorizados		
	2	Ruta patrimonial de la cultura Manteña.
		Ruta del café.
Portoviejo (incluye área rural de Portoviejo: Rocafuerte)	2	Repotenciación turística Cerros Hojas Jaboncillo.
		Desarrollo del producto turístico arqueológico La Solita de Higuerón, Rocafuerte.
Manta – Montecristi (incluye área rural de Manta-Montecristi: Jaramijó)	8	Puesta en valor del sitio arqueológico Ligüiqui.
		Centro turístico y de monitoreo ambiental Santa Marianita.
		Pesca deportiva en San Mateo.
		Museo antropológico del pescador Manteño en San Mateo.
		Centro turístico y de monitoreo ambiental San Lorenzo.
		Centro de interpretación Sombrero de Paja Toquilla de Pile.
		Modelo sostenible de pesca en panga tour - Jaramijó.
		Encadenamientos productivos entre productos con valor agregado y la cadena de valor turístico de Montecristi y Rocafuerte.
Puerto López – Puerto Cayo (incluye área rural de Puerto López-Puerto Cayo: Jipijapa).	4	Centro turístico Puerto Cayo.
		Repotenciamiento turístico de la Isla de la Plata.
		Repotenciamiento turístico del sitio arqueológico Agua Blanca.
		Centro de recuperación gastronómica tradicional en Sancán, Jipijapa.
8 destinos	53 subproyectos	

Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística:

El fortalecimiento de capacidades incluye:

3.1 Implementar una estrategia de capacitación y asistencia técnica y certificación para el fomento de capacidades productivas en destinos priorizados (guías locales certificados, CTC, mandos operativos y medios, sellos de calidad)

- Capacitación continua o por competencias laborales.
- Asistencia técnica para el fomento de capacidades productivas y tecnológicas.
- Certificación de competencias laborales u otras certificaciones especializadas.
- Sello de calidad turística (sello básico de calidad turística Pacífico Equatorial, sello excelencia de calidad turística Pacífico Equatorial) y sistema de gestión de calidad para establecimientos turísticos.

3.2 Implementar un sistema de formación e innovación gastronómica en destinos priorizados.

- Implementación de infraestructuras y equipamiento.
- Capacitación y fortalecimiento técnico.
- Diseño de marca.
- Elaboración de prototipos gastronómicos.

3.3 Fortalecer a gremios turísticos y unidades de turismo de Gobiernos Autónomos Descentralizados

- Evaluación y reingeniería de las capacidades institucionales (análisis de masa salarial, estructura de mapa de procesos, resultados de la gestión; nuevo enfoque de masa salarial, propuesta de cadena de valor y esquema de manejo de clima organizacional) - (componente orientado a GADs y gremios de turismo).
- Asistencia técnica para el diseño e implementación de herramientas de planificación, regulación, control, gestión, monitoreo y evaluación turística (componente orientado a GADs).
- Asesoría para el diseño de ordenanzas para el desarrollo de la actividad turística (componente orientado a GADs).
- Asistencia técnica para la coordinación multinivel con actores públicos, privados, comunitarios, academia y cooperación (componente orientado a GADs y gremios de turismo).

3.4 Implementar mesas de competitividad turística en los destinos priorizados

- Coordinación de los integrantes de la cadena de valor en el destino priorizado al que corresponde para articular y desarrollar los componentes de la cadena en mención.
- Identificación de proyectos estratégicos a ser presentados a la OGD y, de ser priorizado, al Fondo del Destino Pacífico Equatorial.
- Asistencia al trabajo de formación y capacitación de diferentes actores de la cadena de valor realizado por la OGD.
- Soporte en la generación de estadísticas que alimenten el sistema de información promovido por la OGD.

Componente 4: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero

Las estrategias de marketing turístico incluyen:

4.1 Generar estudios de mercado, marca turística, página web, material pop, ferias turísticas, mapas, folletería, infografías turísticas entre otros.

- Soporte general.
- Material promocional.
- Prensa.

4.2 Desarrollar mercadeo nacional dirigido a prensa, industria turística y turista local

- Prensa (viajes de prensa nacional y potenciación de destinos).
- Trade turístico (industria turística nacional)
- Turista (publicidad y promoción nacional, presentaciones del destino y cooperados nacionales).

4.3 Desarrollar mercadeo internacional para prensa, industria turística y turista extranjero

- Oficina comercial y de relaciones públicas.
- Prensa (viajes de prensa, boletines de prensa y otros).
- Trade turístico (industria turística, ferias y eventos)
- Turista (publicidad: campañas medios, mercadeo digital y cooperados).

Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados

El desarrollo de una estrategia de sostenibilidad incluye:

5.1 Implementar una estrategia de asistencia técnica y certificación en buenas prácticas de manejo de turismo sostenible.

- Diseño de indicadores y esquema de certificación de BPM de turismo sostenible.
- Asistencia técnica en BPM de turismo sostenible.
- Certificación en BPM de turismo sostenible.

5.2 Implementar un Plan de seguridad turística con participación público y comunitario en los destinos priorizados

- Análisis de la situación actual (diagnóstico) del destino.
- Estrategias de prevención y control de prestadores de servicios turísticos, que gestionará la Policía Nacional en coordinación con los GADs.
- Estrategia de vigilancia de atractivos turísticos y seguridad de los bienes y la integridad del turista.
- Plan de contingencia para visitantes en caso de incidentes.
- Estrategia de información y orientación al turista.
- Capacitación en seguridad turística.

5.2 Viabilidad financiera fiscal

En consideración de que la **perspectiva de este proyecto es aportar a la construcción de un modelo de gobernanza para la gestión del turismo a nivel territorial con una visión de largo plazo**, se ha observado necesario establecer **fuentes de ingreso (fondeo) que apalanquen y le den sostenibilidad al FONDO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL, (Fideicomiso DPE) de manera complementaria al aporte de la UE vía apoyo presupuestario.**

En esta perspectiva se ha diseñado mecanismos de generación de ingresos que podrían permitir el apalancamiento de recursos y una mirada financiera hacia el 2030.

5.2.1 Metodologías utilizadas para el cálculo de la inversión total, costos de operación y mantenimiento e ingresos.

Para determinar las inversiones, costos operativos, mantenimiento, ingresos y beneficios del Proyecto, se ha realizado un análisis de información secundaria y la validación con obras, proyectos similares y precios de mercado en las provincias de Manabí y Esmeraldas.

5.2.1.1 Inversión, costos de operación y mantenimiento:

Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados

Este componente es el encargo de la operación y ejecución del proyecto, por lo que, se incluyen los costos de operación y mantenimiento:

1.1 Establecer la **gestión del macro-destino** (Fondo del Destino Pacífico Equatorial)

Se realizó una estimación de necesidades del talento humano mínimo para lograr la gestión y efectos a nivel de gobernanza y se estableció el equipo mínimo requerido para el logro de las metas, este equipo estará conformado por:

- una Dirección Ejecutiva,
- un Coordinación de investigación y análisis turístico
- Una unidad de servicios que contratará con: Promoción y marketing, Administración, Contabilidad, Asesoría legal.

El equipo técnico y los servicios se han presupuestado por 36 meses con cargo al proyecto. Lo correspondiente a salarios fue calculado en función de las escalas salariales emitidas en el Acuerdo Ministerial N° MDT-2019-395 del Ministerio del Trabajo del año 2020.

Así mismo, se consideró el presupuesto para oficina, materiales y viajes (para 36 meses) y la gestión del fondo (por un período de 33 meses) de acuerdo con lo establecido Reglamento General de Operaciones del Fideicomiso DPE y Asignación de Competencias a los Órganos del Ministerio de Turismo[53].

1.2 Establecer una Coordinación de investigación y análisis turístico

Para la ejecución de esta actividad se consideró un equipo mínimo conformado por: un Coordinador y un Analista; quienes laborarán por período de 36 meses. El salario de este equipo se calculó de acuerdo con las escalas salariales emitidas en el Acuerdo Ministerial N° MDT-2019-395 del Ministerio del Trabajo del año 2020.

1.3 Establecer una Organización de Gestión de Destino (OGD) en cada núcleo

[53] Ver más detalle en el documento: Reglamento General de Operaciones del Fideicomiso DPE.

Para la ejecución de esta actividad se consideró un equipo mínimo conformado por: tres personas: un Coordinador técnico por cada zona; quienes laborarán por período de 33 meses. El salario de este equipo se calculó de acuerdo con las escalas salariales emitidas en el Acuerdo Ministerial N° MDT-2019-395 del Ministerio del Trabajo del año 2020.

1.4 Generar una estrategia de atracción de inversiones (APP, ruedas de negocio, RSE)

Con el objetivo de atraer y catalizar las inversiones se ha previsto realizar una feria anual (en total dos) con una inversión semilla de US$ 20.000 por año; establecida de acuerdo con referencias de proyectos de MINTUR y de la Unión Europea.

Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística

2.1 Implementar un fondo para el desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta turística

Se realizó una primera identificación de 53 iniciativas de sub proyectos que cuentan con un presupuesto que sirve de manera indicativa; estos presupuestos fueron elaborados junto con los actores de cada propuesta y deberán cumplir c**on los criterios expuestos en el Reglamento General de Operaciones del Fideicomiso DPE** y Asignación de Competencias a los Órganos del Ministerio de Turismo.

2.2 Fondo concursable para nuevas iniciativas

De manera complementaria en esta actividad se prevé un fondo concursable de **nuevas iniciativas** de subproyectos que dinamice el destino Pacífico Equatorial como un referente del turismo sostenible a nivel nacional e internacional. Estos sub proyectos deberán cumplir los criterios expuestos en el Reglamento General de Operaciones del Fideicomiso DPE Mercantil de Administración e Inversión Fondo de Desarrollo y Promoción Turística del Destino Pacífico Equatorial y Asignación de Competencias a los Órganos del Ministerio de Turismo.

En este caso se trata de una asignación techo a la cual podrán postular nuevas iniciativas.

Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística

3.1 Implementar una estrategia de capacitación y asistencia técnica y certificación para el fomento de capacidades productivas en destinos priorizados (guías locales certificados, CTC, mandos operativos y medios, sellos de calidad)

La inversión en esta actividad se realizó con base a estándares de capacitación utilizados en proyectos de MINTUR y de la Unión Europea.

3.2 Implementar un sistema de formación e innovación gastronómica en destinos priorizados,

La inversión de esta actividad fue calculada con base a experiencias similares de creación de escuelas gastronómicas y laboratorios.

3.3 Fortalecer a gremios turísticos y unidades de turismo de Gobiernos Autónomos Descentralizados

La inversión en esta actividad se realizó con base a experiencias en proyectos de MINTUR.

3.4 Implementar mesas de competitividad turística en los destinos priorizados: en función de referencias de proyectos de GADs provinciales y municipales de Manabí y Esmeraldas (destinos priorizados), sector privado de las provincias de Manabí y Esmeraldas y referencias de la Unión Europea.

Se presupuestó la realización de ocho mesas de competitividad turística, su costo fue calculado en función de proyectos de MINTUR y de la Unión Europea.

Componente 4: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero

En este componente se invertirá en acciones de soporte, señalización de acceso a atractivos y destinos, producción de campaña a nivel internacional (Redes-digital ads), material promocional, prensa y servicios de curier.

Asi mismo, se invertirá en desarrollar un mercadeo nacional, que cubrirá los gastos de viajes de prensa (nacional), potenciación de destinos / productos con personajes relevantes, viajes de familiarización e inspección, articulación comercial (workshops / ruedas negocios / roadshow / mesas de trabajo), campañas de promoción nacional, eventos locales, puntos de promoción y venta a nivel nacional y ferias y eventos nacionales.

Para el desarrollo de un mercadeo internacional se cubrirá los gastos de promoción internacional a nivel de prensa, trade y turista en países seleccionados de Europa (5 países), Sudamérica (Colombia) y Norteamérica (EEUU y Canadá)

Los valores se establecieron en función de la experiencia en proyectos similares de MINTUR.

Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados

5.1 Implementar una estrategia de asistencia técnica y certificación en buenas prácticas de manejo de turismo sostenible

La inversión en esta actividad fue calculada con costos estimados para acciones básicas de sensibilización y gestión de indicadores.

5.2 Implementar un Plan de seguridad turística con participación público y comunitario en los destinos priorizados.

La inversión fue estimada considerando la contratación de una asesoría especializada en planes de seguridad turística.

5.2.1.2 Ingresos previstos

Se han establecido los siguientes rubros de ingresos como contribución al Fondo de Desarrollo y Promoción Turística del Destino Pacífico Equatorial:

a) Presencia y publicidad en Plataforma virtual de información del DPE.

Las plataformas virtuales son el canal cada vez más utilizado, tanto por TTOO, agencias de viajes, destinos y empresarios para ofrecer, promocionar y vender sus productos y servicios, así como también, por los turistas o consumidores a la hora de realizar sus compras o reservas. En caso del destino Pacífico Equatorial una plataforma virtual consolidaría un enorme conjunto de empresas turísticas, garantizando un servicio de

calidad y realizando "empaquetamientos" con itinerarios de cultura, naturaleza y aventura, por lo cual un usuario accedería directamente a este medio para viajar alrededor de este destino. Por la importancia que tendría esta plataforma en el tiempo, las empresas turísticas interesadas en ser parte de esta deberán realizar aportes mensuales o anuales para formar parte y ser visibilizados y promocionados. Recibiendo a cambio beneficios como facilitar la gestión de reservas y consolidar la promoción del destino.

Supuestos:

1. Cobro de ingreso por promoción y visibilización y link a sus páginas directas.
Se espera fijar una tarifa inicial de USD 100 anual por establecimiento a partir del segundo año. Se calcula un crecimiento gradual de afiliación al servicio de la Plataforma.

b) Concesiones turísticas en las infraestructuras propuestas para la diversificación de la oferta

Las concesiones turísticas son un modelo de alianzas públicas-privadas exitosas a nivel mundial, por lo general en áreas naturales en la cual la infraestructura de patrimonio público es administrada por una persona natural o jurídica que cuente con las capacidades técnicas, económicas y operativas para poder administrar este bien y poder recibir ingresos económicos por el mismo.

- Genera Productos y servicios turísticos adicionales: La posibilidad de ofrecer infraestructura, servicios y productos turísticos que el GAD o Municipio no puede costear
- Mayor financiación: Las tarifas y los alquileres cobrados contribuyen a la financiación y mantenimiento
- Mejora de calidad de servicio y mayor conocimiento: Las concesiones turísticas mejora la calidad en los servicios que se ofrece, además los resultados educativos a los visitantes mediante una buena interpretación y guiones estandarizados con guías capacitados facilitan y mejoran la experiencia.
- Generación de vínculos socioeconómicos importantes: Las actividades de la concesión pueden generar un vínculo vital entre las comunidades locales, desarrollo socioeconómico y la conservación y cuidado ambiental
- Aumento del empleo: Las concesiones turísticas pueden incrementar los puestos de trabajo locales directos e indirectos
- Aumento de multiplicadores locales: Se crean nuevas oportunidades de puestos de trabajo y pequeños negocios para las comunidades locales.

Supuestos:

1. Cobro de la concesión plurianual por 5 o 10 años (dependiendo el caso)
2. Cobro por uso de instalaciones para eventos públicos o privados

c) Venta de servicios de la coordinación de investigación y análisis turístico (Observatorio):

El centro de investigación y análisis a más de presentar boletines informativos podrá elaborar estudios específicos con base al requerimiento de los actores públicos y privados a partir del segundo año de funcionamiento. Establecerá además relación con las universidades y con pasantes.

Supuestos:

1. Hay demanda de información específica para inversión turística

2. Se estima un crecimiento gradual de la venta de servicios.

d) Tasa aérea de Contribución por cada pasaje vendido al DPE.

Todo boleto aéreo emitido y originado en el Ecuador o en el extranjero, para viajes hacia y desde el Aeropuerto Internacional General Eloy Alfaro de Manta y Coronel Carlos Concha Torres de Esmeraldas y el Aeropuerto Los Perales, ubicado en San Vicente, está sujeto al cobro de cinco (USD2.00) dólares de los Estados Unidos de América, que serán destinados al Fideicomiso DPE, sometiéndose a la reglamentación establecida para el efecto.

Supuestos:

1.Lineas Aéreas aceptan el cobro de la tasa por boleto aéreo a los pasajeros que vuelan al DPE en compensación de la publicidad cooperada en la que participara el Fondo del DPE conjuntamente para sostener acciones en el mercado. Y por la mejora en la organización del sector que redundará en más pasajeros.

e) Tasa de Facilidades y Servicios Turísticos:

Asignaciones municipales correspondientes al 50% de la recaudación de tasa del cobro de la Tasa de Facilidades y Servicios Turísticos a los establecimientos prestadores de alojamiento turístico, ($1,50 por noche categoría 3 estrellas y $2 categoría 4 y 5 estrellas)

Existe antecedente a nivel nacional de la contribución de Gobiernos Municipales a sus OGDs, por ejemplo el Municipio de Quito a través de la Ordenanza No. 0149 aprobada por el Concejo Metropolitano de Quito, que sustituye la Ordenanza No. 276, se refiere a LAS FACILIDADES Y SERVICIOS TURÍSTICOS EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO; que consta publicada en el Registro Oficial No. 917 -Suplemento- de 6 de enero de 2017.

A fin de calcular los aportes que se desembolsarán al Fondo del DPE a través de la Tasa de Facilidades y Servicios Turísticos, se hizo una distinción entre los escenarios optimista, realista y pesimista (anexo 5) La recaudación total que se obtendría por esta tasa es igual al producto entre las noches vendidas por año en los establecimientos de 3 y 4 y 5 estrellas respectivamente y las tarifas fijadas para los establecimientos tanto de 3 ($1,50) como de 4 y 5 estrellas ($2,00). El número de noches vendidas por año es igual al número de habitaciones por tipo de establecimiento (número de habitaciones disponibles por día) por 365 días al año y por la tasa de ocupación anual promedio hotelera del año correspondiente. Finalmente, como solamente el 50% de la recaudación se aportará al fondo, se multiplica el valor de recaudación por 0,5.

5.2.2 Identificación y valoración de la inversión total, costos de operación y mantenimiento e ingresos.

Inversión y costos de operación y mantenimiento:

La inversión y costos de operación y mantenimiento se detalla:

Tabla 37. Inversión y costos de operación y mantenimiento

Componentes / Actividades	Total
Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados	1.167.700
1.1. Establecer la gestión del macrodestino (Fondo del Destino Pacífico Equatorial)	700.200
1.2 Establecer un centro de investigación y análisis turístico	180.000
1.3 Establecer una Organización de Gestión de Destino (OGD) en cada núcleo	247.500
1.4 Generar una estrategia de atracción de inversiones (APP, ruedas de negocio, RSE)	40.000
Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística	**7.701.250**
2.1 Implementar un fondo para el desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta turística	6.701.250
2.2 Fondo concursable para nuevas iniciativas	1.000.000
Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística	1.940.000
3.1 Implementar una estrategia de capacitación y asistencia técnica y certificación para el fomento de capacidades productivas en destinos priorizados (guías locales certificados, CTC, mandos operativos y medios, sellos de calidad)	620.000
3.2 Implementar un sistema de formación e innovación gastronómica en destinos priorizados.	1.000.000
3.3 Fortalecer a gremios turísticos y unidades de turismo de Gobiernos Autónomos Descentralizados	80.000
3.4 Implementar mesas de competitividad turística en los destinos priorizados	240.000
Componente 4: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero	**1.500.000**
4.1 Generar estudios de mercado, marca turística, página web, material pop, ferias turísticas, mapas, folletería, infografías turísticas entre otros.	366.000
4.2 Desarrollar mercadeo nacional dirigido a prensa, industria turística y turista local	345.000
4.3 Desarrollar mercadeo internacional para prensa, industria turística y turista extranjero	789.000
Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados	**520.000**
5.1 Implementar una estrategia de asistencia técnica y certificación en buenas prácticas de manejo de turismo sostenible.	380.000
5.2 Implementar un Plan de seguridad turística con participación público y comunitario en los destinos priorizados	140.000
TOTAL PRESUPUESTO PROYECTO	**12.828.950**

Ingresos:

Tabla 38. Ingresos financieros fiscales

PROYECCION FINANCIERA	INGRESO ANUAL PROYECTADO EN USD										
	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
a) Plataforma virtual para la promoción del destino Pacífico Equatorial	-	60.000	72.450	87.483	104.940	125.928	150.852	180.419	215.462	256.958	306.055
b) Concesiones turísticas en las infraestructuras propuestas para la diversificación de la oferta	-	-	480.000	576.000	691.200	829.440	995.328	1.194.394	1.433.272	1.719.927	2.063.912
c) Venta de servicios del centro de investigación y análisis turístico (Observatorio)	-	20.000	24.000	28.800	34.560	41.472	49.766	59.720	71.664	85.996	103.196
d) Aporte de la Tasa Turística Aérea al Fondo del Destino Pacifico Equatorial	-	476.535	532.253	583.686	649.223	711.457	784.395	859.698	955.972	1.047.090	1.165.238
e) Tasa de Facilidades y Servicios Turísticos	-	433.185	459.176	486.726	503.762	521.393	697.198	721.600	746.856	772.996	800.051
Total ingresos	**-**	**989.720**	**1.567.879**	**1.762.696**	**1.983.685**	**2.229.691**	**2.677.539**	**3.015.830**	**3.423.226**	**3.882.966**	**4.438.452**

5.2.3 Flujo financiero fiscal

Periodo	Año 0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Año 10... (horizonte de vida)
Año	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**	**2027**	**2028**	**2029**	**2030**
INGRESOS (US$ Corrientes) (a)	**0**	**989.720**	**1.567.879**	**1.762.696**	**1.983.685**	**2.229.691**	**2.677.539**	**3.015.830**	**3.423.226**	**3.882.966**	**4.438.452**
Financieros											
a) Plataforma virtual para la promoción del destino Pacífico Equatorial	-	60.000	72.450	87.483	104.940	125.928	150.852	180.419	215.462	256.958	306.055
b) Concesiones turísticas en las infraestructuras propuestas para la diversificación de la oferta	0	0	480.000	576.000	691.200	829.440	995.328	1.194.394	1.433.272	1.719.927	2.063.912
c) Venta de servicios del centro de investigación y análisis turístico (Observatorio)	0	20.000	24.000	28.800	34.560	41.472	49.766	59.720	71.664	85.996	103.196
d) Aporte de la Tasa Turística Aérea al Fondo del Destino Pacifico Equatorial	0	476.535	532.253	583.686	649.223	711.457	784.395	859.698	955.972	1.047.090	1.165.238
e) Tasa de Facilidades y Servicios Turísticos	0	433.185	459.176	486.726	503.762	521.393	697.198	721.600	746.856	772.996	800.051
EGRESOS (b)	**5.670.150**	**5.761.900**	**1.396.900**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
INVERSIÓN	**5.295.250**	**5.355.500**	**1.010.500**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Gastos de Capital (componentes)	**5.295.250**	**5.355.500**	**1.010.500**	-	-	-	-	-	-	-	-
Componente 2	3.748.750	3.952.500	0								
Componente 3	830.000	575.000	535.000								
Componente 4	494.500	644.000	361.500								
Componente 5	222.000	184.000	114.000								
OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO	**374.900**	**406.400**	**386.400**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Gastos Administrativos y Operativos	**374.900**	**406.400**	**386.400**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Componente 1	374.900	406.400	386.400								
FLUJO DE CAJA (a-b)	**(5.670.150)**	**(4.772.180)**	**170.979**	**1.762.696**	**1.983.685**	**2.229.691**	**2.677.539**	**3.015.830**	**3.423.226**	**3.882.966**	**4.438.452**

5.2.4 Indicadores financieros fiscales

Tasa de descuento	12%
VANf	918.401
TIRf	13,64%
B/C	1,08

El beneficio costo del proyecto es mayor que 1 significando que se recupera mucho más de lo que se invierte. La tasa interna de retorno financiero se ubica en 13,64% siendo viable la implementación del proyecto.

5.3 Viabilidad económica

El proyecto ha validado su viabilidad financiera, sin embargo, con el objetivo de mostrar la relevancia e impacto del proyecto en términos de su contribución a la generación de ingresos para las empresas y las familias, se ha realizado el ejercicio de cálculo de la viabilidad económica.

5.3.1 Metodologías utilizadas para el cálculo de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios.

Inversión, costos de operación y mantenimiento:

Se considera lo descrito referente a inversión, costos de operación y mantenimiento igual a lo detallado en el punto 5.2.1 Metodologías utilizadas para el cálculo de la inversión total, costos de operación y mantenimiento e ingresos.

Beneficios:

Para la proyección de los BENEFICIOS en términos de impacto socio-económico a obtener se ha analizado varias estadísticas orientadoras del desarrollo de la industria turística, disponibles en el país. Entre ellas se encuentran:

- La llegada de turistas extranjeros a Ecuador creció de 939.083 en 2009 a 1´534.708 visitantes extranjeros en 2019 (Sin considerar Venezolanos) es decir a una tasa promedio anual del **5.03%** promedio anual entre 2009 y 2019 (aun habiendo tenido un terremoto en 2016). La tasa promedio anual entre 2009 y 2015 fue del **7.37%** y bajó desde 2016 por el terremoto y por la reducción de la inversión pública.
- Según las proyecciones realizadas por la OMT en el informe Tourism Towards 2030 se proyecta que las llegadas de turistas internacionales en el período 2010 2030 crezcan a un promedio de **4.4%** promedio anual en los países emergentes.
- La data de MINTUR sobre crecimiento de la ocupación de hoteles para Manabí y Esmeraldas solo está disponible desde 2014 a 2019, lo cual es una serie muy corta y con el terremoto, año atípico, se vuelve poco representativa, por tanto no nos sirve para proyectar.

Según la estadística del BCE para la industria de alojamiento y servicios de comida período 2009-2019 se observa una tasa de crecimiento promedio anual de 3.04%. Pero la misma serie para el período **2017-**

2020[54] reflejan de manera más real la situación macroeconómica actual, con precios del petróleo más bajos y déficit fiscal, presentando una tasa de crecimiento promedio anual del **2.68%,** la misma que es más baja y que puede asumirse como promedio anual de crecimiento conservador para la próxima década[55].

Si bien el Plan Nacional de Turismo 2030 de Ecuador, menciona que el turismo es una apuesta estratégica del Gobierno Nacional, y se quisiera apuntar a una transformación del modelo basado en extracción de recursos naturales a un modelo económico democrático, incluyente y fundamentado en el conocimiento, las potencialidades del territorio y su gente, es decir una economía basada en los servicios. El desarrollo del sector requerirá: estabilidad política, crecimiento e inversión, inclusión social, avance tecnológico, sostenibilidad ambiental. Y sobre todo como se plantea en esta propuesta, de un modelo de gestión territorial que permita hacer el salto.

Para la viabilidad económica se han considerado en la proyección de beneficios dos elementos:

1. **La generación de empleo** a partir del crecimiento de la ocupación, partiendo de la Línea Base de plazas del catastro 2019 y considerando un crecimiento natural del 2,68% (sin proyecto) comparado con el aporte del proyecto (anexo 4).
2. **La generación de ingresos de las empresas turísticas**, proyectado igualmente con una tasa natural del 2,68%, comparado con el aporte del proyecto (anexo 6).

Para lograr efectos tangibles, el proyecto operará con **generadores de demanda.** Son las acciones que pueden hacer los propios establecimientos: información, promociones, descuentos, paquetes. Los atractivos y productos turísticos bien desarrollados para responder a la exigencia de calidad y experiencia de los mercados son generadores de demanda que le dan al cliente una razón para visitar un destino. Un sustento interesante de generación de demanda es la campaña "all you need is Ecuador" que evidenció cómo la inversión en marketing en 2014 generó un crecimiento del 13.85% en la llegada de turistas en el mismo año.

El Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Destino Pacifico Equatorial contiene 5 programas, 18 proyectos y 53 subproyectos donde incluye el desarrollo de sitios emblemáticos para el destino. Estos serán sin duda los generadores de demanda que piden los sectores públicos y privados para catalizar el desarrollo de atractivos y productos de nivel jerárquico superior para motivar los turistas a visitar.

5.3.2 Identificación y valoración de la inversión total, costos de operación y mantenimiento, ingresos y beneficios.

Inversión, costos de operación y mantenimiento:

Se considera los valores referentes a inversión, costos de operación y mantenimiento del punto 5.2.2 Identificación y valoración de la inversión total, costos de operación y mantenimiento e ingresos.

Beneficios:

Para poder realizar las proyecciones de crecimiento y cálculo de beneficios a generar con el proyecto se han construido tres escenarios (ver anexo 5) considerando que los efectos principales del proyecto se

[54] Siendo 2020 la proyección realizada para este año por el BCE

[55] La cuenta satélite de turismo MINTUR, con la data 2007 a 2016 muestra un crecimiento promedio anual del PIB DT[55] del 3,73%.

podrán visualizar por lo menos 3 semestres luego de su inicio previsto en el segundo semestre 2020, es decir en 2022 y 2023 Estos escenarios se detallan en el anexo 4 y 5 y en resumen son:

Tabla 39. Escenarios

AÑOS	NATURAL Sin proyecto	ESCENARIO OPTIMISTA	ESCENARIO MEDIO	ESCENARIO PESIMISTA
2020	PIB BCE 0%	PIB BCE 0%	PIB BCE 0%	PIB BCE 0%
2021	2,68%	2,68%	2,68%	2,68%
2022-2023	2,68%	7%	6%	5%
2024-2030	2,68%	4%	3,5%	3%

El crecimiento del turismo influye sobre las variables macroeconómicas de las localidades receptoras[56], afectando positivamente sobre:

- ***Mano de obra*** que incluye el empleo: directo, como resultado de los gastos turísticos directos (hospedaje y gastronomía); indirecto, como resultado de los gastos de apoyo al sector turístico (transporte); inducido: como resultado de los gastos de residentes debido a los ingresos del turismo (aumento del consumo personal).
- ***Balanza de Pagos*****:** al generar entrada y salida de divisas por medio del gasto turístico.
- ***Demanda de bienes y servicios relacionados:*** un aumento en la demanda de bienes y servicios turístico dependen de mayores niveles de ingresos personales y del aumento de demanda de inversión y bienes de consumo que trae aparejado un efecto sobre el resto de los sectores, afectando favorablemente la tasa de actividad económica del país.

[56] Altamira Vega Ricardo, Muñoz Vivas Ximena, El turismo como motor de crecimiento económico. Anuario Jurídico y Económico, Anuario Jurídico y Económico Escurialense, XL (2007) 677-710 / ISSN: 1133-3677.

Tabla 40. Ingresos económicos

	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030
Generación de Empleo											
Escenario Optimista	-	-	549.426	1.180.249	1.390.523	1.634.713	1.899.251	2.163.790	2.448.677	2.747.131	3.065.934
Escenario Medio	-	-	413.765	902.144	1.031.022	1.193.815	1.356.608	1.539.750	1.695.760	1.878.902	2.089.176
Escenario Pesimista	-	-	298.454	624.040	678.304	746.134	841.097	895.361	969.975	1.044.588	1.132.768
Generación de ingresos de las empresas turísticas											
Escenario Optimista	-	-	2.740.125	5.745.379	6.859.810	8.042.489	9.296.779	10.626.195	12.034.409	13.525.260	15.102.756
Escenario Medio	-	-	2.106.453	4.395.658	5.100.103	5.843.937	6.628.932	7.456.934	8.329.864	9.249.720	10.218.583
Escenario Pesimista	-	-	1.472.781	3.058.610	3.366.947	3.690.330	4.029.364	4.384.679	4.756.926	5.146.781	5.554.945
Total											
Escenario Optimista	**-**	**-**	**3.289.551**	**6.925.628**	**8.250.333**	**9.677.202**	**11.196.030**	**12.789.985**	**14.483.087**	**16.272.391**	**18.168.690**
Escenario Medio	**-**	**-**	**2.520.219**	**5.297.802**	**6.131.125**	**7.037.752**	**7.985.540**	**8.996.684**	**10.025.624**	**11.128.622**	**12.307.759**
Escenario Pesimista	**-**	**-**	**1.771.235**	**3.682.650**	**4.045.251**	**4.436.464**	**4.870.461**	**5.280.040**	**5.726.901**	**6.191.369**	**6.687.713**

5.3.3 Flujo económico

Periodo	Año 0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Año 10... (horizonte de vida)
Año	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	**2024**	**2025**	**2026**	**2027**	**2028**	**2029**	**2030**
BENEFICIOS (US$ Corrientes) (a)											
Escenario Optimista	0	0	3.289.551	6.925.628	8.250.333	9.677.202	11.196.030	12.789.985	14.483.087	16.272.391	18.168.690
Escenario Medio	0	0	2.520.219	5.297.802	6.131.125	7.037.752	7.985.540	8.996.684	10.025.624	11.128.622	12.307.759
Escenario Pesimista	0	0	1.771.235	3.682.650	4.045.251	4.436.464	4.870.461	5.280.040	5.726.901	6.191.369	6.687.713
Sociales y Económicos (detallar)											
Generación de Empleo											
Escenario Optimista	0	0	549.426	1.180.249	1.390.523	1.634.713	1.899.251	2.163.790	2.448.677	2.747.131	3.065.934
Escenario Medio	0	0	413.765	902.144	1.031.022	1.193.815	1.356.608	1.539.750	1.695.760	1.878.902	2.089.176
Escenario Pesimista	0	0	298.454	624.040	678.304	746.134	841.097	895.361	969.975	1.044.588	1.132.768
Generación de ingresos de las empresas turísticas											
Escenario Optimista	0	0	2.740.125	5.745.379	6.859.810	8.042.489	9.296.779	10.626.195	12.034.409	13.525.260	15.102.756
Escenario Medio	0	0	2.106.453	4.395.658	5.100.103	5.843.937	6.628.932	7.456.934	8.329.864	9.249.720	10.218.583
Escenario Pesimista	0	0	1.472.781	3.058.610	3.366.947	3.690.330	4.029.364	4.384.679	4.756.926	5.146.781	5.554.945
EGRESOS (b)	5.670.150	5.761.900	1.396.900	0	0	0	0	0	0	0	0
INVERSIÓN	**5.295.250**	**5.355.500**	**1.010.500**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Gastos de Capital (componentes)	**5.295.250**	**5.355.500**	**1.010.500**	-	-	-	-	-	-	-	-
Componente 2	3.748.750	3.952.500	0								
Componente 3	830.000	575.000	535.000								
Componente 4	494.500	644.000	361.500								
Componente 5	222.000	184.000	114.000								
OPERACIÓN Y MANTENIMIENTO	**374.900**	**406.400**	**386.400**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Gastos Administrativos y Operativos	**374.900**	**406.400**	**386.400**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**
Componente 1	374.900	406.400	386.400								
FLUJO DE CAJA (a-b)											
Escenario Optimista	-5.670.150	-5.761.900	1.892.651	6.925.628	8.250.333	9.677.202	11.196.030	12.789.985	14.483.087	16.272.391	18.168.690
Escenario Medio	-5.670.150	-5.761.900	1.123.319	5.297.802	6.131.125	7.037.752	7.985.540	8.996.684	10.025.624	11.128.622	12.307.759
Escenario Pesimista	-5.670.150	-5.761.900	374.335	3.682.650	4.045.251	4.436.464	4.870.461	5.280.040	5.726.901	6.191.369	6.687.713

5.3.4 Indicadores económicos

	Optimista	*Realista*	*Pesimista*
Tasa de descuento	12%		
VANe	35.383.064	21.881.930	8.748.033
TIRe	47,57%	37,49%	24,65%
B/C	3,97	2,83	1,73

Los beneficios económicos que genera la acción del proyecto son muy positivos. Y el proyecto es altamente recomendable.

5.4 Viabilidad ambiental y sostenibilidad social

Ambos temas hacen parte de la visión de Turismo sostenible que impulsa el proyecto. Y se explicita a continuación las estrategias diseñadas al respecto:

5.4.1 Análisis de impacto ambiental y riesgos

Conforme a la categorización de la guía metodológica de elaboración de proyectos de inversión, el proyecto se ubica en la catergoría 2. (Proyectos que no afectan al medio ambiente, ni directa ni indirectamente), por tanto no requieren de estudio de impacto ambiental.

El proyecto, al contrario de generar riesgos ambientales, lo que busca es **mitigar los efectos que tiene el actual turismo masivo en feriados, en busca de sol y playa**, mediante el desarrollo y diversificación de la oferta turística, la valoración de atractivos naturales para su cuidado y su articulación a servicios y el posicionamiento en los mercados tanto nacional como internacional para asegurar presencia en los catálogos de turismo sostenible y asegurar la llegada de turistas sensibles al tema ambiental, de manera distribuida a lo largo del año

El Centro de investigación y análisis ofrecerá información a los actores organizados en comités de competitividad turística local sobre las **tendencias del turismo sostenible** y se **promoverá la obtención de sellos y la certificación ambiental** y como medio para acceso a mercados más exigentes.

5.4.2 Sostenibilidad social

Conforme se ha visibilizado en el análisis de viabilidad económica, **el proyecto aportará a la generación de empleo en las poblaciones locales de los destinos.** Igualmente trabajará por el **rescate de la cultura y la identidad de las localidades**, pues hace parte de la riqueza a ofrecer.

El macro destino, cuenta con riquezas históricas y culturales importantes, entre ellas la cultura afro y la cultura montubia. Igualmente la gastronomía Esmeraldeña y Manabita.

Siguiendo la tendencia de **crecimiento gradual del empleo femenino** que se ha tenido en el sector turismo, en donde según informe ENEMDU 2019, de 2012 a 2018 empleo femenino creció en 2,30% promedio anual y el masculino al 1,68%. Se buscará mantener esta tendencia para alcanzar las estadísticas globales que maneja la OMT de 60 a 70% de empleo femenino. Al 2018 el empleo femenino se ubica en el 50.18%.

Se pondrá atención a la estrategia intencionada de **fortalecer el liderazgo de las mujeres en los comités de competitividad local**, así como en la OGDs. Se priorizará la participación de las **mujeres en la formación** en temas que generen empleabilidad dentro de la actividad turística.

El proyecto dará también **atención especial a la formación y empleo de los jóvenes**, especialmente en manejo de tecnología para el soporte a hoteles y restaurantes, así como, en el área de marketing e igualmente el soporte a formulación de proyectos ambientalmente sostenibles que puedan aplicar a líneas de crédito verde. Igualmente en funciones clave como guianza.

Estos elementos mencionados generarán una base social sólida que permita construir el desarrollo turístico del DPE. Incidir en la planificación e inversión local, ser parte del proceso y tener una mirada de largo plazo como lo plantea este proyecto, que si bien cuenta con una inyección de recursos inicial, ha diseñado mecanismos para su sostenibilidad financiera en el tiempo.

La población beneficiaria directa con creación de empleo es de aproximadamente **2.700 personas, principalmente mujere**s y jóvenes.

La población beneficiaria indirecta se estima que es la PEA de los 16 cantones. Pues el turismo tiene muchas actividades directas (transporte turístico, alojamiento, alimentación, guianza, artesanía, circuitos turísticos,) y muchas otras conexas a la cadena. Entre ellas se puede mencionar desde las más básicas como infraestructura, servicios (comunicación, salud, seguros, guardianía, formación, mercadeo, tecnología, etc.)

Tabla 41. Población beneficiaria

NÚCLEO	CANTÓN	Población 2010	Proyección poblacional 2020 por cantón	PEA Beneficiarios	Nivel de pobreza	Autoidentificación	Analfabetismo
Núcleo Esmeraldas Sur:	Esmeraldas ciudad	196.095	218.727	66.009	57,00%	Mestizo 44.7 %, Afroecuatoriano 43.9 % Blanco 5.9%, Indígena 2.8%, Montubio 2.4%, Otro 0.3%.	9,80%
	Atacames	42.700	55.495	20.638	79,80%		
	Muisne	29.534	31.106	9.915	98,30%		
Núcleo Manabí Norte:	Pedernales	57.127	63.441	24.576	93,70%	Mestizo 69.7%, Montubio 19.2%, Afroecuatoriano 6%, Blanco 4.7%, Otro 0.3%, Indígena 0.2%.	10,20%
	Jama	24.121	26.116	6.728	90,30%		
	San Vicente	22.845	24.799	8.061	85,60%		
	Chone	126.491	131.002	45.049	81,00%		
	Sucre	59.364	62.443	20.598	83,10%		
	Bolívar	42.266	45.493	12.930	89,50%		
Núcleo Manabí Centro Sur	Manta	234.547	264.281	90.173	54,90%		
	Jaramijó	18.918	28.439	5.865	79,70%		
	Rocafuerte	34.730	37.312	12.742	78,30%		
	Montecristi	71.947	107.785	12.742	90,40%		
	Portoviejo	290.199	321.800	107.789	65,30%		
	Jipijapa	73.951	74.645	24.731	83,30%		
	Puerto López	21.149	24.688	6.812	93,10%		
TOTAL		**1.345.984**	**1.517.572**	**475.358**			

6. FINANCIAMIENTO Y PRESUPUESTO

Tabla 42. Financiamiento y Presupuesto

Componentes / Actividades	Grupo de Gasto	Fuentes de Financiamiento			TOTAL
		Externas	Internas		
		Unión Europea	Sistema Financiero Público	A. Comunidad	
Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados		**1.167.700**	**-**	**-**	**1.167.700**
1.1. Establecer la gestión del macrodestino (Fondo del Destino Pacífico Equatorial)	71, 73	700.200			700.200
1.2 Establecer un centro de investigación y análisis turístico	71, 73	180.000			180.000
1.3 Establecer una Organización de Gestión de Destino (OGD) en cada núcleo	71, 73	247.500			247.500
1.4 Generar una estrategia de atracción de inversiones (APP, ruedas de negocio, RSE)	73	40.000			40.000
Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística		**6.161.000**	**-**	**1.540.250**	**7.701.250**
2.1 Implementar un fondo para el desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta turística	73, 75, 78	5.361.000		1.340.250	6.701.250
2.2 Fondo concursable para nuevas iniciativas	73, 75, 78	800.000		200.000	1.000.000
Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística		**1.940.000**	**-**	**-**	**1.940.000**
3.1 Implementar una estrategia de capacitación y asistencia técnica y certificación para el fomento de capacidades productivas en destinos priorizados (guías locales certificados, CTC, mandos operativos y medios, sellos de calidad)	73	620.000			620.000
3.2 Implementar un sistema de formación e innovación gastronómica en destinos priorizados.	73	1.000.000			1.000.000
3.3 Fortalecer a gremios turísticos y unidades de turismo de Gobiernos Autónomos Descentralizados	73	80.000			80.000

Componentes / Actividades	Grupo de Gasto	Fuentes de Financiamiento			TOTAL
		Externas	Internas		
		Unión Europea	Sistema Financiero Público	A. Comunidad	
3.4 Implementar mesas de competitividad turística en los destinos priorizados	73	240.000			240.000
Componente 4: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero		**1.500.000**	**-**	**-**	**1.500.000**
4.1 Generar estudios de mercado, marca turística, página web, material pop, ferias turísticas, mapas, folletería, infografías turísticas entre otros.	73	366.000			366.000
4.2 Desarrollar mercadeo nacional dirigido a prensa, industria turística y turista local	73	345.000			**345.000**
4.3 Desarrollar mercadeo internacional para prensa, industria turística y turista extranjero	73	789.000			789.000
Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados		**520.000**	**-**	**-**	**520.000**
5.1 Implementar una estrategia de asistencia técnica y certificación en buenas prácticas de manejo de turismo sostenible.	73	380.000			380.000
5.2 Implementar un Plan de seguridad turística con participación público y comunitario en los destinos priorizados	73	140.000			140.000
TOTAL PRESUPUESTO PROYECTO		**11.288.700**	**-**	**1.540.250**	**12.828.950**

7. ESTRATEGIA DE EJECUCIÓN

7.1 Estructura operativa

La propuesta de gobernanza tiene tres niveles:

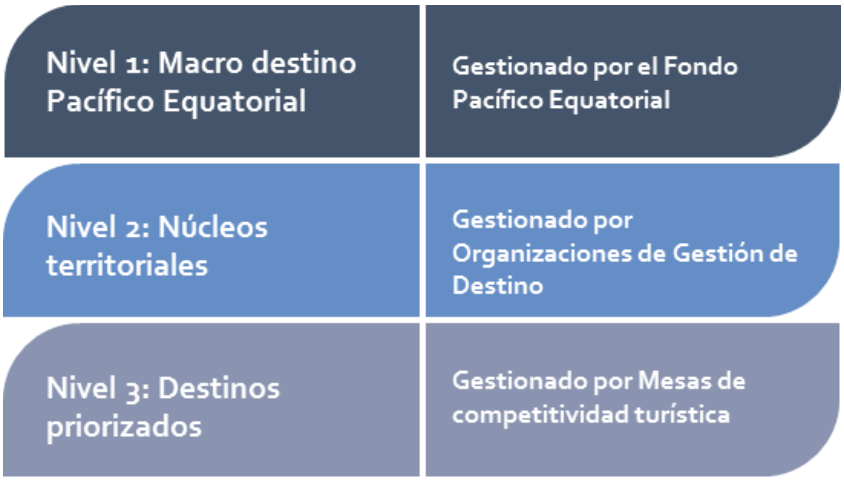

Ilustración 14. Esquema de la gobernanza propuesta para el Destino Pacífico Equatorial

Macro destino Pacífico Equatorial

Para gestionar el macro destino se propone el establecimiento del **FONDO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL (Fideicomiso DPE)** creado como un fideicomiso por el Ministerio de Turismo mediante escritura pública por el que se constituye un patrimonio autónomo e independiente dotado de personalidad jurídica capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones.

Para la implementación se ha definido un REGLAMENTO GENERAL DE OPERACIONES DEL FIDEICOMISO DPE[57], el cual establece niveles de decisión, responsabilidades de la Dirección Ejecutiva como cabeza de la ejecución y reglas operativas.

Para el cumplimiento de su finalidad el Fideicomiso DPE deberá:

1. Desarrollar y ejecutar el Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Destino Pacífico Equatorial y generar y aplicar todos los instrumentos que le sean complementarios, cualquiera sea su denominación.
2. Desarrollar y ejecutar el Plan Integral de Marketing Turístico del Destino Pacífico Equatorial y generar y aplicar todos los instrumentos que le sean complementarios, cualquiera sea su denominación.
3. Administrar recursos propios o de terceros, públicos o privados, destinados a la consecución de la finalidad que alienta su constitución, facilitando la financiación y la gestión de todas las

[57] REGLAMENTO GENERAL DE OPERACIONES DEL FIDEICOMISO DPE MERCANTIL DE ADMINISTRACIÓN E INVERSIÓN FONDO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO PACÍFICO EQUATORIAL Y ASIGNACIÓN DE COMPETENCIAS A LOS ÓRGANOS DEL MINISTERIO DE TURISMO. Disponible en MINTUR.

actividades conducentes al cumplimiento de dicha finalidad y que se enmarquen en la planificación institucional.

4. Coordinar actividades con otros órganos u organismos públicos, personas naturales o jurídicas de derecho privado, aunando esfuerzos y recursos, a través de los medios y de la manera autorizados por la ley, el contrato y este instrumento.
5. Proyectar a la sociedad y al sector turístico el resultado de sus gestiones, generando compromisos institucionales y sociales entorno a la necesidad de fortalecer el desarrollo ordenado del turismo.

De modo genérico, llevar a cabo cuantas actuaciones sean conducentes al mejor logro de su finalidad.

Se propone que el Fondo sea gobernado por la siguiente estructura organizacional que incluya las instancias citadas en la ilustración:

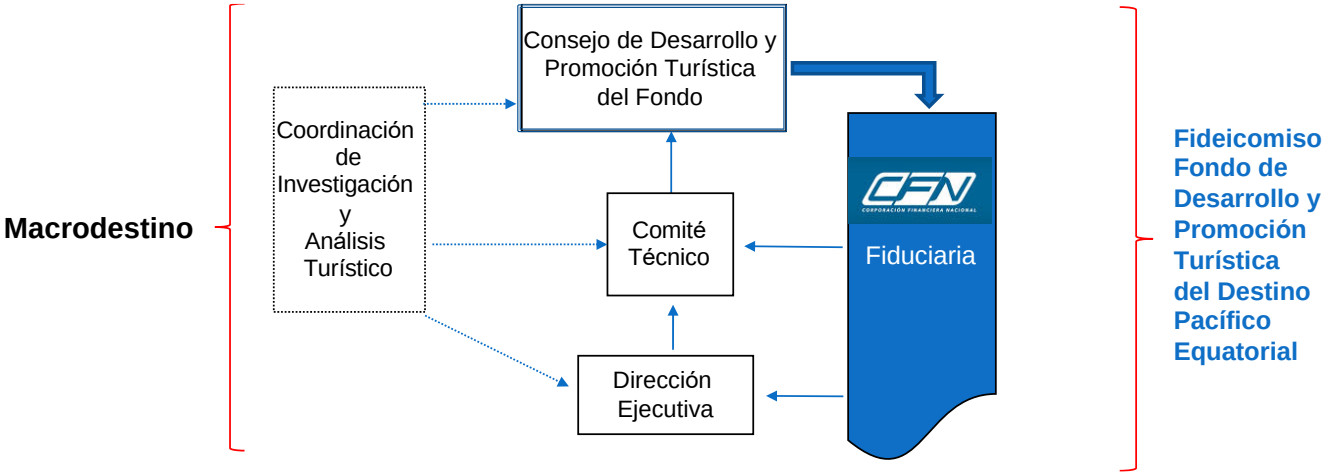

Ilustración 15. Estructura del Fideicomiso Fondo de Desarrollo y Promoción Turístico del Destino Pacífico Equatorial

Consejo de Desarrollo y Promoción Turística:

Es el órgano máximo de gobierno del Fideicomiso, creado para trabajar conjunta y solidariamente con el Ministro/a de Turismo, en la expedición de políticas y reglamentaciones a fin de mantener la vigilancia y control del Fideicomiso, con sometimiento expreso a la finalidad y objetivos del Contrato. Es la instancia encargada de tomar las decisiones estratégicas del Fondo entre las que se encuentran aprobar el Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Destino Pacífico Equatorial, el plan operativo anual, el Plan Integral de Marketing Turístico del Destino Pacífico Equatorial y el presupuesto del Macro Destino, así como de la aprobación de los proyectos que serán financiados por el Fideicomiso. Estará integrada por representantes de las siguientes organizaciones:

Tabla 43. Estructura del Consejo de Desarrollo y Promoción Turística

Con voto	Con voz pero sin voto
• El Ministro/a de Turismo o su delegado permanente. • El Prefecto/a de Manabí o su delegado permanente. • El Prefecto/a de Esmeraldas o su delegado permanente. • El Presidente de la Cámara Provincial de Turismo de Manabí o su delegado permanente. • El Presidente de la Cámara Provincial de Turismo de Esmeraldas o su delegado permanente.	• El Director(a) ejecutivo(a) del Fondo. • El Coordinador de Investigación y Análisis Turístico del Fondo. • El Representante del sector rural comunitario de turismo del Comité Técnico.

Con voto	Con voz pero sin voto
• El Presidente de la Organización de Gestión de Destino Esmeraldas sur o su delegado permanente. • El Presidente de la Organización de Gestión de Destino de Destino Manabí norte o su delegado permanente. • El Presidente de la Organización de Gestión de Destino de Destino Manabí centro sur o su delegado permanente. • Un Representante del Sector académico de las universidades del Destino Pacífico Equatorial.	• El Secretario(a) de la Fiduciaria que actuará como secretario (a) del Consejo de Desarrollo y Promoción Turística.

Fuente: Equipo consultor. (2020).

Comité Técnico

En su calidad de órgano asesor "técnico" permanente del Fideicomiso, tiene por objeto la ejecución técnica de las instrucciones impartidas por el Constituyente y el Consejo de Desarrollo y Promoción Turística, para el desarrollo, la promoción turística y, la elaboración de Reglamentos en fiel cumplimiento a la finalidad del Fideicomiso.

El Comité Técnico está integrado por representantes de actores privados presentes en el Destino Pacífico Equatorial entre los que destacan los operadores, aerolíneas, eventos y convenciones. Su rol es conocer los perfiles de proyectos presentados al Fondo y, luego de su análisis, recomendar al Consejo de Desarrollo y Promoción Turística su aprobación, modificación o rechazo. El Comité Técnico está conformado por:

Tabla 44. Estructura del Comité Técnico

Con voto	Con voz pero sin voto
• Un delegado/a permanente del Ministro/a de Turismo, quien lo presidirá. • Cuatro representantes del sector privado y sus respectivos suplentes, elegidos por los gremios profesionales del sector turístico reconocidos por FENACAPTUR y por el Ministerio de Turismo. Cada representante principal preferiblemente será elegido de una provincia (Manabí/Esmeraldas) y su suplente provendrá de la provincia adyacente. • Dos representantes del sector académico universitario, uno de la provincia de Esmeraldas y uno de la provincia de Manabí (las universidades deben tener carreras de turismo). Los representantes serán elegidos primero por los Comités Directivos de las OGDs y después aprobados por el Consejo. • Dos representantes del sector rural y del turismo comunitario de ambas provincias. Un representante de Manabí y un representante de Esmeraldas elegidos por el Consejo.	• El Director(a) Ejecutivo(a) del Fondo. • El Coordinador de Investigación y Análisis Turístico del Fondo. • El Secretario(a) de la Fiduciaria que actuará como secretario (a) del Comité Técnico.

Fuente: Equipo consultor. (2020).

Son funciones del Comité Técnico:

1. Evaluar técnicamente los planes, programas, proyectos, actividades y tareas vinculados con la consecución de la finalidad del Fideicomiso y los Planes Anuales y presupuestos elaborados por el Director Ejecutivo y emitir recomendaciones técnicas motivadas a ese respecto, en los casos previstos en este instrumento.

2. Evaluar técnicamente las solicitudes, la capacidad de las unidades ejecutoras y las ofertas presentadas por los contratistas y emitir recomendaciones técnicas motivadas, en los casos y de la manera previstos en este Reglamento.
3. Intervenir en los procedimientos contractuales a cargo del Director Ejecutivo de la manera y en los casos previstos en este Reglamento.
4. Las demás que le atribuya el Consejo o se prevean en este Reglamento.

Dirección Ejecutiva

A cargo de coordinar la implementación del Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible y el Plan Integral de Marketing Turístico del Destino Pacífico Equatorial, la operación de los proyectos seleccionados por el Consejo, así como de asesorar a las OGD en desarrollo y promoción de productos turísticos. Esta Dirección está integrada por el Director Ejecutivo y la Unidad de Servicios para cumplir los fines operativos del Fondo. La Dirección Ejecutiva estará integrada por:

Tabla 45. Estructura de la Dirección Ejecutiva

El Director Ejecutivo quien será también el coordinador de su equipo de trabajo, en adelante llamado Unidad de Servicios y que está conformada por: • El Coordinador de Desarrollo Turístico responsable de los procesos orientados a la identificación y fomento de productos turísticos del macro destino. • El Coordinador de Promoción Turística a cargo de diseñar e implementar las estrategias de promoción nacional e internacional del destino Pacífico Equatorial (siguiendo las líneas dadas por la Junta Directiva y coordinadas por el Secretario Ejecutivo). • El Coordinador Administrativo, responsable de la gestión administrativa, financiera y contable de los proyectos y procesos a cargo de la Secretaría Ejecutiva. • El Asesor Legal, encargado de asegurar que las decisiones tomadas en el Fondo Pacífico Equatorial estén acordes a la normativa vigente en el Ecuador.

Corresponden al Director Ejecutivo las siguientes funciones:

1. Cumplir y hacer cumplir el régimen normativo aplicable y las resoluciones e instrucciones del Consejo de Desarrollo y Promoción Turística.
2. Ejercer la dirección técnica y, en tal virtud, guiar el trabajo de los órganos del Fideicomiso, sus unidades ejecutoras, contratistas y terceros.
3. Elaborar y proponer al Consejo, cada año, el Plan Anual, los planes, programas, proyectos y actividades concretos que deban desarrollarse en su ejecución, así como el Presupuesto Anual de ingresos y gastos y, en su caso, de las modificaciones a que hubiere lugar.
4. Bajo su responsabilidad directa, administrar los procedimientos contractuales que se incorporan en este instrumento.
5. Firmar los contratos, convenios o compromisos que se hayan acordado con terceros de manera tripartita con la fiduciaria y con la persona natural o jurídica contratada.
6. Ordenar el gasto y el pago en los procesos de contratación de conformidad con el marco determinado en este instrumento.
7. Gestionar, de manera general, las actividades y operaciones, instrumentando, administrando y dando seguimiento a los contratos y convenios que haya suscrito el Fideicomiso, para lo cual deberá suscribir en los casos necesarios las actas de entrega a recepción o los habilitantes con los cuales se demuestre que sus contratados y/o terceros cumplen a cabalidad con lo convenido.
8. Presentar anualmente el informe general de actividades y resultados, la evaluación de cumplimiento y las cuentas anuales.

9. Informar trimestralmente al Consejo de las actividades y resultados de gestión del Fideicomiso en ese período.
10. Gestionar y administrar los recursos con los que cuenta el Fideicomiso, en función de los planes generales y cronogramas de ejecución, conforme a las atribuciones que les son propias, siempre en coordinación con la Fiduciaria.
11. Proceder, respecto de la Fiduciaria, a la ordenación de pagos y supervisar el manejo contable del Fideicomiso vigilando el correcto cumplimiento de los criterios y principios que resulten aplicables.
12. Gestionar el cobro de las rentas, frutos, dividendos, intereses, utilidades y cualesquiera otros productos, beneficios o ingresos del Fideicomiso, sin perjuicio de las obligaciones contractuales de la Fiduciaria.
13. Dirigir la Unidad de Servicios cuya conformación haya sido autorizada por el Consejo de Promoción.
14. Desarrollar la política de personal aprobada por el Consejo y, a tal fin, seleccionar al personal que conforme la Unidad de Servicios a su cargo y todas aquellas otras actuaciones que, en esta materia, le sean encomendadas.
15. Trabajar coordinadamente con el Coordinador de Investigación y Análisis Turístico.
16. Presentar planes, proyectos y actividades al Comité Técnico para revisión y presentar las fichas de proyectos aprobados al Consejo de Desarrollo y Promoción Turística.
17. Mantener buenas relaciones con los organismos públicos y privados con injerencia en el campo de actividad del Fideicomiso, siempre en consulta con el Presidente/a del Consejo o su delegado; y, proponer al Consejo la constitución de grupos o comisiones de coordinación cuando resulten necesarias.
18. Las demás que el Consejo de Desarrollo y Promoción Turística le asigne este instrumento prevea.

Patrimonio del Fondo

El Fideicomiso permitirá administrar los aportes públicos y privados recibidos en beneficio exclusivo del desarrollo y la promoción turística del Macro Destino Pacífico Equatorial, así como de contratar los proyectos priorizados por el nivel territorial.

1. **Activos del Fondo** son los bienes, cualquiera sea su naturaleza -entre ellos valores, derechos y material promocional-, adquiridos por la Fiduciaria a nombre del Fondo con sus recursos.
2. **Aportes** son los recursos que sean transferidos por el Constituyente o terceras personas al Fondo, a título de fideicomiso mercantil. Entre estos aportes se encuentran **aportes** provenientes, por ejemplo, de un porcentaje de la facturación hotelera establecidas mediante ordenanzas por parte de los GADs municipales que integran el Fondo. Otros aportes como tasas aero-portuarias que provendrían de las operaciones aéreas realizadas en los aeropuertos existentes en el destino Pacífico Equatorial.

   Adicionalmente, se incluyen aportes voluntarios son aquellos recursos del Fondo que sean transferidos directamente por personas, naturales o jurídicas, privadas o públicas, nacionales o extranjeras que tengan interés en el desarrollo de la finalidad del Fondo y cuya transferencia no hubiese sido impuesta legalmente. Entre estos aportes se encuentran las donaciones realizadas por individuos o instituciones de la cooperación internacional.
3. **Autogestión** generada por la venta de servicios provistos por el Fondo, entre los que se encuentran estudios realizados a actores específicos de la cadena de valor, así como aquellos conseguidos a través del proyecto “atracción de inversiones” para proyectos de inversión turística.

En detalle:

1. El patrimonio autónomo existente en el Fideicomiso que incluyó la suma inicial de un mil US $1.000,00 dólares de los Estados Unidos de América que le serán incorporados en el contrato constitutivo.
2. Los recursos económicos que corresponden a las asignaciones presupuestarias que reciba el Constituyente del Estado Ecuatoriano y los aportes que se realicen al Fideicomiso.
3. Los aportes, voluntarios o condicionales (incluyendo las donaciones) que ingresen al Fideicomiso en numerario o bienes de cualquier especie en el monto y en la oportunidad que éste requiera para atender exclusivamente las obligaciones propias del Fideicomiso debidamente autorizadas por el Consejo de Desarrollo y Promoción Turística.
4. Cualquier otro ingreso, que no sean los ordinarios del presupuesto general del Estado.
5. Todo boleto aéreo emitido y originado en el Ecuador o en el extranjero, para viajes hacia y desde el Aeropuerto Internacional General Eloy Alfaro de Manta y Coronel Carlos Concha Torres de Esmeraldas y el Aeropuerto Regional Los Perales, ubicado en San Vicente, está sujeto al cobro de cinco (USD 5.00) dólares de los Estados Unidos de América, que serán destinados al Fideicomiso Mercantil Irrevocable de Administración e Inversión Fondo de Desarrollo y Promoción Turística del Destino Pacífico Equatorial, sometiéndose a la reglamentación establecida para el efecto por el Constituyente.
6. Los fondos provenientes de gobiernos de países amigos, de organismos internacionales o cualquier otra donación que se efectúe para el patrimonio autónomo;
7. Los valores que se recauden por legados y donaciones de sociedades y personas naturales o jurídicas.
8. Los recursos asignados por parte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Manabí y Esmeraldas provenientes de los establecimientos de alojamiento turístico de las categorías de 3, 4 y 5 estrellas que estarán sujetos a un cobro de US$ 1,50 (establecimientos de 3 estrellas) y, US$ 2,00 (establecimientos de cuatro y cinco estrellas).
9. Los rendimientos generados por la inversión en valores de los Recursos del Fideicomiso; y,
10. En general, cualquier otra asignación presupuestaria, tributo, derecho o gravamen creados por ley o decreto destinados al cumplimiento de su finalidad; así como los préstamos, donaciones o asignaciones que efectúen organismos internacionales, organismos multilaterales, organizaciones no gubernamentales nacionales o extranjeras, o cualquier persona natural, jurídica, pública, privada, nacional o extranjera, que tenga interés en la consecución de la finalidad del Fideicomiso.

Núcleos territoriales

Se propone que los núcleos territoriales se estructuren como Organizaciones de Gestión del Destino (OGD), que son espacios formalmente constituidos para facilitar las alianzas dentro de la cadena de valor del sector turístico, con miras a un proyecto colectivo para un destino determinado.

Es recomendable que las OGD que se conformarían en cada uno de los núcleos sean formadas como Agencias de Desarrollo Económico con personería jurídica otorgada por el Ministerio de Turismo y consideren como miembros fundadores a los GAD Provincial y Municipales, así como a representantes del sector privado, la academia y lo comunitario.

Se ha identificado las siguientes áreas de actividad de una OGD:

- Coordinación de los integrantes de la cadena de valor (incluidos los representantes locales, políticos, cívicos, comerciales y del mercado), para desarrollar y articular la oferta en la cadena de valor del destino.

- Liderazgo en la definición de prioridades y objetivos compartidos.
- Formación y capacitación de diferentes actores de la cadena de valor ayudando a posicionar y promover el destino como uno que es competitivo en las experiencias que ofrece.
- Asistencia a los visitantes a través de la provisión de servicios para visitantes, como información previa a la visita e información adicional a la llegada.

Se plantea que cada OGD sea gobernado por un **Comité Directivo,** según consta en la siguiente ilustración. El Comité Directivo será el encargado de aprobar el plan estratégico, el plan operativo anual y el presupuesto del núcleo territorial, así como de priorizar destinos y productos, e identificar proyectos que, una vez cuenten con el apoyo formal de los integrantes del Comité, serán presentados al Fondo de Desarrollo y Promoción del Destino Pacífico Equatorial.

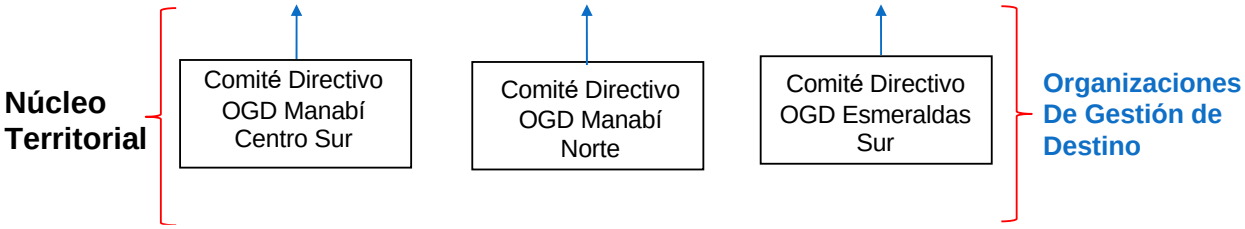

Ilustración 16. Estructura de las OGD

Las Organizaciones de Gestión de Destino que formarán parte del macro destino Pacífico Equatorial son:

1. OGD Manabí centro sur: Con 7 cantones, Manta, Montecristi, Jaramijó, Portoviejo, Rocafuerte, Puerto López, y Jipijapa.
2. OGD Manabí norte: Con 6 cantones, Sucre, San Vicente, Jama, Pedernales, Chone y Bolívar.
3. OGD Esmeraldas sur: Con 3 cantones, Esmeraldas, Atacames y Muisne.

Se propone que las OGD estén integradas por representantes de las siguientes organizaciones:

Tabla 46. Estructura de las OGD

Con voto	Con voz pero sin voto
• Un delegado de cada uno de los GAD Municipales que integran el núcleo. (Número de delegados depende del número de Cantones de la OGD, la OGD Esmeraldas sur tiene 3; Manabí norte, 6 y Manabí centro sur, 7). • Un representante de la Cámara de Turismo de la provincia de la OGD respectiva. • Un representante de la Coordinación zonal del Ministerio de Turismo. • Un representante del Comité Técnico.	• Un representante de cada destino priorizado (Número de representantes depende del número de Destinos Priorizados de la OGD, ya que la OGD Esmeraldas Sur tiene 3; Manabí norte, 3 y Manabí centro sur, 4). • Un Representante de la Coordinación de Investigación y Análisis Turístico • Un representante de las instituciones de educación superior que tengan programas de formación e investigación sobre el turismo en el núcleo. • Coordinador técnico de la OGD que articule con la Dirección Ejecutiva del Fondo de Desarrollo y Promoción Turístico y es el Secretario Técnico de la OGD. • Un representante del sector del turismo rural y comunitario

Fuente: Equipo consultor. (2020).

Destinos priorizados en cada núcleo

En cada uno de los núcleos serán priorizados destinos específicos que dispongan de atractivos, conectividad, infraestructura y planta de servicios turísticos; Pero sobre todo que cuenten con actores públicos y/o privados, motivados para impulsar el turismo en sus territorios.

El objetivo de identificar destinos que podrían estar ubicados en uno o varias jurisdicciones político – administrativas priorizadas (parroquias, cantones e incluso provincias) es generar una dinámica de conglomerados territoriales que promuevan la colaboración de los actores de la cadena de valor presentes en los territorios que conforman el destino. Se busca que los destinos sean potenciados y se conviertan en motores que dinamicen la llegada de turistas a cada uno de los núcleos y así avanzar hacia su posicionamiento y consolidación en una visión de sostenibilidad y competitividad turística.

Se propone consolidar ocho destinos turísticos acorde con el siguiente detalle; sin embargo, en el futuro se podrán crear nuevos destinos en los núcleos turísticos.

1. Esmeraldas ciudad
2. Atacames
3. Mompiche
4. Pedernales-Jama
5. Canoa-San Vicente-Bahía de Caráquez
    a. Área rural de Canoa-San Vicente-Bahía de Caráquez: Chone y Bolívar
6. Portoviejo
    a. Área rural de Portoviejo: Rocafuerte
7. Manta-Montecristi
    a. Área rural de Manta-Montecristi: Jaramijó
8. Puerto López-Puerto Cayo
    a. Área rural de Puerto López-Puerto Cayo: Jipijapa

Se recomienda la conformación de las Mesas locales de Competitividad Turística del Destino que podrían ser de hecho o de derecho. Si los actores deciden obtener la personería jurídica, la mesa podría conformarse como una corporación público – privada con reconocimiento jurídico otorgado por un Ministerio como el de Turismo.

Las mesas de competitividad tienen como función principal la articulación y coordinación entre los actores que integran la cadena de valor turística. Adicionalmente, tienen el potencial de convertirse en catalizadores del turismo en todo el núcleo, por lo que es esencial apoyar la consolidación de los destinos priorizados y en el futuro fomentar la creación de nuevos destinos.

Se propone que los destinos priorizados sean gobernados por mesas de competitividad turística, según consta en la siguiente estructura:

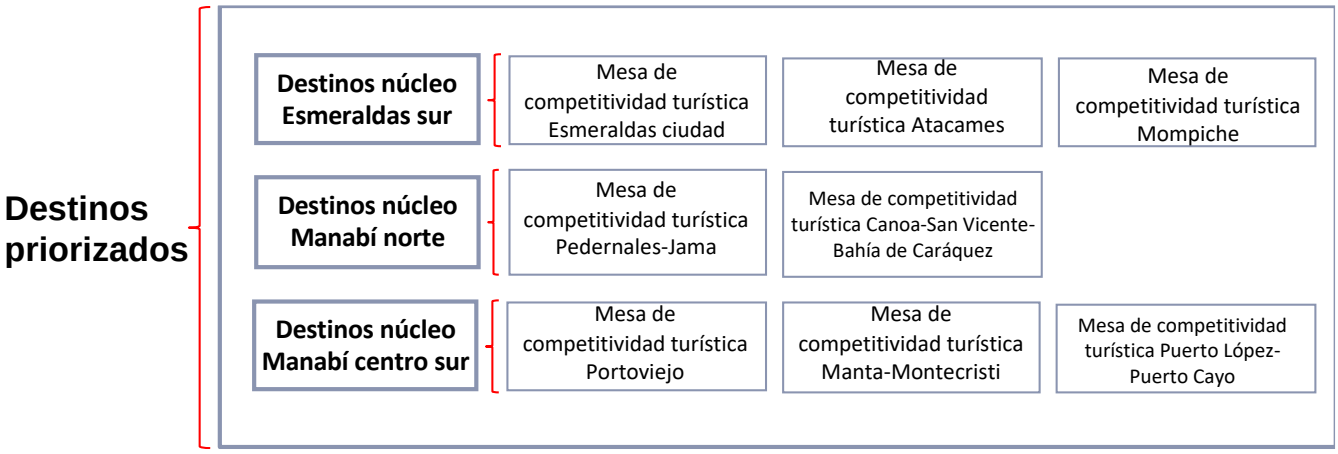

Ilustración 17. Destinos Priorizados – Mesas de Competitividad Turística

La Mesa de Competitividad Turística del Destino que estará conformada por:

- Un representante por Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) municipal (instancia de turismo) presente en el destino.
- Un representante por Junta Parroquial presente en el destino.
- Un representante de hoteles.
- Un representante del sector alimentos y bebidas.
- Una operadora turística.
- Un representante de líneas aéreas (donde aplica).
- Un representante de la academia presente en el destino.
- Un representante del sector comunitario.
- Un representante de sectores de los sectores de agricultura, pesca, artesanía y transporte público.

La Mesa de Competitividad Turística de cada destino priorizado elegirá un presidente y nombrará comisiones de trabajo que se propone se articulen alrededor de las siguientes temáticas:

- Planificación del destino y desarrollo de productos sostenibles.
- Mercadeo y alianzas.
- Gestión empresarial y encadenamientos.
- Otras según necesidad del territorio.

Adicionalmente, se podrían conformar comisiones territoriales integradas por actores de la cadena de valor de diferentes jurisdicciones (parroquias o cantones) que integran el destino priorizado.

7.2 Arreglos institucionales y modalidad de ejecución

Tabla 47. Arreglos institucionales

Tipo de ejecución		Instituciones Involucradas
Directa (D) o Indirecta (I)	Tipo de arreglo	
Directa	Reglamento	Ministerio de Turismo
Directa	Convenio, Reglamento	Secretaría Técnica del Comité de Reconstrucción y Reactivación Productiva.
Directa	Convenio, Reglamento	Entidades Financieras (BanEcuador y Corporación Financiera Nacional)
Indirecta	Convenio, Reglamento	Unión Europea
Indirecta	Convenio, Reglamento	GADs provinciales (Manabí y Esmeraldas)
Indirecta	Convenio, Reglamento	GADs cantonales (16 cantones)
Indirecta	Convenio, Reglamento	Cámaras provinciales y cantonales de turismo.
Indirecta	Convenio, Reglamento	Ministerio de Agricultura y Ganadería.
Indirecta	Convenio, Reglamento	Ministerio del Ambiente.
Indirecta	Convenio, Reglamento	Ministerio de Gobierno, Policía Nacional
Indirecta	Convenio, Reglamento	Ministerio de Transporte y Obras Públicas.

7.3 Cronograma valorado por componentes y actividades

Tabla 48. Cronograma valorado por componentes y actividades mensualizado del primer año

Componentes / Actividades	Fuentes de Financiamiento																								TOTAL
	Externa												Interna												
	Unión Europea												Fondos Fiscales	Aporte de la Comunidad											
	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	ene - dic	ene	feb	mar	abr	may	jun	jul	ago	sep	oct	nov	dic	
Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados	**29.575**	**29.575**	**29.575**	**29.575**	**29.575**	**49.575**	**29.575**	**29.575**	**29.575**	**29.575**	**29.575**	**29.575**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**374.900**
1.1. Establecer la gestión del macrodestino (Fondo del Destino Pacífico Equatorial)	18.950	18.950	18.950	18.950	18.950	18.950	18.950	18.950	18.950	18.950	18.950	18.950														**227.400**
1.2 Establecer un centro de investigación y análisis turístico	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000	5.000														**60.000**
1.3 Establecer una Organización de Gestión de Destino (OGD) en cada núcleo	5.625	5.625	5.625	5.625	5.625	5.625	5.625	5.625	5.625	5.625	5.625	5.625														**67.500**
1.4 Generar una estrategia de atracción de inversiones (APP, ruedas de negocio, RSE)						20.000																				20.000
Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística	**0**	**0**	**749.750**	**0**	**0**	**749.750**	**0**	**0**	**749.750**	**0**	**0**	**749.750**	**0**	**0**	**0**	**187.438**	**0**	**0**	**187.438**	**0**	**0**	**187.438**	**0**	**0**	**187.438**	**3.748.750**
2.1 Implementar un fondo para el desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta turística			749.750			749.750			749.750			749.750				187.438			187.438			187.438			187.438	**3.748.750**
2.2 Fondo concursable para nuevas iniciativas																										**0**
Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística	**0**	**0**	**77.500**	**200.000**	**0**	**117.500**	**80.000**	**0**	**77.500**	**200.000**	**0**	**77.500**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**830.000**

3.1 Implementar una estrategia de capacitación y asistencia técnica y certificación para el fomento de capacidades productivas en destinos priorizados (guias locales certificados, CTC, mandos operativos y medios, sellos de calidad)			77.500			77.500			77.500			77.500														**310.000**
3.2 Implementar un sistema de formación e innovación gastronómica en destinos priorizados.				200.000						200.000																**400.000**
3.3 Fortalecer a gremios turísticos y unidades de turismo de Gobiernos Autónomos Descentralizados						40.000																				**40.000**
3.4 Implementar mesas de competitividad turística en los destinos priorizados							80.000																			**80.000**
Componente 4: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero	**25.958**	**25.958**	**25.958**	**25.958**	**25.958**	**25.958**	**25.958**	**25.958**	**208.958**	**25.958**	**25.958**	**25.958**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**494.500**
4.1 Generar estudios de mercado, marca turística, página web, material pop, ferias turísticas, mapas, folletería, infografías turísticas entre otros.									183.000																	**183.000**
4.2 Desarrollar mercadeo nacional dirigido a prensa, industria turística y turista local	14.375	14.375	14.375	14.375	14.375	14.375	14.375	14.375	14.375	14.375	14.375	14.375														**172.500**
4.3 Desarrollar mercadeo internacional para prensa, industria turística y turista extranjero	11.583	11.583	11.583	11.583	11.583	11.583	11.583	11.583	11.583	11.583	11.583	11.583														**139.000**
Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados	**38.000**	**0**	**0**	**38.000**	**70.000**	**0**	**0**	**38.000**	**0**	**0**	**0**	**38.000**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**0**	**222.000**
5.1 Implementar una estrategia de asistencia técnica y certificación en buenas prácticas de manejo de turismo sostenible.	38.000			38.000				38.000				38.000														**152.000**
5.2 Implementar un Plan de seguridad turística con participación público y comunitario en los destinos priorizados					70.000																					**70.000**
TOTAL CONSOLIDADO	**93.533**	**55.533**	**882.783**	**293.533**	**125.533**	**942.783**	**135.533**	**93.533**	**1.065.783**	**255.533**	**55.533**	**920.783**	**0**	**0**	**0**	**187.438**	**0**	**0**	**187.438**	**0**	**0**	**187.438**	**0**	**0**	**187.438**	**5.670.150**

Tabla 49. Cronograma valorado por componentes y actividades anual

	(año1)					(año2)					(año3)					Sub Total					**Total Proyecto**
	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	
Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados		**334.732**			**40.168**		**362.857**			**43.543**		**345.000**			**41.400**		**1.042.589**			**125.111**	**1.167.700**
1.1. Establecer la gestión del macrodestino (Fondo del Destino Pacífico Equatorial)		203.036			24.364		211.071			25.329		211.071			25.329		625.179			75.021	700.200
1.2 Establecer un centro de investigación y análisis turístico		53.571			6.429		53.571			6.429		53.571			6.429		160.714			19.286	180.000
1.3 Establecer una Organización de Gestión de Destino (OGD) en cada núcleo		60.268			7.232		80.357			9.643		80.357			9.643		220.982			26.518	247.500
1.4 Generar una estrategia de atracción de inversiones (APP, ruedas de negocio, RSE)		17.857			2.143		17.857			2.143		0			0		35.714			4.286	40.000
Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística		**3.347.098**		**80.330**	**321.321**		**3.529.018**		**84.696**	**338.786**		**0**		**0**	**0**		**6.876.116**		**165.027**	**660.107**	**7.701.250**
2.1 Implementar un fondo para el desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta turística		3.347.098		80.330	321.321		2.636.161		63.268	253.071		0		0	0		5.983.259		143.598	574.393	6.701.250
2.2 Fondo concursable para nuevas iniciativas							892.857		21.429	85.714		0		0	0		892.857		21.429	85.714	1.000.000
Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística		**741.071**			**88.929**		**513.393**			**61.607**		**477.679**			**57.321**		**1.732.143**			**207.857**	**1.940.000**

	(año1)					(año2)					(año3)					Sub Total					Total Proyecto
	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	
3.1 Implementar una estrategia de capacitación y asistencia técnica y certificación para el fomento de capacidades productivas en destinos priorizados (guías locales certificados, CTC, mandos operativos y medios, sellos de calidad)		276.786			33.214		138.393			16.607		138.393			16.607		553.571			66.429	620.000
3.2 Implementar un sistema de formación e innovación gastronómica en destinos priorizados.		357.143			42.857		267.857			32.143		267.857			32.143		892.857			107.143	1.000.000
3.3 Fortalecer a gremios turísticos y unidades de turismo de Gobiernos Autónomos Descentralizados		35.714			4.286		35.714			4.286		0			0		71.429			8.571	80.000
3.4 Implementar mesas de competitividad turística en los destinos priorizados		71.429			8.571		71.429			8.571		71.429			8.571		214.286			25.714	240.000
Componente 4: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero		**441.518**			**52.982**		**575.000**			**69.000**		**322.768**			**38.732**		**1.339.286**			**160.714**	**1.500.000**
4.1 Generar estudios de mercado, marca turística, página web, material pop, ferias turísticas, mapas, folletería, infografías turísticas entre otros.		163.393			19.607		81.696			9.804		81.696			9.804		326.786			39.214	366.000
4.2 Desarrollar mercadeo nacional dirigido a prensa, industria turística y turista local		154.018			18.482		154.018			18.482		0			0		308.036			36.964	345.000
4.3 Desarrollar mercadeo internacional para prensa, industria turística y turista extranjero		124.107			14.893		339.286			40.714		241.071			28.929		704.464			84.536	789.000
Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados		**198.214**			**23.786**		**164.286**			**19.714**		**101.786**			**12.214**		**464.286**			**55.714**	**520.000**

	(año1)					(año2)					(año3)					Sub Total					Total Proyecto
	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	Contrato/Planificado (a)	IVA (b)	Total Fiscal (a + b)	Aporte de la Comunidad	Total Externo (UE)	
5.1 Implementar una estrategia de asistencia técnica y certificación en buenas prácticas de manejo de turismo sostenible.		135.714			16.286		101.786			12.214		101.786			12.214		339.286			40.714	380.000
5.2 Implementar un Plan de seguridad turística con participación público y comunitario en los destinos priorizados		62.500			7.500		62.500			7.500		0			0		125.000			15.000	140.000
Sub Total		**5.062.634**		**80.330**	**527.186**		**5.144.554**		**84.696**	**532.650**		**1.247.232**		**0**	**149.668**		**11.454.420**		**165.027**	**1.209.504**	**12.828.950**
Total					**5.670.150**					**5.761.900**					**1.396.900**					**12.828.950**	

7.4 Demanda pública nacional plurianual

Tabla 50. Demanda pública nacional plurianual

DEMANDA PÚBLICA PLURIANUAL										
Código Categoría CPC	Tipo de Compra (Bien, obra o servicio)	Componentes / Actividades	Cantidad Total	Unidad (metro, litro, etc.)	Costo Unitario (Dólares)	Origen de los Insumos				TOTAL (Miles de US$)
						Nacional		Importado		
						US$	%	US$	%	
		Componente 1: Desarrollar un mecanismo de gobernanza con articulación de actores públicos y privados				**1.131.700**		**36.000**		**1.167.700**
7120	Servicios	1.1. Establecer la gestión del macrodestino (Fondo del Destino Pacífico Equatorial)	1	Fondo	700.200	700.200	100%			700.200
5312 9220	Obra Servicios	1.2 Establecer un centro de investigación y análisis turístico	1	Centro	180.000	144.000	80%	36.000	20%	180.000
8311	Servicios	1.3 Establecer una Organización de Gestión de Destino (OGD) en cada núcleo	1	OGD	247.500	247.500	100%			247.500
8311	Servicios	1.4 Generar una estrategia de atracción de inversiones (APP, ruedas de negocio, RSE)	2	Feria anual	20.000	40.000	100%			40.000
		Componente 2: Desarrollar, fortalecer y diversificar la oferta turística				**7.701.250**		**0**		**7.701.250**

DEMANDA PÚBLICA PLURIANUAL										
Código Categoría CPC	Tipo de Compra (Bien, obra o servicio)	Componentes / Actividades	Cantidad Total	Unidad (metro, litro, etc.)	Costo Unitario (Dólares)	Origen de los Insumos				TOTAL (Miles de US$)
						Nacional		Importado		
						US$	%	US$	%	
7120	Servicios	2.1 Implementar un fondo para el desarrollo, fortalecimiento y diversificación de la oferta turística	1	Fondo	6.701.250	6.701.250	100%			6.701.250
53 7120 96	Obra Servicios	2.2 Fondo concursable para nuevas iniciativas	1	Fondo	1.000.000	1.000.000	100%			1.000.000
		Componente 3: Fortalecer capacidades para mejora de la competitividad turística				**1.940.000**		**0**		**1.940.000**
8311	Servicios	3.1 Implementar una estrategia de capacitación y asistencia técnica y certificación para el fomento de capacidades productivas en destinos priorizados (guías locales certificados, CTC, mandos operativos y medios, sellos de calidad)	1	Estrategia	620.000	620.000	100%			620.000
8311	Servicios	3.2 Implementar un sistema de formación e innovación gastronómica en destinos priorizados.	1	Sistema	1.000.000	1.000.000	100%			1.000.000
8311	Servicios	3.3 Fortalecer a gremios turísticos y unidades de turismo de Gobiernos Autónomos Descentralizados	1	Fortalecimiento	80.000	80.000	100%			80.000

DEMANDA PÚBLICA PLURIANUAL										
Código Categoría CPC	Tipo de Compra (Bien, obra o servicio)	Componentes / Actividades	Cantidad Total	Unidad (metro, litro, etc.)	Costo Unitario (Dólares)	Origen de los Insumos				TOTAL (Miles de US$)
						Nacional		Importado		
						US$	%	US$	%	
8311	Servicios	3.4 Implementar mesas de competitividad turística en los destinos priorizados	1	Implementar Mesas	240.000	240.000	100%			240.000
		Componente 4: Desarrollar estrategias de Marketing Turístico para el mercado nacional y extranjero				**1.105.500**		**394.500**		**1.500.000**
8311 836 8370 8430	Servicios	4.1 Generar estudios de mercado, marca turística, página web, material pop, ferias turísticas, mapas, folletería, infografías turísticas entre otros.	1	Estudio	366.000	366.000	100%			366.000
8311 836 8370 8430	Servicios	4.2 Desarrollar mercadeo nacional dirigido a prensa, industria turística y turista local	1	Mercadeo	345.000	345.000	100%			345.000
8311 836 8370 8430	Servicios	4.3 Desarrollar mercadeo internacional para prensa, industria turística y turista extranjero	1	Mercadeo	789.000	394.500	50%	394.500	50%	789.000
		Componente 5: Desarrollar una estrategia de sostenibilidad en los destinos priorizados				**520.000**		**0**		**520.000**

DEMANDA PÚBLICA PLURIANUAL										
Código Categoría CPC	Tipo de Compra (Bien, obra o servicio)	Componentes / Actividades	Cantidad Total	Unidad (metro, litro, etc.)	Costo Unitario (Dólares)	Origen de los Insumos				TOTAL (Miles de US$)
						Nacional		Importado		
						US$	%	US$	%	
8311	Servicios	5.1 Implementar una estrategia de asistencia técnica y certificación en buenas prácticas de manejo de turismo sostenible.	1	Estrategia	380.000	380.000	100%			380.000
8311	Servicios	5.2 Implementar un Plan de seguridad turística con participación público y comunitario en los destinos priorizados	1	Plan	140.000	140.000	100%			140.000
		TOTAL PRESUPUESTO PROYECTO				**12.398.450**		**430.500**		**12.828.950**

8. ESTRATEGIA DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

8.1 Seguimiento a la ejecución

Para medir el avance del proyecto y evaluar el cumplimiento de sus objetivos se utilizarán los indicadores de resultado y producto descritos para cada componente en la matriz de marco lógico. Con una periodicidad mensual el equipo del proyecto presentará un informe sobre el avance de este con base al marco lógico, el cual permitirá realizar un seguimiento detallado en cuanto a actividades, y definirán medidas que permitan facilitar la ejecución de actividades y el logro de resultados.

Se desarrollará monitoreo trimestral de los indicadores a nivel de resultado.

El seguimiento del proyecto se realizará mediante los instrumentos de planificación elaborados por el proyecto. (dispositivo de monitoreo evaluación)

8.2 Evaluación de resultados e impactos

La evaluación de resultados e impactos se la realizará de forma anual y se utilizará las herramientas especificadas en el dispositivo de monitoreo evaluación.

Se evaluará de manera objetiva los indicadores planteados en el marco lógico del proyecto y la ejecución presupuestaria.

La evaluación final del proyecto será realizada por el equipo del proyecto, analizada por el Director técnico del fondo y presentada para aprobación al Consejo de desarrollo y Promoción Turística del Fondo.

En términos generales el plan de seguimiento y evaluación se detalla a continuación:

Tabla 51. Plan de seguimiento y evaluación

Parámetros de Medición	Tipo de indicador	Aplicabilidad del plan	Tiempo para la ejecución del plan
Fin	Impacto	Evaluación	Anual y Final
Propósito	Resultado	Evaluación	Anual y Final
Componentes	Producto	Seguimiento	Mensual, Trimestral, Anual y Final
Presupuesto	Inversión	Seguimiento, Evaluación	Mensual, Trimestral, Anual y Final

También, para las evaluaciones se considerarán fórmulas de gestión como sigue:

- Eficacia: Realizado vs Programado.
- Eficiencia: Uso cuantificado de recursos vs la cuantificación de recursos que deberían gastarse.
- Efectividad: Resultados vs Objetivos, para determinar el real impacto de todas las acciones implantadas con el proyecto.

8.3 Actualización de línea base

Se analizará la pertinencia de actualizar la línea base, una vez que se cuente con la asignación presupuestaria.

ANEXOS

Anexo 1: Cuadro de áreas protegidas en el DPE

Tabla 52. Áreas protegidas en el DPE

No.	Área / Provincia	Base Legal	Cantones	Parroquias	Población al interior del área	Población en área de influencia	Superficie (ha)
1	Refugio de vida silvestre Manglares **Estuario del Río Esmeraldas** PROVINCIA ESMERALDAS	Reg. Of. 385 / 21/07/08)	Esmeraldas	Esmeraldas	120	200.000	242,58
2	Reserva Marina Galera San Francisco PROVINCIA ESMERALDAS	Reg. Of. 452 / 23/10/09)	Muisne	Galera, Quingue, Sn Fco. del Cabo	n/d	4.488	54.604,00
3	Refugio de visa silvestre Manglares Muisne-Cojimíes PROVINCIA ESMERALDAS Y MANABÍ	R.O. 072 del 30.04.2003 RO 113 del 27.06.2003	Muisne	San Fco. del Cabo, Muisne, San Gregorio, Bolívar, Daule, Salima, San José de Chamanga	n/d	35.270	3.173,00
			Pedernales	parroquia Cojimíes			
4	Reserva ecológica Machi-Chindul PROVINCIA ESMERALDAS Y MANABÍ	R.O. N° 29 del 19/09/1996	Esmeraldas, Atacames, Quinindé, Muisne, Pedernales	13 parroquias	n/d	n/d	119.172,00
5	Refugio de vida Silvestre Isla Corazón e Isla Fragatas PROVINCIA MANABÍ	R.O. 799 del 27.12.2002	Sucre, San Vicente		n/d	71.274	800,00
6	Refugio de vida silvestre Marino Costero Pacoche PROVINCIA DE MANABÍ	R.O. 444 del 13.10.2008	Manta	San Lorenzo, Santa Marianita	n/d	3.700	5.045,00
			Montecristi	Montecristi-Pile			8.500,00
7	Parque Nacional Machalilla PROVINCIA DE MANABÍ (sitio RAMSAR N° 503 desde 1990)	R.O 069 del 20.11.1979 R.O. 472 del 29.06.1994	Jipijapa	Julcuy, Pedro Pablo Gómez, Puerto Cayo	734	21.672	56.184,00
			Puerto López	Machalilla, Salango			21.806,00
			Montecristi	Isla de la Plata			
	TOTALES	**7 ÁREAS**					269.527

FUENTE: Hurtado, M. M.A. Hurtado Domínguez, L.M. Hurtado-Domínguez, L. Soto, M.A. Merizalde. 2010. Áreas costeras y marinas, protegidas del Ecuador, MAE FUNDACIÓN NATURA

MAE, web: http://www.ambiente.gob.ec/reserva-ecologica-mache-chindul/

Anexo 2: Facilidades turísticas macro destino

Tabla 53. Facilidades turísticas macro destino

Provincias	Cantón	Proyecto
Manabí	Pedernales	Implementación de servicios higiénicos, duchas, torres salvavidas y restauración de planta turística para las playas de la provincia de Manabí
Manabí	Jama	
Manabí	Sucre	
Manabí	San Vicente	
Manabí	Portoviejo	
Manabí	Jaramijó	
Manabí	Manta	
Manabí	Jipijapa	
Manabí	Puerto López	
Manabí	Montecristi	
Esmeraldas	Esmeraldas	Proyecto 4 miradores en lugares estratégicos con fortalecimiento comunitario en lo gastronómico y artesanal.
Esmeraldas	Esmeraldas	Proyecto dé accesibilidad - Malecón de las Palmas
Esmeraldas	Esmeraldas	Proyecto de 4 miradores en lugares estratégicos con fortalecimiento comunitario en lo gastronómico y artesanal.
Manabí	Crucita	Torre salvavidas - sector Las Gilces
Manabí	Manta	Torre salvavidas y baterías sanitarias - Playa Murciélago
Manabí	Chone	Torre de avistamiento para aves ubicado en la reserva humedal - La Segua
Manabí	San Vicente	Facilidad turística para artesanos y restaurante - Los Perales
Manabí	San Lorenzo	Sendero El Faro, 1 Kilómetro de recorrido con miradores naturales
Manabí	Manta	Sendero Pasaje del Mono, sendero de 1,5 Km que cruza el bosque húmedo.
Manabí	Puerto López	Centro de Interpretación en el parque de Puerto López
Manabí	Puerto López	Museo arqueológico comunidad Agua Blanca
Manabí	Puerto López	Centro de interpretación Playa Salango dedicado a las tortugas marinas (Parque Nacional Machalilla)
Manabí	Puerto López	Sendero Bosque del Sol con un recorrido de 3,8 Km (Parque Nacional Machalilla)
Manabí	Puerto López	Sendero Playita de Salango con 1.4 Km. (Parque Nacional Machalilla)
Manabí	Puerto López	Sedero Ruinas Arqueológicas, 2 Km. (Parque Nacional Machalilla)
Manabí	Puerto López	Isla de la Plata, tiene 5 senderos diferentes y se llega en embarcación en una hora y veinte.
Esmeraldas y Manabí	Muisne y Pedernales	Sendero Laguna de Cube, cubre un área de 800 m
Esmeraldas y Manabí	Muisne y Pedernales	Sendero Túneles del Colorado, es un recorrido de 5 Km de dificultad media.
Esmeraldas y Manabí	Muisne y Pedernales	Sedero Rancho Pablito, tiene 800 m de extensión.
Manabí	Sucre	Sendero Isla Corazón, recorrido fluvial de 250 metros por manglares (Isla corazón)
Manabí	Sucre	Túnel del Manglar. Recorrido fluvial de 1 kilómetro con alistamiento de aves. (Isla Corazón)
Manabí	Sucre	Zona de recreación, se extiende por 2 Km y se puede realizar actividades como el canotaje, kayak, pesca artesanal y observación de aves. (Isla Corazón)

Fuente: Ministerio de Turismo, 2019. Facilidades turísticas.

Anexo 3 Resumen de afluencia nacional de turistas a Manabí y Esmeraldas

Tabla 54. Resumen de afluencia nacional de turistas a Manabí y Esmeraldas

		provenientes de:				provenientes de:				
MANABI	TOTAL	QUITO	GUAYAQUIL	ESMERALDA	TOTAL	QUITO	GUAYAQUIL	IBARRA	ESMERALDAS	
2.017	7.798.316	2.036.020	1.605.426	2.017	3.272.161	1.957.487	361.214	85.742	11.070.477	
		26,11%	20,59%			59,82%	11,04%	2,62%		
2.018	7.828.784	2.034.355	1.624.428	2.018	3.322.260	1.987.893	367.352	86.579	11.151.044	
		25,99%	20,75%			59,84%	11,06%	2,61%		
Fuente: MINTUR, estadísticas GEOVIT										
Elaboración propia										

Anexo 4: Proyección de ocupación hotelera sin proyecto y con proyecto

Tabla 55. Proyección de la Ocupación Promedio Anual Hotelera de los Alojamientos de 3, 4 y 5 estrellas del Destino Pacífico Equatorial (Sin Generadores de Demanda)

Proyección sin Generadores de Demanda					
Proyección Ocupación Anual DPE					
Año	% Ocupación DPE (3 estrellas)	Variación %		% Ocupación DPE (4 estrellas)	Variación %
2015	25,13%			42,09%	
2016	20,50%	-18,42%		37,57%	-10,75%
2017	27,80%	35,58%		36,92%	-1,74%
2018	27,30%	-1,80%		41,93%	13,59%
2019	26,06%	-4,54%		36,81%	-12,23%
2020	26,06%	0,00%		36,81%	0,00%
2021	26,76%	2,68%		37,79%	2,68%
2022	27,47%	2,68%		38,80%	2,68%
2023	28,21%	2,68%		39,84%	2,68%
2024	28,96%	2,68%		40,91%	2,68%
2025	29,74%	2,68%		42,00%	2,68%
2026	30,53%	2,68%		43,13%	2,68%
2027	31,35%	2,68%		44,28%	2,68%
2028	32,19%	2,68%		45,46%	2,68%
2029	33,05%	2,68%		46,68%	2,68%
2030	**33,94%**	**2,68%**		**47,93%**	**2,68%**

Para el periodo comprendido entre los años 2015 y 2019 se obtuvo la ocupación anual promedio hotelera de los alojamientos de 3 y 4 y 5 estrellas respectivamente usando la información histórica de las tasas de ocupación mensuales disponible en la Encuesta Coyuntural de Alojamiento. De esta forma, se calculó el promedio de las tasas de ocupación mensuales para Atacames, Manta y Puerto López. Cabe mencionar que solamente se disponía información de estos 3 cantones del total de 16 que conforman el Destino Pacífico Equatorial en la Encuesta Coyuntural de Alojamiento. Por ende, para los 13 cantones restantes (otros destinos del DPE) se utilizó la menor ocupación anual promedio hotelera, la cual correspondía al cantón de Atacames. Con respecto a la variación de las tasas de ocupación anual promedio hotelera entre cada año y su inmediato anterior, este cálculo se realizó para el periodo 2015-2019. Así, por ejemplo, la variación entre el año 2016 y 2015 sería igual a:

$$\frac{Tasa\ de\ Ocupación\ Anual\ Promedio\ _{2016} - Tasa\ de\ Ocupación\ Anual\ Promedio\ _{2015}}{Tasa\ de\ Ocupación\ Anual\ Promedio\ _{2015}}$$

Por último, las proyecciones de la tasa de ocupación anual promedio hotelera a partir del año 2020 se construyeron usando la tasa de crecimiento histórico del PIB para el sector alojamiento y restaurantes proveniente del Banco Central del Ecuador, promedio de los últimos 3 años 2017-2020, considerando que la situación actual de la economía ecuatoriana en términos de inversión esperada es más coherente.

Tabla 56. Proyección de la Ocupación Promedio Anual Hotelera de los Alojamientos de 3, 4 y 5 estrellas del Destino Pacífico Equatorial (Con Generadores de Demanda)

FUENTE DE INFORMACIÓN	Año	% Ocupación DPE (3 estrellas)	% Variación		% Ocupación DPE (4 estrellas)	% Variación
DATOS MINTUR	**2015**	25,13%			42,09%	
	2016	20,50%	-18,42%		37,57%	-10,75%
	2017	27,80%	35,58%		36,92%	-1,74%
	2018	27,30%	-1,80%		41,93%	13,59%
LÍNEA BASE MINTUR	**2019**	26,06%	-4,54%		36,81%	-12,23%

Para obtener las proyecciones de la ocupación anual promedio hotelera de los alojamientos de 3 y 4 y 5 estrellas considerando la contribución del proyecto del Destino Pacífico Equatorial al turismo de la zona, se tomó como línea base al año 2019. Cabe mencionar que la proyección de la ocupación anual promedio hotelera de los alojamientos de 3 y 4 y 5 estrellas para el año 2020 se calcula con la tasa de crecimiento proyectada por el BCE para el sector alojamiento y restaurantes y para 2021 con la tasa promedio del último trienio de 2,68%

Proyección con Generadores de Demanda					
Proyección Ocupación Anual DPE					
Año	**% Ocupación DPE (3 estrellas)**	**% Variación**		**% Ocupación DPE (4 estrellas)**	**% Variación**
2020	26,06%	0,00%		36,81%	0,00%
2021	26,76%	2,68%		37,79%	2,68%
2022	28,36%	6,00%		40,06%	6,00%
2023	30,06%	6,00%		42,46%	6,00%
2024	31,12%	3,50%		43,95%	3,50%
2025	32,21%	3,50%		45,49%	3,50%
2026	33,33%	3,50%		47,08%	3,50%
2027	34,50%	3,50%		48,73%	3,50%
2028	35,71%	3,50%		50,43%	3,50%
2029	36,96%	3,50%		52,20%	3,50%
2030	**38,25%**	**3,50%**		**54,02%**	**3,50%**

Se considera que existirá una variación de la tasa de ocupación anual promedio hotelera de los alojamientos de 3 y 4 y 5 estrellas del 6% entre 2022 y 2023. Mientras que, para el periodo 2024-2030, la variación de esta tasa es del 3,5%. Con base en estos supuestos, se calculan las proyecciones de las tasas de ocupación anual promedio hotelera desde 2020 hasta 2030.

Aportes al Fondo del DPE proveniente de la Tasa de Facilidades y Servicios Turísticos

Tabla 57. Aportes al Fondo del DPE proveniente de la Tasa de Facilidades y Servicios Turísticos (Medio)

Año	№ de habitaciones de establecimientos de 3 estrellas	No. de noches vendidas por año	Valor de Tasa 3*	№ de habitaciones de establecimientos de 4 y 5 estrellas	No. de noches vendidas por año	Valor de Tasa 4 y 5*	Total recaudación tasa de facilidades y servicios turísticos por la totalidad de los Municipios	50% de la Tasa aportada al Fondo
2020	2.978	283.267	$0,00	1.559	209.446	$0,00	$0,00	$0,00
2021	2.978	290.846	$1,50	1.559	215.050	$2,00	$866.369,44	$433.184,72
2022	2.978	308.297	$1,50	1.559	227.953	$2,00	$918.351,61	$459.175,81
2023	2.978	326.795	$1,50	1.559	241.630	$2,00	$973.452,71	$486.726,35
2024	2.978	338.233	$1,50	1.559	250.087	$2,00	$1.007.523,55	$503.761,78
2025	2.978	350.071	$1,50	1.559	258.840	$2,00	$1.042.786,88	$521.393,44
2026	2.978	362.323	$2,00	1.559	267.900	$2,50	$1.394.395,94	$697.197,97
2027	2.978	375.005	$2,00	1.559	277.276	$2,50	$1.443.199,80	$721.599,90
2028	2.978	388.130	$2,00	1.559	286.981	$2,50	$1.493.711,79	$746.855,90
2029	2.978	401.714	$2,00	1.559	297.025	$2,50	$1.545.991,70	$772.995,85
2030	2.978	415.774	$2,00	1.559	307.421	$2,50	$1.600.101,41	$800.050,71
Nota: Cálculo conservador sin incremento de habitaciones, ni precio, solo incremento de ocupación por generadores de demanda escenario medio (realista)								

La recaudación total que se obtendría por esta tasa es igual al producto entre las noches vendidas por año en los establecimientos de 3 y 4 y 5 estrellas respectivamente y las tarifas fijadas para los establecimientos tanto de 3 ($1,50) como de 4 y 5 estrellas ($2,00). El número de noches vendidas por año es igual al número de habitaciones por tipo de establecimiento (número de habitaciones disponibles por día) por 365 días al año y por la tasa de ocupación anual promedio hotelera del año correspondiente. Finalmente, como solamente el 50% de la recaudación se aportará al fondo, se multiplica el valor de recaudación por 0,5.

Anexo 5: Escenarios de crecimiento de la ocupación hotelera

Tabla 58. Escenarios de crecimiento de la ocupación hotelera

ESCENARIO A: OPTIMISTA	ESCENARIO B: MEDIO (realista)	ESCENARIO C: PESIMISTA
CRECIMIENTO	**CRECIMIENTO**	**CRECIMIENTO**
7% anual para 2022 2024	6% anual para 2022 2024	5% anual para 2022 2024
4% anual para 2025-2030	3,5% anual para 2025-2030	3% anual para 2025-2030
SUPUESTOS:	**SUPUESTOS:**	**SUPUESTOS:**
1. Se constituye el fideicomiso y comienza a operar el proyecto en julio 2020	1. Se constituye el fideicomiso y comienza a operar el proyecto en octubre 2020	1. Se constituye el fideicomiso y comienza a operar el proyecto en enero 2021
2. El Proyecto cumple la planificación e invierte entre julio 2020 y dic 2021 el **65%** de los recursos, generando una fuerte dinámica de mejora de la oferta y de la demanda.	2. El Proyecto invierte entre oct 2020 y dic 2021 al menos el **50%** de los recursos, generando una positiva dinámica de mejora de la oferta y de la demanda.	2. El Proyecto invierte en 2021 al menos el **35%** de los recursos, generando una moderada dinámica de mejora de la oferta y de la demanda.
3. A nivel de transporte: Entra en operación en enero 2021 el aeropuerto internacional de Manta con más frecuencias internacionales. Entra a operar en enero 2021 el aeropuerto de San Vicente Se incrementa las frecuencias de vuelos Cali Esmeraldas en 2022.	3. A nivel de transporte: Entra en operación en enero 2021 el aeropuerto internacional de Manta con más frecuencias internacionales.	3. A nivel de transporte: Entra en operación en enero 2021 el aeropuerto internacional de Manta con más frecuencias internacionales.
4. OGD en cada núcleo, se conforma en agosto 2020 y comienzan a apoyar a los destinos, orientando en la articulación de actores	4. OGD en cada núcleo, se conforma en noviembre 2020 y comienzan a apoyar a los destinos, orientando en la articulación de actores	4. OGD en cada núcleo, se conforma en febrero 2021 y comienzan a apoyar a los destinos, orientando en la articulación de actores
5. Escuela de innovación gastronómica inicia en septiembre 2020 y mejora la oferta y atrae turismo.	5. Escuela de innovación gastronómica inicia en dic 2020 y mejora la oferta y atrae turismo.	5. Escuela de innovación gastronómica inicia en marzo 2021 y mejora la oferta y atrae turismo.

ESCENARIO A: OPTIMISTA	ESCENARIO B: MEDIO (realista)	ESCENARIO C: PESIMISTA
6. Mesas locales en destinos articulan los servicios turísticos y generan paquetes (transporte, alojamiento, alimentación, paseos) desde agosto 2020.	6. Mesas locales en destinos articulan los servicios turísticos y generan paquetes (transporte, alojamiento, alimentación, paseos) desde nov 2020.	6. Mesas locales en destinos articulan los servicios turísticos y generan paquetes (transporte, alojamiento, alimentación, paseos) desde feb 2021.
7. Mesas locales generan grupo de jóvenes con manejo de tecnología digital desde ago 2020	7. Mesas locales generan grupo de jóvenes con manejo de tecnología digital desde nov 2020	7. Mesas locales generan grupo de jóvenes con manejo de tecnología digital desde feb 2021
8. Se generan 2 eventos internacionales para 2022 (uno en Bahía y otro en Puerto López)	8. Se generan 1 evento internacional para 2022 (en Bahía)	8. Se generan 1 evento internacional para 2022 (en Bahía)
9. Inversión en marketing, opera desde agosto 2020 permite incrementar la llegada de turistas internacionales desde el inicio de 2021.	9. Inversión en marketing, opera desde nov 2020 permite incrementar la llegada de turistas internacionales desde julio 2021.	9. Inversión en marketing, opera desde mar 2021 permite incrementar la llegada de turistas internacionales en el último trimestre 2021.

Anexo 6: Proyección de generación de ingresos de las empresas turísticas

Tabla 59. Proyección del PIB Alojamiento y servicios de comida (Millones de US$) a nivel nacional

Año	Sin Proyecto	Con Proyecto								Diferencia
		Tasa	Optimista	Diferencia	Tasa	Medio	Diferencia	Tasa	Pesimista	
2020	2.388	0,00%	2.389	-	0,00%	2.389	-	0,00%	2.389	-
2021	2.453	2,68%	2.453	-	2,68%	2.453	-	2,68%	2.453	-
2022	2.518	7,00%	2.624	106	6,00%	2.600	82	5,00%	2.575	57
2023	2.586	7,00%	2.808	222	6,00%	2.756	170	5,00%	2.704	118
2024	2.655	4,00%	2.920	266	3,50%	2.852	197	3,00%	2.785	130
2025	2.726	4,00%	3.037	311	3,50%	2.952	226	3,00%	2.869	143
2026	2.799	4,00%	3.159	360	3,50%	3.055	257	3,00%	2.955	156
2027	2.874	4,00%	3.285	411	3,50%	3.162	289	3,00%	3.043	170
2028	2.950	4,00%	3.416	466	3,50%	3.273	322	3,00%	3.135	184
2029	3.029	4,00%	3.553	523	3,50%	3.387	358	3,00%	3.229	199
2030	3.110	4,00%	3.695	585	3,50%	3.506	395	3,00%	3.325	215

Tomado de a partir del Producto Interno Bruto Por Industria calculado por el Banco Central del Ecuador.

Alojamientos a nivel nacional*	4.180
Alojamiento 3, 4 y 5 estrellas (zona de influencia del proyecto)**	108
Porcentaje de participación	3%

*Tomado del registro de Establecimientos Registrados en MINTUR, 2018.

**Tomado de Encuesta Coyuntural de Alojamiento

Para calcular la generación de ingresos de las empresas turísticas en cada escenario propuesto se multiplica el porcentaje de participación (3%) por la diferencia del valor generado del PIB Alojamiento y servicios de comida proyectado.