

## Caracterización de los principales destinos turísticos del norte de Ecuador continental

## Characterization of the main tourist destinations of northern continental Ecuador

\*David Reinado García Moreira<sup>1</sup>, Nelson García Reinoso<sup>1</sup>

### Información del artículo

**Tipo de artículo:** Artículo original

**Recibido para evaluación:** 22 de diciembre de 2021

**Aprobado para publicación:** 07 de mayo de 2021

<sup>1</sup>Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López, Calceta, Ecuador. Email: nelsongreinoso@gmail.com\*

### Resumen

El desconocimiento de la oferta y sus niveles de competitividad dificulta establecer un posicionamiento adecuado de sus destinos. En este contexto la presente investigación de tipo cualitativo, emplea los métodos analítico-sintético, y comparativo-deductivo, se hace la descripción de los datos en función a la comparación de servicios. El análisis de la oferta del norte de Ecuador continental puede detectar cuáles son los niveles de captación de la demanda, estos pueden servir para jerarquizar, medir y caracterizar los diferentes destinos turísticos, las provincias investigadas son Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Sucumbíos y Pichincha. Se propone analizar los diferentes servicios de la oferta turística y jerarquizarlos en función de la demanda, se analiza los servicios de hospedajes, alimentos y bebidas, intermediación, recreación y transporte. El destino con mayor cantidad de servicios de la zona norte de Ecuador es su capital Quito que posee productos con mayor énfasis en lo cultural, entre sus principales productos con relevancia a nivel internacional se encuentran el Centro Histórico, El Panecillo y la Mitad del Mundo. Si comparamos el total del área geográfica en función de los servicios turísticos, la Zona 1 ocupa un 20% y la Provincia de Pichincha el 80%.

**Palabras clave:** Destinos turísticos, productos turísticos, servicios turísticos, Zona 1 y Pichincha, Norte de Ecuador.

### Abstract

Poor information of the supply and its levels of competitiveness makes it difficult to establish an adequate positioning of their destinations. In this context, the present qualitative research uses the analytical-synthetic and comparative-deductive methods, the description of the data was developed based on the comparison of services. In the analysis of the supply of northern continental Ecuador, the levels of demand capture were detected, they can serve to rank, measure and characterize the different tourist destinations, the provinces which took part in this study were Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Sucumbíos and Pichincha. It is proposed to analyze the different services of the tourist supply and rank them according to demand, in this context, the services of accommodation, food and beverages, intermediation, recreation and transportation are analyzed. The destination with the greatest number of services in the northern part of Ecuador is its capital Quito, which has products with greater emphasis on culture, among its main products with international relevance are the Historic Center, El Panecillo and the Middle of the World. If we compare the total geographic area based on tourist services, Zone 1 occupies 20% and the Province of Pichincha 80%.

**Keywords:** Tourist destinations, tourist products, tourist services, Zone 1 and Pichincha, North of Ecuador.

## Introducción

En América Latina se señala al Ecuador como un país pionero en turismo comunitario, (Pacheco, Carrera, & Almeida, 2011) que desde los años 80 se ha convertido en una actividad estratégica que actúa como un motor en el desarrollo local, el intercambio intercultural y desarrollo sustentable y endógeno. Para Ponce & Pérez (2017) “el Ecuador como territorio vive tiempos decisivos en su historia, por ejemplo: la actividad turística se convierte en un componente esencial de acción integrada en territorios locales (p. 65).

En nuestros días, la imagen de un destino turístico se presenta como una herramienta indispensable (Matovelle & Pillajo, 2018) para poder competir en un mercado cada vez más internacional y sofisticado, entendiéndose esta como la suma del producto global que se ofrece, más el conjunto de acciones comunicativas de que es objeto este destino.

En el marco de las nuevas tendencias de la demanda se exige de los gestores implicados en el desarrollo y gestión del turismo la adopción de nuevas estrategias para la puesta en valor y sostenibilidad de los recursos turísticos en operación, como también para aquellos potenciales, que no lo están (Camara & Morcate, 2014, p. 49) Ecuador con el fin de adaptarse a las nuevas tendencias de la oferta y la demanda turística, según Reyes, Machado, & Ortega (2015) “el país experimenta un proceso de cambios profundos que busca sentar las bases para p. desarrollar un modelo de gestión de un turismo sostenible (p. 41)

En Ecuador, el turismo se ha transformado en los últimos tiempos en una de las actividades económicas más importantes, debido a la entrada de divisa y a la diversificación del ingreso que esta genera en los destinos receptivos (N. G. Reinoso, Doumet, & Alfonso, 2019). El desarrollo territorial de destinos turísticos ecuatorianos ha de estar basado en el diseño de productos y servicios específicos, procedentes del lugar que promuevan el crecimiento de la actividad económica y/o diversificación de la estructura productiva del territorio.

García, Doumet, & Carreño (2018) resaltan la necesidad de rediseñar nuevos productos dirigidos a motivar la demanda e implementar estrategias que motiven la reactivación de la actividad turística a través del mejoramiento de las ofertas turísticas, y la comunicación (marketing) del destino. La administración de la actividad turística es fundamental (N. G. Reinoso, 2017) para el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales existentes e implementar estrategias guiadas bajo un modelo de gestión eficaz.

En el turismo comunitario (N. G. Reinoso & Doumet, 2017) es primordial la integración y el oportuno equilibrio entre las oportunidades de un adecuado manejo de los recursos naturales y culturales y de la apreciación que se tenga del patrimonio cultural, (...) la puesta en valor del patrimonio natural, cultural, social, arquitectónico y gastronómico (...) es preponderante (p.106). El desarrollo local (N. G. Reinoso & Ichazo, 2018) se puede obtener mediante el uso y aprovechamiento eficiente de los recursos locales, muchos de los cuales existen en abundancia en el medio rural, es por eso que las comunidades tienen mucho que ofrecer a sus potenciales visitantes.

Las atracciones del destino están formadas por la imagen que el consumidor tiene del destino, en base a las atracciones naturales, como una playa o una cadena montañosa; y, por otro lado, las atracciones construidas por la mano del hombre, como un parque temático o un enclave arqueológico. Por otro lado, las instalaciones del destino, que normalmente por si solas no constituyen una motivación para viajar, pero cuya ausencia podría limitar el disfrute del viajero, estarían formadas por aquellas destinadas al alojamiento, restauración, entretenimiento y recreo. Por último, está el elemento de la accesibilidad al destino turístico, representado por el transporte. (Gonzáles, 2004).

La evaluación de los recursos turísticos en la actualidad constituye uno de los ejes más importantes para determinar la potencialidad turística de una zona (Reinoso, Chilan, & Montesdeoca, 2018). Para Reyes, Manjarrez, & Ortega (2014) se necesita de un cambio de pensamiento y de gestión en la oferta turística en los destinos turísticos, en función de productos turísticos más integrales y globales, de forma tal que transmitan una experiencia única al visitante.

Para establecer los tipos de turismo que se desarrollan en el territorio destinado a actividades turísticas por sus características geográficas, paisajísticas y climáticas, se toma en cuenta las motivaciones prioritarias de las personas para realizar un viaje turístico; por lo tanto cada tipología está integrada por aquellas comunes o afines entre sí y que las distingue como pertenecientes a cada grupo. La tipología es fundamental para conocer las características y expectativas de los consumidores y por otra parte para saber qué ofrecerles. Los tipos de turismo son la clave para la segmentación de mercados y ayudan a evitar mezclar segmentos antagónicos entre sí. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Atacames, 2018)

La importancia de la oferta turística en Ecuador según el Ministerio de turismo (2018), está relacionada con la dotación de empleo que se genera

en por servicios relacionados con el turismo, de lo cual depende 137 647 puestos de trabajo, de los cuales, en mayor proporción, 72 631, son hombres. La mayor carga ocupacional se encuentra en alimentos y bebidas. De los servicios existentes según el Ministerio de turismo (2018), existen en Ecuador, 25 931, establecimientos de servicios, de los cuales, 17 695, son referente a comidas y bebidas, 5 117, son referente a alojamiento (Incluye moteles), 2 256, referente a intermediación (intermediación corresponde a agencia de viajes “Duales, internacionales, mayoristas y de operación”, Centro de convenciones, Organizadores de eventos “Congresos y Banquetes” y sala de recepciones.), 510, transporte turístico, 303, recreación. Los registrados son del 2016. La llegada de turistas internacionales en el, 2017, fue de, 1 543 091, eso determinó en conceptos de divisas por turismo, (MM USD), 1691,20 Ministerio de Turismo (2018). “El sector turismo es la tercera fuente de ingresos no petroleros para la economía ecuatoriana.

Las estadísticas del MINTUR (2018) sobre la oferta turística en las provincias de Pichincha, Esmeraldas, Imbabura, Carchi y Sucumbíos evidencian un total de 1 553 establecimientos en hospedajes, 5 011 de prestadores de servicios de alimentos y bebidas, 850 de intermediación, 69 de recreación y 131 de transportación. Los servicios turísticos totales en las diferentes áreas ascienden a 7 610. El total de camas de la zona de estudio es 50 620, y referidos al área de alimentos y bebidas el total de mesas es de 66 290.

Según las cifras del Ministerio de Turismo de Ecuador (2018) en Ecuador la llegada de turistas internacionales en el 2017 representó 1 543 091, eso determinó en conceptos de divisas por turismo, (MM USD) 1691,20. El 66% llegaron por vía aérea, el 34% vía terrestre, la mayor cantidad de visitantes son de Latinoamérica y el Caribe con el (56,90%), Seguido por visitantes de Norte América (20,90%), con un (16,10%) de visitas se encuentra el mercado Europeo, y por último, se encuentra el mercado de Asia Oriental y del Pacífico con (4,90%). Del análisis económico, según Ministerio de Turismo de Ecuador (2018), el turismo en representó en el 2015 el (1,9%), del aporte al PIB, y el (1,78%) del VAB nacional, generó el (2,78%) de la recaudación de impuestos y simbolizó el (80,22%) de las exportaciones de servicios.

El destino turístico es aquel lugar al que mediante la reflexividad turística, se interna en el pensamiento del consumidor y genera en sí, la necesidad de conocer el sitio; se establece en el sujeto la visita al destino, esto como parte de un deseo existencial que genera cierta sensación de crecimiento personal, estableciendo parte de su tiempo y economía, llenando la expectativa recibida mediante la

intangibilidad del destino en tangible movilizándose hacia ella; en los destinos turísticos, existen componentes que pertenecen a la oferta turística, el destino turístico, es un elemento intrínseco de la oferta y parte integrado de sus elementos propios, siendo parte del sistema turístico.

Son precisamente esos “lugares” de acogida, contentivos de atractivos y servicios demandados por los visitantes, espacios que se transforman en lo que actualmente son llamados destinos turísticos. Esos espacios no son otra cosa que territorios donde se encuentran determinados componentes de una oferta turística estructurada a partir de atractivos, productos y servicios, accesos y demás elementos que hacen posible la estancia y el disfrute de tales elementos por los visitantes. (Rodríguez, 2011).

Para Martín & Rosa, (2003), “es necesaria una base común que posibilite conectar elementos concretos, por ejemplo analizar la relación que existe entre los cambios en la demanda turística y los cambios en las imágenes turísticas de los destinos, y como a su vez esto puede ocasionar consecuencias, crisis en los destinos concretos que no se adaptan a los nuevos tiempos.” Según Romero (2009), “todo centro turístico debe convertirse en promotor de la cultura de su país, es decir, ser embajadores del arte nacional. Al igual que los bienes que se producen para ser exportados y que reportan ingresos a la economía, las manifestaciones artísticas culturales dentro de un destino turístico se pueden llegar a convertir en exportaciones invisibles.”

Se determinaron en el área de estudios, los destinos turísticos más representativos por cada provincia. Según la información recopilada por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2018). Para determinar cuáles son destinos turísticos, se toma en cuenta la cantidad de servicios turísticos, de cada provincia se tomó el destino que establecía más número de servicios turísticos registrados; estos son: Atacames – Esmeraldas, Tulcán – Carchi, Ibarra – Imbabura, Quito – Pichincha, Sucumbíos – Lago Agrio

Las atracciones del destino están formadas por la imagen que el consumidor tiene del destino, en base a las atracciones naturales, como una playa o una cadena montañosa; y, por otro lado, las atracciones construidas por la mano del hombre, como un parque temático o un enclave arqueológico. Por otro lado, las instalaciones del destino, que normalmente por sí solas no constituyen una motivación para viajar, pero cuya ausencia podría limitar el disfrute del viajero, estarían formadas por aquellas destinadas al alojamiento, restauración, entretenimiento y recreo. Por último, está el elemento de la accesibilidad al destino turístico,

representado por el transporte, que será elegido por el turista en función de criterios de coste y tiempo.

En el producto turístico (...) lo más habitual es que se combinen diferentes actividades, aun dando clara prioridad a una de ellas, para dotar al producto turístico en su conjunto de una mayor consistencia, y, por lo tanto, de un mayor atractivo para el consumidor final. (...) algunos de estos factores que pueden limitar la factibilidad de un producto turístico se encuentran relacionados, y en ocasiones confluyen varios en un mismo destino. Sin embargo, el hecho de que uno sólo de los diferentes entornos no presente una adecuada factibilidad, impedirá el desarrollo del producto turístico y su posible comercialización (González, 2004).

## Materiales y métodos

La investigación analiza y adopta postulados metodológicos para la evaluación y valoración de los recursos turísticos como los propuestos por los autores: Pacheco et al. (2011); (Herrera, Crespo, Zambrano, & Cadena (2014); Echarri & Bulnes (2015) y Reyes et al., (2015)

Para analizar la oferta se parte de la realización de una búsqueda de documentación, información estadística e investigación de campo (estudio de personas - recursos, visitas a los lugares, etc.). Con la realización de un mapa que incluya pictogramas que indiquen claramente los lugares, albergues y equipamientos turísticos existentes en el territorio, se podrá, por ejemplo, visualizar bien la oferta turística de un territorio (Union Europea, 2018). Se utilizará los ficheros para la extracción de la información gubernamental y se realizará visitas para hacer el análisis de campo para comprobar la información.

En la primera etapa, se hace un análisis de los diferentes servicios turísticos y se compara los datos nacionales con los de la zona de estudio y a su vez con las diferentes provincias, mediante una tabla comparativa se establece con los atributos sumados en función de los servicios la oferta. En la segunda etapa, se establece mediante matrices los movimientos turísticos en los diferentes feriados en los años 2016, 2017 y 2018. Luego se procede a hacer un análisis estadístico descriptivo de los datos, se establece mediante una tabla comparativa se analiza, la ocupación, el gasto total y el total de viajes.

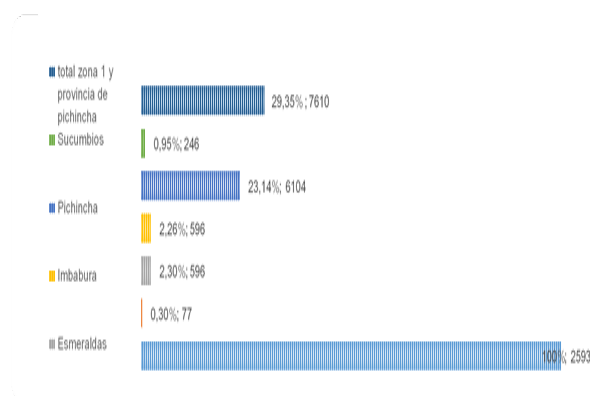
En la tercera etapa, se establece un análisis comparativo de los productos turísticos que se encuentran en cada provincia, se determina según su área geográfica en conglomeración de atractivos turísticos y cantidad de servicios turísticos. En función del clúster de producto turístico y mediante

el área geográfica se define el destino principal de cada provincia. Mediante el análisis a los diferentes destinos turísticos se identificarán y jerarquizarán sus productos turísticos. Se determinaron los productos de los destinos en función de la combinación de los atractivos y mayor cantidad de servicios turísticos en diferentes territorios del destino. Estos análisis fueron establecidos según información proporcionada por el Ministerio de Turismo [MINTUR] (2018).

## Resultados y discusión

Del total de establecimientos de servicios que existen en Ecuador el, 29,35%, se encuentra en la zona 1 y Pichincha, de los cuales, del conglomerado nacional, Pichincha posee el 23,14%, seguido de Esmeraldas con el, 2,30%, a continuación, Imbabura con el 2,26%, seguido de Sucumbíos con el 0,95% y por último Carchi, con el 0,30% (ver Figura 1).

**Figura 1.** Comparaciones en función de servicio nacional

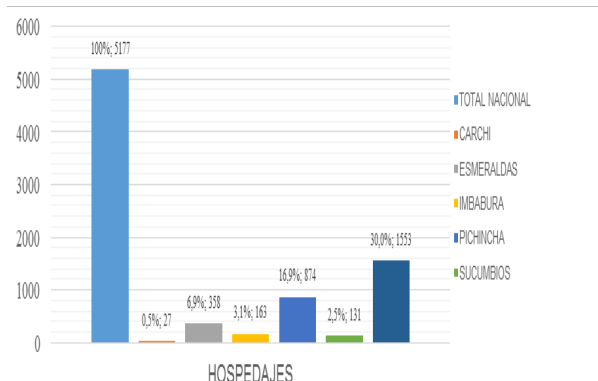


Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

El Ministerio de Turismo de Ecuador (2018), presenta en sus estadísticas de ofertas y servicios de las diferentes provincias que se analizan en esta investigación; se identificaron un total de 1 553 establecimientos en hospedajes, 5 011 prestadores de servicios de alimentos y bebidas, 850 de intermediación, 69 de recreación y 131 de transportación; servicios totales que se encuentran en las provincias de Esmeraldas, Imbabura, Carchi, Sucumbíos y Pichincha. Los servicios totales se establecieron en 7 610. El total de camas de la zona de estudio es 50 620, los establecimientos en el área de investigación referente a alimentos y bebidas el total de mesas fueron 66 290. Según el análisis de los datos establecidos en el MINTUR (2018), la zona 1 posee alrededor del 30% de servicios de hospedaje del porcentaje total del país, Pichincha tiene el 16,9%, seguido por Esmeraldas con el 16,9%, Imbabura el 3,1%, Sucumbíos el 2,5% y Cachi con el

0,5% de establecimientos de hospedaje (ver Figura.2).

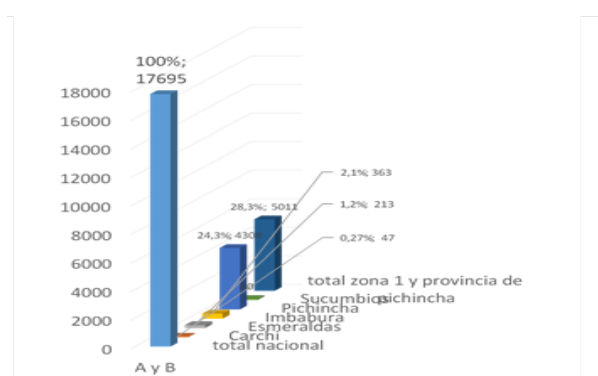
**Figura 2.** Comparación de hospedaje de la zona 1 y Pichincha



Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

Del total de establecimientos referente a alimentos y bebidas, se determinó que en la zona 1 y la provincia de Pichincha posee, el 28,3%, y que la provincia de Pichincha posee el 24,3%, representando el 80%, de la zona de investigación. Imbabura, posee el 2,1%, Esmeraldas el, 1,2%, Sucumbíos el 0,5%, y Cachi el 0,23%, del total del registro, a nivel nacional (ver Figura 3).

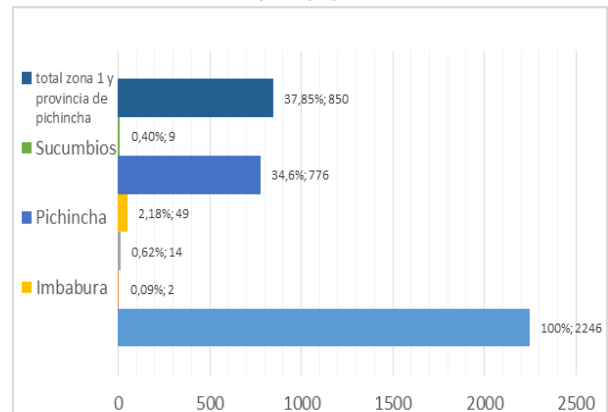
**Figura 3.** Comparación de Prestadores de servicios en Alimentos y bebidas de la Zona 1 y Pichincha



Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

Del total del análisis de la Intermediación a nivel nacional el 37,85% se establece en la zona 1 y la provincia de Pichincha, de los cuales, la provincia de Pichincha posee el 34,55%, siendo el mayor porcentaje del total de la zona de estudio, con el, 91,29%, seguido de, Imbabura con el, 2,18%, Esmeraldas, el 0,62%, luego, Sucumbíos con el, 0,40%, y por último Carchi, con el 0,09% (ver Figura 4).

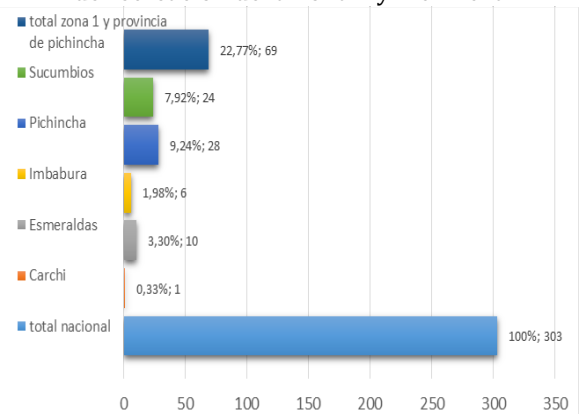
**Figura 4.** Barras comparativas de los prestadores de servicio de intermediación en la Zona 1 y Pichincha.



Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

Del total de los datos analizados del conglomerado, el 22,77%, de los centros de recreación, inventariados en el 2016, se encuentran en la zona 1 y Pichincha, de los cuales el, 9,24%, se encuentra en la provincia de Pichincha, del total de la zona de estudio, es el mayor referente, 40,58%, seguido de, Sucumbíos, con el, 7,92%, del conglomerado nacional, y representa el, 34,78%, del área de estudio, a continuación esta, Esmeraldas, con el, 3,30%, seguido de, Imbabura, con el 1,98% y, por último, Carchi con el, 0,33% (ver Figura 5)

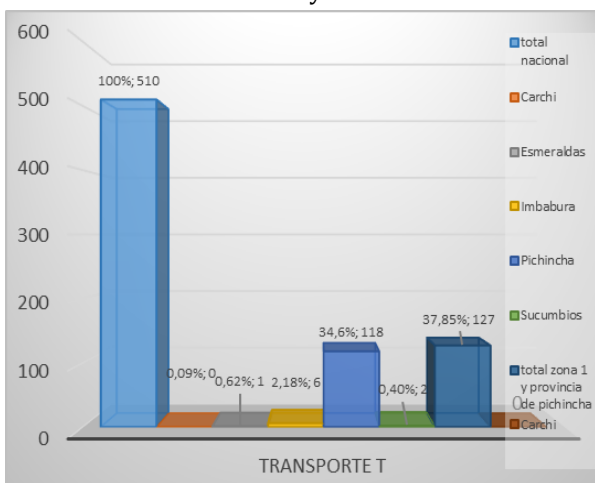
**Figura 5.** Comparación de Prestadores de servicios de recreación de la Zona 1 y Pichincha



Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

Del total de establecimientos de servicios turísticos que existen en Ecuador, el 29,35% se encuentra en la zona 1 y Pichincha, de los cuales, del conglomerado nacional, Pichincha posee el 23,14%, Esmeraldas el 2,30%, Imbabura el 2,26%, Sucumbíos el 0,95% y Carchi el 0,30% (ver Figura 6).

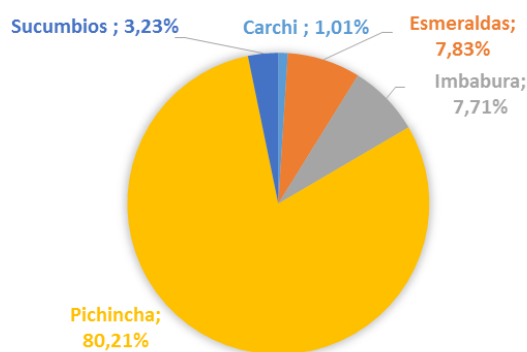
**Figura 6.** Comparación de los transportes turísticos de la Zona 1 y Pichincha



Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

Del análisis total de la zona de estudio el 80,21% de los servicios se encuentran en la provincia de Pichincha, seguido por Esmeraldas con el 7,83%, Imbabura el 7,71%, Sucumbíos el 3,23% y Carchi con el 1,01% del total de servicios (ver Figura 7)

**Figura 6.** Comparación en relación a la oferta de servicios en la Zona 1 y Pichincha



Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

Se determina mayor jerarquía en la provincia de Pichincha. Dentro de la zona 1 destaca la provincia de Esmeraldas con más capacidad de alojamiento, de la misma forma, Imbabura posee mayor número de servicios de alimentos y bebida y de intermediación y transporte turístico de la zona 1. La provincia de Sucumbíos posee mayor cantidad de servicios recreacionales en la zona 1, en comparación con otras provincias del norte de Ecuador, Carchi es la provincia con menor presencia de servicios turísticos según información de los ficheros del Ministerio de Turismo de Ecuador (2018), (ver Tabla 1).

**Tabla 1.** Cantidades y porcentaje de los diferentes destinos del norte de Ecuador

	Pichincha	Esmeraldas	Imbabura	Sucumbíos	Carchi	Total
<b>Hospedaje</b>	874	358	163	131	27	1553
	56,3%	23,1%	10,5%	8,4%	1,7%	100%
<b>A y B</b>	4308	213	363	80	47	5011
	86,0%	4,3%	7,2%	1,6%	0,9%	100%
<b>Intermediación</b>	776	14	49	9	2	850
	91,3%	1,6%	5,8%	1,1%	0,2%	100%
<b>Recreación</b>	28	10	6	24	1	69
	40,6%	14,5%	8,7%	34,8%	1,4%	100%
<b>Transporte</b>	118	1	6	2	0	127
	92,9%	0,8%	4,7%	1,6%	0,0%	100%

Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

Para el análisis del impacto del turismo que en función a las diferentes provincias en estudio se tomó como referencia los datos del Ministerio del Turismo (2018). Estableciéndose una comparación en cuanto a los indicadores de ocupación, gasto total y el total de viajes de los años 2016, 2017 y 2018. Los mayores valores se evidencian en los feriados de carnaval, semana santa, 1 de mayo, 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre, navidad y fin de año.

Según los datos del Ministerio de Turismo de Ecuador (2018), las personas se movilizan más a Pichincha y Esmeraldas, en esta última provincia los viajes en el 2017 crecieron posterior al terremoto del 16 de abril del 2016, aumentando su nivel ocupacional en un 18,73%; a diferencia Carchi que decreció del 2016 al 2017 en un 8,42%. La tasa ocupacional más baja la tiene Sucumbíos, seguido por Pichincha. Según los datos, hasta la fecha existe un aumento de ocupación en las provincias de Esmeraldas (+1,74%), Imbabura (+0,07%) y Sucumbíos (+2,98%). Se muestra una decaída de la ocupación en Pichincha (-6,82%), y Carchi (-9,63), (ver Tabla 2)

**Tabla 2.** Análisis de la ocupación, gasto y total de viajes realizados al destino

	OCUPACIÓN	GASTO TOTAL	TOTAL VIAJES
2016			
TOTAL NACIONAL	35,10%	289.168.914	5.270.091
TOTAL CARCHI	54,07%	939.597	27.429
TOTAL ESMERALDAS	20,18%	7.316.906	179.085
TOTAL IMBABURA	40,04%	10.600.954	207.232
TOTAL PICHINCHA	34,25%	66.064.702	664.467
TOTAL SUCUMBIOS	23,74%	3.222.838	67.195
2017			
TOTAL NACIONAL	41,36%	465.544.429	8.219.807
TOTAL CARCHI	45,65%	803.003	17.307
TOTAL ESMERALDAS	38,91%	21.776.781	543.765
TOTAL IMBABURA	44,63%	13.429.017	289.265
TOTAL PICHINCHA	36,81%	95.143.981	1.076.705
TOTAL SUCUMBIOS	24,95%	5.341.942	87.285
2018 (hasta feriado de agosto)			
TOTAL NACIONAL	42,94%	242.587.896	4.468.423
TOTAL CARCHI	36,02%	343.417	7.636
TOTAL ESMERALDAS	40,64%	5.467.787	135.032
TOTAL IMBABURA	44,70%	6.304.933	120.619
TOTAL PICHINCHA	29,99%	48.704.446	752.432
TOTAL SUCUMBIOS	27,93%	1.857.350	38.337

Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

Quito, declarado por la UNESCO en el año 1978, Patrimonio Cultural de la Humanidad, sintetiza la trascendencia de esta capital andina en los trópicos: Quito es la puerta abierta hacia todos los demás destinos turísticos del país y presenta opciones inagotables para la aventura y el deporte, con todas las previsiones para garantizar seguridad y diversión. En el año 2011, Quito fue designada Capital Americana de la Cultura en reconocimiento a la riqueza de su Centro Histórico, el mejor preservado y más extenso de Latinoamérica y también a las innumerables expresiones culturales del Distrito Metropolitano. El territorio de Quito, extendido en las faldas del volcán Pichincha, a 2850 metros de altitud sobre el nivel del mar, es pródigo en miradores desde donde se pueden divisar los picos nevados de la Avenida de los Volcanes.

Para Matovelle & Pillajo (2018) en su Análisis de la Imagen de Quito, Ecuador, como Destino Turístico, destacan que las particularidades físicas que están presentes en la mente de los visitantes a priori son: ser Patrimonio Cultural, estar ubicada en la Cordillera de los Andes a gran altura, ser una ciudad punto de partida para conocer el Ecuador, estar en la Mitad del Mundo y ser la capital del país. Emocionalmente se visibiliza como una ciudad amigable, concurrida, insegura, relajada, alegre, cosmopolita y cultural. Se destacan como elementos únicos el Centro Histórico y sus Iglesias, la Mitad del Mundo, el entorno natural rodeado de montañas y volcanes, la Virgen del Panecillo, el Palacio de Carondelet, el Teleférico, La Iglesia de la Compañía, La Basílica del Voto Nacional y los rasgos distintivos, espirituales y afectivos, es decir, la cultura de Quito.

Los destinos encierran diferentes productos enfocados y valorados según sus atributos, el destino Quito posee productos con mayor énfasis en lo cultural, se cita tres de sus principales productos con relevancia a nivel internacional, Centro Histórico, El Panecillo y la Mitad del Mundo (ver Tabla 3).

**Tabla 3.** Ficha destino turístico: Quito

Características:	Producto Turístico	Tipo
Nombre completo: San Francisco de Quito	Mitad del Mundo	Cultural
Fundación: 6 de diciembre de 1534	Centro Histórico de Quito	Cultural
Población: 2.671.191, según censo de 2014	Plaza Foch	Cultural
Distancia hasta la línea ecuatorial: 25 km (15 millas)	El Panecillo	Cultural
Localización: Región Sierra	El teleférico	Cultural
Temperatura: 10 a 25 grados centígrados		
Provincia: Pichincha		
Quito, la capital del Ecuador se ubica entre la latitud 0°13'07"S, y la longitud 78°30'35"O; a una altitud aproximada de 2850 metros sobre el nivel del mar.		

Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

De los destinos turísticos del norte de Ecuador uno de los principales de sol y playa es Atacames, el mismo pertenece a la provincia de Esmeraldas y

dentro de las principales falencias se encuentra la carencia de servicios turísticos complementarios.

### Playa de Atacames

- Ubicación: Parroquia Atacames
- Sitio natural del tipo perfil costanero y subtipo playa, accesible por vía terrestre y marítima, medianamente conservado.
- Época de visita: fines de semana y feriados.
- Época apta de visita: todo el año
- Horarios de visita: todo el día
- Turistas: 100.000 nacionales y 10.000 extranjeros llegan cada año.
- Tipo de ingreso: entrada libre
- Actividades: caminata, parapente, religiosas, ferias, fiestas populares, motos acuáticas, surf, paseos en botes, lanchas, sobrevuelos, actividades culturales, compra de artesanías, investigación, eventos, fotografías y videos

### Playa de Tonsupa

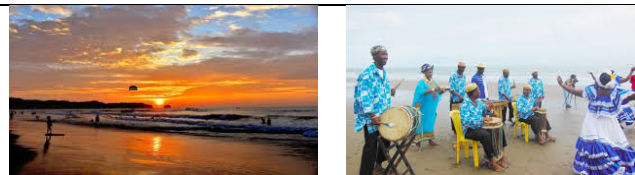
- Ubicación: Parroquia Tonsupa
- Sitio natural del tipo perfil costanero y subtipo playa, accesible por vía terrestre y marítima, medianamente alterada.
- Época de visita: fines de semana y feriados.
- Época apta de visita: todo el año
- Horarios de visita: todo el día
- Turistas: 50.000 nacionales y 5.000 extranjeros llegan cada año.
- Tipo de ingreso: entrada libre
- Actividades: pesca, parapente, ferias, fiestas populares, surf, paseos en lanchas, sobrevuelos, actividades culturales, compra de artesanías, investigación, eventos, fotografías y videos

La planta turística del cantón Atacames permite al turista tener una experiencia agradable en el destino y está conformada por empresas de alojamiento, restauración, esparcimientos, entre otras. En el cantón no existen registros de guías, transporte marítimo y fluvial o aéreo, agencias de servicios turísticos ni centros de turismo comunitarios (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Atacames, 2018). Cabe mencionar que algunos establecimientos de alojamiento aún no han sido re categorizados por parte del Ministerio de Turismo. Otros, al no cumplir con la norma legal vigente ya no forman parte del catastro turístico y son ahora responsabilidad de la superintendencia, sin embargo, no poseen una normativa de regulación y control clara, lo que perjudica al sector turístico y la experiencia de los turistas al utilizar este tipo de alojamiento. En Atacames los atractivos más destacados son naturales. Destacándose dentro de

sus principales productos turísticos las playas de Atacames y Tonsupa, (Tabla 4).

**Tabla 4.** Ficha destino turístico: Atacames

Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)



Características:	Producto Turístico	Tipo
Altitud Media 6 m s. n. m.	Playa de Atacames	Natural
Clima 25° C	Playa de Tonsupa	Natural
Población (2010) 15 463 hab.1	Playa de Same	Natural
Es un destino reconocido en todo el Ecuador por poseer una de las playas más grandes del Ecuador y una de las más cercanas a Quito; por lo que la mayoría de los habitantes de esta ciudad hacen de este balneario uno de los más concurridos y populares del país.	Playa de Súa	Natural
Latitud y longitud 0°52'00"N 79°50'00"O		

Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

El destino de la zona 1 con mayor jerarquía en Alimentos y Bebidas, Intermediación y transporte es Ibarra, en función de los productos, aunque no estén en el área geográfica del destino, por su cercanía y jerarquía internacional el producto turístico de mayor atracción es Otavalo, (ver Tabla 5).

La ciudad de Ibarra y sus parroquias urbanas y rurales ofrecen variadas opciones para el disfrute de quienes decidan visitarla destacan su gastronomía, cultura, paisaje, artesanías, bordados y deportes de aventura. En Ibarra, el principal referente constituye la laguna de Yahuarcocha.

Allí, los turistas pueden realizar paseos en botes, motos acuáticas, pesca deportiva y disfrutar de una variada gastronomía. En la ciudad se destacan sitios como La Esquina del Coco, el Centro Cultural El Cuartel, el centro histórico, el Torreón, San Juan Calle, el tren, entre otros. Mientras que la parte rural, están los bordados de las parroquias La Esperanza y Angochagua, ubicadas al sur de la ciudad; en estos lugares además los turistas pueden realizar turismo comunitario, convivencia familiar, cabalgatas, trekking, ascensos al volcán Imbabura, recorridos en bicicleta y degustar de la gastronomía propia de esa zona.



**Tabla 5.** Ficha destino turístico: Ibarra



Características:	Producto Turístico	Tipo
Altitud: Media: 2225 m s. n. m.	Laguna de Yaguarcocha	Natural
Clima: 17°C	Otavalo	Cultural
Población (2010): Total: 131 856 hab	Laguna de Cuicocha	Natural
Se sitúa al norte de la región interandina del Ecuador, en la hoya del río Chota, atravesada al este por el río Tahuando, al sudeste de la laguna Yahuarcocha, a una altitud de 2215 m s. n. m. y con un clima templado seco-mediterráneo de 17 °C en promedio.	Laguna de San Pablo del lago	Natural

Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

La provincia del Carchi tiene su descendencia en las culturas Capulí, Piartal y Tuza. Su capital es Tulcán y está ubicada en el extremo norte del callejón interandino, entre los nudos de Pasto hacia el norte, de Boliche y parte de; valle del Chota al sur. Tiene una extensión de 3 605 kilómetros, una población que fluctúa entre los 155 mil habitantes y se divide políticamente en seis cantones: Tulcán, San Pedro de Huaca, Montúfar, Espejo, Bolívar y Mira.

La provincia del Carchi presenta una topografía irregular con montañas, valles subtropicales, páramos, encantos naturales y lugares turísticos, limita al norte con la República de Colombia, al sur y oeste con la provincia de Imbabura y al este con Esmeraldas. Carchi es creada como provincia el 19 de noviembre de 1880, tiene una altitud de cerca de 1 300 metros sobre el nivel del mar en los valles y a 3 600 metros sobre el nivel del mar en el páramo de El Ángel.

El destino Tulcán posee elevadas potencialidades para el desarrollo de productos turísticos, sin embargo, es deficiente el desarrollo de su infraestructura y limitado en recursos turísticos. La principal oportunidad que posee para el desarrollo turístico es ser frontera con el país de Colombia, dentro de uno de los recursos naturales más sobresalientes se encuentra la Reserva ecológica El Ángel con una extensión de 15 715 hectáreas y se encuentra incorporada al Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas localizada junto al volcán Chiles de 4 723 metros de altura, considerado el hito fronterizo entre Ecuador y Colombia, rodeado de

frailejones y pajonales, adornados con la exótica rosa urco, albergue de cóndores, tórtolas, perdices y gavilanes, sitio ideal para quienes gustan del andinismo y del treaking.

Cementerio de Tulcán es único a nivel de Latinoamérica. Considerado una joya arquitectónica al estar esculpida en verde (árbol de ciprés) y lleva el título de Patrimonio Cultural del Ecuador, octava maravilla del mundo y "Museo de Arte Mundial", reconocida así por las embajadas de China y Rusia. La Escultura en Verde fue creada por Azael Franco en 1936, (ver Tabla 6).

**Tabla 6.** Ficha destino turístico: Tulcán

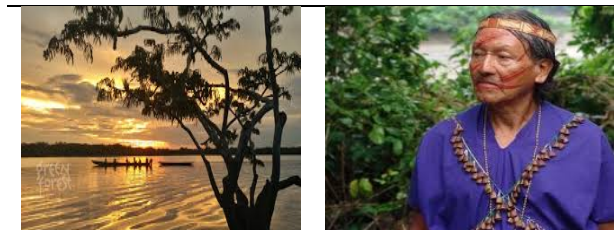


Características:	Producto Turístico	Tipo
Superficie Total 3.783 km <sup>2</sup>	Cementerio de Tulcán	Cultural
Altitud Media 3461 m s. n. m.	Reserva Ecológica el Ángel	Natural
Población Total 171,943 hab.		
Puerta del comercio entre Ecuador y Colombia, desde el puente de Rumichaca, el flujo comercial y turístico es considerado positivo, las aduanas registran un fuerte intercambio: carros recién ensamblados, productos agrícolas y enseres se comercializan los 365 días del año.		

Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

La particularidad del destino Nueva Loja (provincia Sucumbíos) es conocida por el nombre de su cabecera cantonal Lago Agrio, el territorio muestra una abundante riqueza de flora y fauna, parques, lagunas, ríos, comunidades indígenas, artesanías y una exquisita gastronomía, que hacen de Nueva Loja, un destino turístico que muestra la mágica y misteriosa Amazonia ecuatoriana; es el destino referencial amazónico, y muestra facilidades turísticas como conectividad aérea y terrestre y un alto nivel de sitios recreacionales en el destino, (ver Tabla 7).

Tabla 7. Ficha destino turístico: Sucumbíos



Características:	Producto Turístico	Tipo
Altitud: 297 m s. n. m.	Reserva Ecológica Cuyabeno	Natural
Clima 28° C	Centro turístico comunitario Siecoya Remolino	Cultural
Nueva Loja, también conocida como Lago Agrio, es una ciudad ecuatoriana; cabecera cantonal del Cantón Lago Agrio y capital de la Provincia de Sucumbíos, así como la urbe más grande y poblada de la misma. Se localiza al norte de la Región amazónica del Ecuador, en una extensa planicie, en la orilla izquierda del río Aguarico. Es llamada "La capital petrolera del Ecuador" por su importante producción petrolera, pilar de la economía ecuatoriana.	Parque Ecológico la Perla	Natural

Fuente: Elaboración propia a partir de los registros del MINTUR (2018)

Esta investigación analiza, clasifica y jerarquiza los recursos turísticos de la zona 1 más la provincia de Pichincha del Ecuador, destacan por provincia con mayores jerarquías en función de la demanda turística los siguientes: provincia del Carchi: Cementerio de Tulcán (cultural) y Reserva Ecológica el Ángel (natural); provincia de Imbabura: Laguna de Yaguarcocha (natural), Otavalo (cultural), Laguna de Cuicocha (natural), Laguna de San Pablo del lago (natural) y Ibarra centro histórico (cultural); provincia de Esmeraldas: Playa de Atacames (natural), Playa de Tonsupa (natural), Playa de Same (natural), Playa de Sua (natural), Playa Las Palmas (natural) y Playa Mompiche (natural); provincia Sucumbios: Reserva Ecológica Cuyabeno (natural), Centro turístico comunitario Siecoya Remolino (cultural), Parque Ecológico la Perla (natural), Centro turístico comunitario Shayari (cultural) y de la provincia de Pichincha: Mitad del Mundo (cultural), Centro Histórico de Quito (cultural), Plaza Foch (cultural), El Panecillo (cultural), El teleférico (cultural) y Pulalahua (natural).

## Conclusiones

Los recursos turísticos considerado la materia prima y la base fundamental para el desarrollo de la actividad turística en un territorio, son además el elemento determinante para evaluar las potencialidades turísticas reales y potenciales, por lo que se hace necesario su análisis, clasificación y evaluación de la calidad, integración, originalidad y diversificación; indicadores que influyen significativamente en la imagen del destino y determinan su atracción y aceptación por la demanda.

Los análisis realizados de la oferta turística destacan los dieciocho productos turísticos más demandados en las provincias de Pichincha, Esmeraldas, Imbabura, Carchi y Sucumbíos permitieron además analizar e identificar un total de 1 553 establecimientos en hospedajes, 5 011 de prestadores de servicios de alimentos y bebidas, 850 de intermediación, 69 de recreación y 131 de transportación. Los servicios turísticos totales en las diferentes áreas ascienden a 7 610. El total de camas de la zona de estudio es 50 620, y referidos al área de alimentos y bebidas el total de mesas es de 66 290.

En esta investigación se analizan las estadísticas proporcionadas por el MINTUR (2018), en indicadores tales como la movilidad, servicios de alojamientos, alimentos y bebidas, intermediación, recreación, transporte, ocupación, gasto total por concepto de turismo, total de viajes, que patentizo a Quito como el principal destino, su Centro Histórico se ha convertido paulatinamente en el eje de iniciativas artísticas, culturales, propuestas urbanas y turísticas, en lo más variados formatos.

En la provincia de Esmeralda el destino Atacames en muy demandado por el turismo interno, reconocido en todo el Ecuador por poseer una de las playas más grandes del Ecuador y una de las más cercanas a Quito.

La Provincia de Imbabura, se destaca y muestra en su capital Ibarra excelentes resultados en servicios de Alimentos y Bebidas, Intermediación y transporte y es conocida mundialmente por su mercado indígena, uno de los más importantes de América en función del colorido de sus textiles y artesanías que en su mayoría son elaborados con técnicas ancestrales.

La provincia del Carchi es la provincia con menor presencia de servicios turístico según información de los ficheros del Ministerio de Turismo de Ecuador (2018), pero la principal oportunidad que posee para el desarrollo turístico es ser frontera con el país de

Colombia, desde el puente de Rumichaca, el flujo comercial y turístico es considerado positivo.

La provincia de Sucumbíos su destino más demandado es Nueva Loja, un destino turístico que muestra la mágica y misteriosa Amazonia ecuatoriana; es el destino referencial amazónico, y muestra facilidades turísticas como conectividad aérea y terrestre y un alto nivel de sitios recreacionales en el destino.

## Referencias bibliográficas

Camara, C. J., & Morcate, F. de los Á. (2014). Metodología para la identificación, clasificación y evaluación de los recursos territoriales turísticos del centro de ciudad de Fort-de-France. *Arquitectura y Urbanismo*, XXXV(1), 48-67.

Echarri, M., & Bulnes, D. (2015). Diseño preliminar del plan de desarrollo turístico para municipios seleccionados de la provincia Mayabeque, Cuba (2015-2020). *ECOCIENCIA*, 2(6), 1-30.

Europea, observatorio de la U. (2018). *Evaluar el potencial turístico de un territorio*.

GARCIA, N., DOUMET, Y., & CARREÑO, L. (2018). POST-EARTHQUAKE STRATEGIC TOURISM PLAN FOR THE MUNICIPALITY OF BOLÍVAR, MANABÍ, ECUADOR. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 23(3), 881-894. <https://doi.org/10.30892/gtg.23322-336>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Atacames, E. (2018). *PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL CANTÓN ATACAMES - ECUADOR*. ATACAMES - ECUADOR.

González, P. (2004). El Producto Turístico.

Herrera, G., Crespo, G., Zambrano, D., & Cadena, P. (2014). Turismo y gestión: Una propuesta metodológica para la valoración y sistematización de atractivos turísticos en el cantón Rumiñahui. *Revista Retos*, 8(1), 125-142. <https://doi.org/10.17163/ret.n8.2014.06>

Martín, B., & Rosa, D. (2003). Turismo y gestión cultural en las Islas Canarias: apuntes para una reflexión, 1, 105-110.

Matovelle, P. A., & Pillajo, C. C. (2018). Análisis de la Imagen de Quito, Ecuador, como Destino Turístico. *Rosa Dos Ventos Turismo e Hospitalidade*, 10(1), 106-118. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v10i1p106>

Ministerio de turismo de Ecuador. (2018a). cifras de

turismo 2017.pdf.

Ministerio de turismo de Ecuador. (2018b). *Establecimientos de servicios de Ecuador 2016*.

Ministerio de turismo de Ecuador. (2018c). *Principales indicadores de turismo 2017-2018*. Quito.

Pacheco, V., Carrera, P., & Almeida, K. (2011). Propuesta metodológica para la evaluación de la factibilidad de proyectos de turismo comunitario. Caso de estudio: Comunidades Huaorani, Achuar y Shiwiar de la Amazonia Ecuatoriana. *Gestión Turística*, 15, 21-46.

Ponce, W. P., & Pérez, J. F. (2017). Modelo de Desarrollo Turístico Sostenible para cantones costeros: herramienta para actores locales de Manabí, Ecuador. *Revista Posgrado y Sociedad*, 15(2), 65-78.

Reinoso, N., Chilan, N. Y., & Montesdeoca, I. (2018). Evaluación de los recursos turísticos para el desarrollo sostenible del turismo comunitario en Manabí. In *DOSSIER ACADÉMICO: BOSQUES, RECURSOS NATURALES Y TURISMO SOSTENIBLE*. (pp. 1-166).

Reinoso, N. G. (2017). Modelo de gestión para fomentar el desarrollo turístico de las comunidades manabitas, Ecuador. *CULTUR - Revista de Cultura e Turismo*, 2, 81-108.

Reinoso, N. G., & Doumet, Y. N. (2017). El producto turístico comunitario como estrategia para diversificar las economías locales del cantón Bolívar, provincia de Manabí, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo (RIAT)*, 13(1), 105-116.

Reinoso, N. G., Doumet, Y. N., & Alfonso, R. (2019). IMPACTO TERRITORIAL DO TERREMOTO AO SETOR TURÍSTICO DE CANTÓN BOLÍVAR, EQUADOR. *Revista Turismo - Visão e Ação*, 21(1), 42-64. <https://doi.org/10.14210/RTVA.V21N1.P42-64>

Reinoso, N. G., & Ichazo, Y. Q. (2018). Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo (RIAT)*, 14(1), 52-64.

Reyes, M., Manjarrez, N., & Ortega, Á. (2014). La gestión del turismo comunitario en el marco de la economía popular y solidaria en Ecuador. *Revista Turismo y Desarrollo Local*, 7(17), 1-14.

Reyes, M. V., Machado, E. L., & Ortega, Á. F. (2015). Evaluación de territorios para desarrollar el turismo comunitario en la región Amazónica del Ecuador.

*Revista Turismo y Sociedad, XVII, 39-62.*

Rodríguez, R. (2011). Destinos turísticos. realidad y concepto. *TURyDES, 4*(december).

Romero, D. (2009). Desarrollo del turismo en el contexto de un mundo globalizado: Persepciones Marxistas. *Anuario Asia Pacífico, 309-315.*