

Relación entre el comercio de artesanías y el sector turístico en Imbabura-Ecuador: consideración desde la planificación y promoción institucional

Relation between Handicraft Commerce and Touristic Sector in Imbabura-Ecuador: A point of view from the Planification and Institutional Promotion

NÚÑEZ, Edwin S.¹

RIVEIRO, María²

Resumen

En un contexto de interés creciente por la relación entre el sector de las artesanías tradicionales y el turismo, el objetivo del presente trabajo investigativo es conocer el rol que se le ha otorgado al comercio de artesanías locales en la planificación, gestión y promoción del turismo en el Ecuador y, particularmente, en la provincia de Imbabura, donde el sector de las artesanías tiene especial relevancia por su arraigo histórico. Para ello, se aborda la evolución reciente del sector de artesanías en el Ecuador y su relación con el turismo. Se hace una revisión -a nivel nacional, provincial y cantonal- de las normativas, planes y estrategias institucionales para develar la relevancia concedida al comercio de artesanías en la planificación del turismo. Como principal hallazgo destaca que, si bien se ha dado una visibilidad y preponderancia al comercio de artesanías desde la organización institucional, como eje relevante para el desarrollo del turismo en Ecuador e Imbabura, se han implementado escasas actuaciones y actividades institucionales concretas.

Palabras clave: Turismo, comercio de artesanías, Ecuador, planificación institucional

Abstract

In a context of growing interest in the relationship between the traditional crafts sector and tourism, the objective of this research work is to know the role that has been given to the trade of local crafts in the planning, management and promotion of tourism in Ecuador and, particularly, in the province of Imbabura, where the crafts sector has special relevance due to its historical roots. To do this, the recent evolution of the crafts sector in Ecuador and its relationship with tourism is addressed. A review is carried out - at the national, provincial and cantonal levels - of the regulations, plans and institutional strategies to develop the relevance given to the craft trade in tourism planning. The main finding stands out that, although visibility and preponderance has been given to the craft trade from the institutional organization, as a relevant axis for the development of tourism in Ecuador and Imbabura, few specific institutional actions and activities have been implemented.

Keywords: Tourism, craft trade, Ecuador, institutional planning

¹ Profesor Titular del Área de Ciencias Empresariales de la Universidad de Otavalo, Ecuador, Doctorante Universidad de Santiago de Compostela, snunez@uotavalo.edu.ec, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0173-9611>.

² Profesora del Área del Departamento de Fundamentos de Análisis, GAME-IDEGA, Universidad de Santiago de Compostela. dolores.riveiro@usc.es ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-0104-4331>.

1. Introducción

Históricamente, el concepto de turismo se ha enfrentado al desafío de superar una visión genérica, polisémica e institucional, la cual se ha asociado, en principio, con la mera descripción y medición de las visitas realizadas por personas no residentes de una localidad a zonas con atractivos naturales, patrimoniales o comerciales. Dicha visión se ha ampliado hacia el entendimiento de la actividad turística como “un fenómeno social, cultural y económico resultante de los desplazamientos de las personas a lugares distintos a su residencia y a su entorno económico habitual, durante un período inferior a un año por motivos personales, profesionales o de negocios” (Organización Mundial del Turismo, 2022, p. 1). Dicha acepción implica al turismo como fuente generadora de desarrollo, de fuentes de trabajo y de lazos comerciales, tanto en países industrializados como en vías de desarrollo, por su transferencia de divisas, intercambio de productos y costumbres.

El turismo internacional no ha dejado de crecer en los últimos años, alcanzando la cifra de 1.500 millones de turistas en 2019, lo que supone un incremento del 4% respecto al 2018, y se ha convertido en una de las actividades más importantes para la economía global. A inicios del 2020, el turismo representaba el 10,4% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial (9 de los 90 trillones de dólares, aproximadamente), posicionándose como el tercer sector más importante de la economía mundial en materia de exportaciones, el cual ocupó a 1 de cada 10 empleados en el planeta y presentó una elevada capacidad de generar empleo, ya que entre 2014 y 2019, de cada cuatro nuevos puestos de trabajo creados en el mundo, uno se creó en el sector turístico (World Travel and Tourism Council, 2022).

Ecuador es un país megadiverso³, con grandes atractivos turísticos por sus ventajas comparativas concedidas gracias a su situación geográfica y climática, así como por el desarrollo de una cultura propia y arraigada (Calderón, 2019). En 2018, el turismo ha contribuido de forma directa (en términos de impactos directos, indirectos e inducidos) solamente con el 2,28% del Producto Interno Bruto (PIB) de Ecuador, mientras que de manera total representó el 5,51% del PIB (5.900 millones de dólares, aproximadamente) (Ministerio de Turismo, 2018, p.9). En 2019, el aporte total al PIB se mantuvo en 5,30% (\$5.736 millones de dólares), mientras que en 2020 cayó el indicador a 2,30% (\$2.295 millones de dólares), alcanzando una leve recuperación en 2021 de 2,9% al PIB (\$2.999 millones de dólares) (World Travel and Tourism Council, 2022, p.2). El aporte del turismo se ha dado a través de actividades económicas relacionadas con la cultura como: el alojamiento, la alimentación y el comercio de bienes, principalmente de artesanías.

En 2018, el empleo turístico en Ecuador llegó a 463,3 mil plazas (incluyendo alojamiento, servicios de comida y comercio relacionado) (Ministerio de Turismo, 2019a, p.1). En 2019, el indicador de empleo turístico mantuvo la tendencia con 440,9 mil personas empleadas. Sin embargo, para 2020 el indicador disminuyó en 25%, lo que significó un descenso hasta 330,4 mil empleos (lo que supuso una disminución de 110,5 mil empleos), que en 2021 se recuperó alcanzando los 380,7 mil. Este último valor denota la contribución del turismo en el empleo total de Ecuador con un 4,8% (World Travel and Tourism Council, 2022, p.2).

La crisis provocada por la pandemia de COVID-19 afectó en gran medida a Ecuador y los países en desarrollo, aunque con una afectación menor que la provocada a nivel mundial: la contribución del turismo al PIB ecuatoriano cayó en 3 puntos porcentuales entre 2020 y 2019 (de 5,30% a 2,30%), mientras que a nivel global

³ En proporción a su tamaño, es el país más diverso del mundo (Caiza y Molina, 2012).

la caída fue de 4,90% (del 10,4% al 5,5% en dicho periodo). El efecto negativo se dio para toda la economía⁴, la producción total de Ecuador cayó un 6,4% en ese año, pero con mucha mayor intensidad en el sector turístico, cuya producción cayó un 64,2%. La contracción de la actividad se manifestó además en el número de llegadas internacionales, que pasó de 2.959 millones en 2019 a 937.1, provocando una pérdida de 2.022 millones (-68,3% de visitas de personas del exterior), indicador que para 2021 incrementó a 1.369 millones (recuperándose en un 46,1%) (World Travel and Tourism Council, 2022, p.2). En este contexto, no se ha recuperado a inicios de 2022 los niveles de aporte al PIB, empleo ni llegadas de turistas internacionales experimentados entre 2018 y 2019, años en los que el turismo representó una fuente esencial en el desarrollo económico de los ecuatorianos.

Desde una perspectiva general, la relevancia socio-económica del turismo para Ecuador reside más allá de su aporte directo a la economía, una vez que se tiene en cuenta la generación de encadenamientos productivos de servicios y productos autóctonos relacionados, que se elaboran para atender a los turistas y a sus mercados conexos diferentes al nacional. Uno de estos sectores vinculados al turismo en Ecuador es el de las artesanías, a través de una relación simbiótica entre ambos sectores que resulta en un mutuo beneficio. Según Velasteguí (2019), la producción artesanal y el turismo se han convertido en actividades dinamizadoras de la economía del Ecuador. Se han constituido en la base del crecimiento económico para poblaciones indígenas (p. 31).

El creciente interés por la relación entre el sector de las artesanías tradicionales y el turismo se pone de manifiesto en la acuñación del término “*Craftourism*” en la literatura anglosajona (Richards, 2013; Baksi, 2015). Si bien las artesanías locales no son, en general, el motivo principal para la visita a un destino, incrementan el atractivo turístico de los destinos, dando autenticidad y consolidando su imagen (Iuva y Ciliane, 2015). Así, la puesta en valor turístico de las artesanías tradicionales, como una de las manifestaciones del turismo cultural, se convierte en un instrumento que contribuye al desarrollo local (Rivera y Hernández, 2018, p. 530-531). La artesanía tradicional se ha convertido en un elemento inherente a la oferta turística de destinos de todo tipo, lo que queda recogido en trabajos sobre la relación entre artesanía y turismo, tanto para destinos de países desarrollados con gran trayectoria turística, como Francia (Kosianski, 2005), Italia (Espinosa, 2009), Japón (Maruya et al, 2015), o España (Rivera y Hernández, 2018), así también para países menos desarrollados, como Marruecos (Essayad, 2011), Croacia (Horjan, 2011), Indonesia (Gustami et al, 2014), India (Jha y Nath, 2015), o Irán (Afra, 2016).

En países latinoamericanos, entre los que se encuentra Ecuador, el sector de la artesanía tradicional, tiene una alta trascendencia socioeconómica, para ciertas comunidades, sobre todo rurales, puesto que permite por un lado reflejar el valor patrimonial de sus culturas, así como generar ingresos para las familias. Esto ha llevado a la implementación de marcos institucionales de protección y fomento de esta actividad a través de políticas públicas que contemplan al turismo como un elemento para su desarrollo y sostenibilidad al ser una actividad impulsora de su difusión (Uribe, 2011, p. 6-10). Esa vinculación entre artesanía tradicional y turismo ha sido tratada, desde distintas perspectivas, para diferentes destinos en varios países como Argentina (Fernández y Ramos, 2005), Colombia (Ministerio de Comercio de Colombia, 2006), México (Hernández-Girón *et al.*, 2007; Rivera *et al.*, 2008), Brasil (Santana y Ricci, 2009, Oliveira *et al.*, 2013, Rodrigues *et al.*, 2014) o Chile (Fernández de Paz, 2014).

El objetivo de esta investigación es realizar un análisis documental y descriptivo que permita conocer el rol que se le ha otorgado al comercio de artesanías en la planificación institucional del quehacer turístico en Ecuador. Buscando alcanzar dicho objetivo, se pretende dar respuesta a la siguiente pregunta: ¿cómo ha sido contemplado

4 El efecto también fue mayor para la economía en su conjunto. La caída del PIB en el 2020 fue de un 6,4% en Ecuador frente a un 3,7% a nivel mundial.

el sector de artesanías tradicionales en la planificación y promoción turística de Ecuador y, en particular, de Imbabura? Para poder ofrecer una respuesta consistente, en el resto del trabajo se plantea, en el apartado dos, la conceptualización de las artesanías y su situación actual en Ecuador e Imbabura. A continuación, en el apartado tres, se identifica la relación y su grado de dependencia entre el sector del turismo y el sector de artesanías en la actualidad. En el apartado cuatro se describe la forma en que se ha incorporado y reconocido el sector objeto de estudio en la planificación, gestión y promoción turística, desde una revisión normativa, política y estratégica de los principales cuerpos institucionales rectores en Ecuador y la provincia de Imbabura. Por último, el apartado cinco resume las principales conclusiones.

2. El sector de artesanía tradicional ecuatoriano

La artesanía tradicional es comprendida como un conjunto de actividades de carácter esencialmente manual, vinculadas al uso de conocimientos y técnicas tradicionales, transmitidas de generación en generación y que son referentes identitarios locales y/o nacionales (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador, 2014, p. 21). Esta actividad tiene una dimensión comercial y cultural en Ecuador, que se ha coordinado con la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial (2003) de la UNESCO. Por un lado, implica la utilización de piezas y máquinas simples que conjuntamente con el ser humano generan bienes con rasgos distintivos, atractivos por sus rasgos diferenciadores y poco automatizados que resultan de una larga cadena de valor que va desde la obtención de la materia prima, su transformación, la elaboración del producto y su comercialización. Por otro lado, la artesanía tradicional va incorporando en sus fases de producción y comercialización el saber-hacer ancestral de sus pueblos, lo que implica catalogarle no como un bien comercializable en el mercado sino como una obra del patrimonio cultural del grupo social que lo elabora, lo que demuestra su importancia bidimensional para el país desde el punto de vista conceptual (Párraga-Toral *et al.*, 2021, p. 97).

Desde su aporte a la economía, se entiende al sector de las artesanías como un conjunto de artes u oficios manuales tradicionales utilizados en la transformación de bienes primarios con predominio del esfuerzo físico y mental (Bustos Flores, 2009, p. 37), que incluye a los trabajadores, fontaneros ebanistas, y diversos trabajos manuales que reflejan rasgos culturales en su ejecución. La UNESCO (2021) reconocía a las técnicas artesanales tradicionales como “la manifestación más tangible del patrimonio cultural inmaterial” (p.1), lo que supone salvaguardar su comercialización pero, sobre todo, los conocimientos allí transferidos que generalmente se lo ha realizado en forma de relato oral. En Ecuador, la Ley de Defensa del Artesano (1971), reformada en 2008, en su artículo 2, define al artesano como “el trabajador manual, maestro de taller o artesano autónomo que, debidamente calificado por la Junta Nacional de Defensa del Artesano y registrado en el Ministerio del Trabajo y Recursos Humanos, desarrolle su actividad y trabajo personalmente y hubiere invertido en su taller en implementos de trabajo, maquinarias y materias primas, una cantidad no superior al veinticinco por ciento (25%) del capital fijado para la pequeña industria. Igualmente se considera como artesano al trabajador manual aunque no haya invertido cantidad alguna en implementos de trabajo o carezca de operarios” (p.1). Su categorización especial demuestra la atención que se le ha otorgado históricamente al sector artesanal en Ecuador con el fin de visibilizarlo e incentivarlo.

Desde el punto de vista económico, el sector artesanal ha ido posicionándose en Ecuador como un sector importante para la economía. El Ministerio de Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (2019) evidenciaba la existencia de más de “120 mil talleres artesanales que agrupan alrededor de 480 mil artesanos aproximadamente de manera directa y, si consideramos a todos los encadenamientos productivos, prestadores de servicios, proveedores, estamos hablando de una población total de 2 millones 400 mil personas que dependen directamente de la actividad artesanal en general”, en 172 ramas de la producción y un promedio de \$30 millones en exportación, lo que, a su vez, representaba en términos directos, indirectos e inducidos un aporte del 1% del

Producto Interno Bruto (PIB) ecuatoriano, con índices de 2 a 3% al alza. Sin embargo, debido a la pandemia, esos incrementos no se llegaron a materializar, sino todo lo contrario, el aporte del sector artesanal al PIB, a inicios de 2020, se redujo. En marzo de 2020, las ventas nacionales bajaron un 21,4 %, mientras que en el mes de abril el desplome fue de 45,6 %. La disminución del indicador tuvo lugar en un contexto de contracción drástica del turismo por la pandemia que a 100 días de iniciada provocó en Ecuador pérdidas en el comercio por \$5.807 millones de dólares (Banco Central del Ecuador, 2020, p. 1). Para 2021, la compra y venta de productos artesanales generaba alrededor de \$400 millones de dólares, menos de la mitad de lo venía haciendo en años previos a la pandemia, lo que retrata el panorama del sector de comercio de artesanías, objeto de estudio.

En provincias como Imbabura, se considera a las artesanías como un elemento importante de desarrollo a nivel comercial, pero también desde el punto de vista cultural, ya que forma parte del patrimonio y saberes culturales que se transfieren por esta vía de labores de la biodiversidad ecuatoriana, generando, además, equilibrios territoriales, porque está diseminado en el territorio en la ruralidad y por comunidades indígenas. El sector artesanal se ha convertido en un elemento de distribución de riqueza y de consolidación del patrimonio inmaterial de sus culturas que en la provincia son variadas. La provincia de Imbabura se posiciona como una de las provincias más importantes en la producción artesanal de textiles, cuero y artículos de madera para el hogar (Salinas, 2014), generando actividad comercial, principalmente en los pueblos indígenas. En este sentido, Benítez y Albuja (2017), afirman que “el 69,89% de los artesanos kichwas, de Imbabura, aseguran que subsisten exclusivamente de la producción y comercialización artesanal, los demás, complementan con otras actividades socioeconómicas” (p.166).

En 2006, se registraron 261.000 talleres artesanales pertenecientes a 172 ramas de producción y servicios artesanales, lo que implica un crecimiento de 500% en 20 años, ocupando a 1.500.000 artesanos (que suponen el 32.7% de la población activa y una generación de empleo del 12.3% de la población total); sin embargo, con problemas que han persistido en la misma línea (Lituma *et. al.*, 2020, pp. 197-200). Entre 2010 y 2021, se han generado avances en torno a la solución de problemas de financiamiento y modernización. Los artesanos miembros de la Junta Nacional de Defensa del Artesanato (JNDA) tienen beneficios relacionados con la exoneración del Impuesto al Valor Agregado (IVA), de un 12% a un 0%, acceso a créditos en instituciones financieras públicas y privadas como BanEcuador, Banco del Pacífico o la Cooperativa de Ahorro y Crédito Juventud Ecuatoriana Progresista (JEP) (Lituma *et al.*, 2020, pp. 198-200).

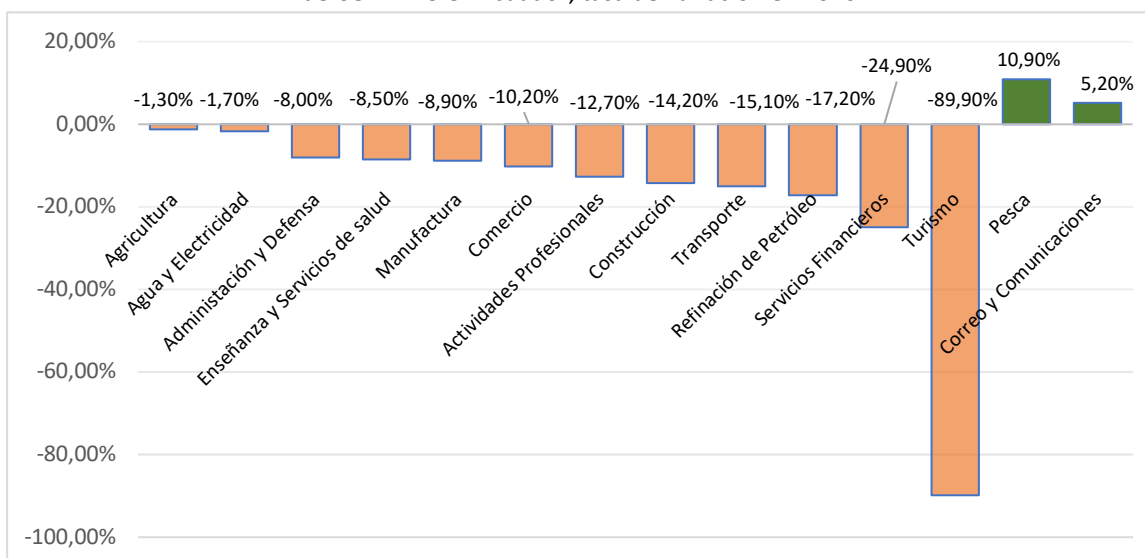
Si Ecuador es uno de los países de América Latina que posee una alta producción de artesanías, uno de los cantones que sobresale en esta producción es Otavalo, dentro de la provincia de Imbabura, por la tradición y trayectoria que esta comunidad les ha impreso y que, con el paso del tiempo, han ido creciendo (Cáceres, 2010, p. 2). Sin embargo, en los últimos tiempos, la pandemia y la sobreoferta de artesanías han disminuido los ingresos económicos y la calidad de vida de los artesanos, debido al desconocimiento de nuevas formas de comercialización a nivel internacional (Rivadeneira y San Martín, 2021, p. 2).

3. Relación entre el turismo y el comercio de artesanías ante la crisis actual

Los estragos económicos del coronavirus han dejado como resultado un descenso de la demanda de productos y una interrupción de la oferta en diversos sectores de la economía: turismo, servicios financieros, refinación de petróleo, transporte, construcción, actividades profesionales, manufactura y comercio de productos, entre otros (Boscá *et. al.*, 2020, p.3). El turismo fue el sector más golpeado entre los 14 sectores analizados por la Cámara de Industrias del Ecuador (Gráfico 1). Las restricciones de movilidad para frenar los contagios y el pánico de los turistas, ha provocado que otros sectores dependientes como el comercio y la manufactura de productos también experimenten un decrecimiento por el cierre de 70% de los negocios (Banco Central del Ecuador, 2020).

El turismo juega un papel crucial en la creación de empleo, la generación de divisas y la actividad económica en general. Sin embargo, desde abril de 2020 esta actividad se ha detenido drásticamente a nivel mundial como resultado de la pandemia del COVID-19. Según la Organización Mundial del Turismo (2020), la caída global media en cuanto a la llegada de turistas internacionales en el año 2020 fue del 74%, llegando la reducción entre abril y julio de ese año a más del 90% trimestral. En Latinoamérica, la caída del indicador fue algo inferior al mundial pero representativo (del 69%) y la recuperación de la afluencia de turistas en América Latina y el Caribe fue reactivándose a partir de octubre de 2020 (CEPAL, 2020, p. 9). Para el caso de Ecuador, la situación fue especialmente dramática, con una caída de la llegada de turistas de casi el 90% en el 2020 y, particularmente, durante el verano de ese año. Si en junio de 2018 y 2019 se registraron 448.995 y 477.117 llegadas internacionales respectivamente, en junio de 2020 se recibieron tan solo 8.100 arribos internacionales (INEC, 2021).

Gráfico 1
Principales sectores económicos afectados por la pandemia de COVID-19 en Ecuador, tasa de variación en 2020.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del BCE

En consonancia, el comercio (incluyendo artesanías) fue otra de las actividades golpeadas de forma muy severa. Las ventas internas al por mayor y menor generaron \$12.940 millones entre enero y abril de 2020 (Servicio de Rentas Internas, 2020), cifra inferior a los \$15.759 millones alcanzados en el mismo período del año anterior, y que representa una caída del 17,9% (\$2.820 millones de dólares). Abril fue el mes más crítico. La facturación se contrajo a la mitad frente a igual mes del 2019. Esto obedece a que en ese entonces estaban vigentes restricciones más estrictas respecto de la movilidad en el país y eso, a su vez, paralizó a gran parte de las actividades económicas; circunstancias que no fueron contrarrestadas con las suficientes respuestas concretas para paliar la problemática que enfrentaba el comercio de bienes y servicios en medio de la pandemia por COVID-19.

Después de la rama comercial, una de las actividades económicas afectadas durante los cuatro primeros meses del 2020 fue la manufactura de bienes, que incluye a la producción de artesanías. En el primer cuatrimestre, las ventas sumaron \$5.528 millones. La cifra es bastante menor a los \$6.728 millones alcanzados en iguales meses del 2019. Si solo se observa el mes de abril, las pérdidas fueron del 44,7%. Según la Cámara Marítima del Ecuador (2022), “con base en cifras de facturación electrónica (incluidas empresas públicas), la afectación semestral acumulada, hasta junio de 2020, ascendió a \$2.464 millones para el comercio de manufacturas (disminución

acumulada promedio del 36,7%). Es evidente que, en 2020, en Ecuador se produjo y se comercializó mucho menos que en años anteriores. Los efectos de la crisis causada por la pandemia de COVID-19 han impactado de forma muy negativa, no sólo en el ámbito de la salud, sino que han acarreado consecuencias perjudiciales en el ámbito económico, con la amenaza de una pérdida importante de empresas y plazas de trabajo que afecta a la economía del país, dejándolo en una posición de vulnerabilidad.

La provincia de Imbabura no ha sido ajena a esta situación. Otavalo, uno de sus cantones, denominado como capital intercultural del Ecuador por su riqueza cultural e histórica, por ser el lugar de origen del pueblo kichwa de los Otavalos, famosos por su habilidad textil y comercial, características que han dado lugar al mercado artesanal indígena más grande de Sudamérica, llamado *La Plaza de Ponchos*, ha sufrido una afectación comercial en la misma proporción señalada a nivel país (Buenaño-Allauca *et al.*, 2016, p. 351). Los otavaleños están dedicados a la producción y comercialización artesanal e industrial de diferentes productos, como textiles, sombreros, instrumentos musicales, entre otros. La actividad artesanal representa una de las principales fuentes de ingresos para los habitantes en Otavalo, luego están el comercio de alimentos, el turismo y, finalmente, la agricultura y la ganadería, según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo (GAD de Otavalo, 2015, p. 1)

En la economía otavaleña el impacto del COVID-19 ha sido llamativo. Debido al confinamiento de las personas en sus hogares, la paralización de actividades, la reducción de personal en las empresas y la disminución del comercio formal e informal, se ha desencadenado una grave crisis económica para la ciudad. En el año 2020, de 374 negocios, 288 disminuyeron sus ventas con relación al año anterior, lo que significó que en el 77% de los casos cayeran sus ingresos. El 17% de los negocios pudo mantenerse y solo el 6% de los negocios pudo aumentar sus ventas (Moposita y Núñez, 2021, p.59). Ante esta situación, no es de extrañar que, desde distintas fuentes, se señale que se hacen necesarias “actuaciones de política fiscal que pueden mitigar sensiblemente los efectos de la crisis y contribuir a una recuperación rápida” (Boscá *et al.*, 2020, p. 16).

4. El sector de las artesanías tradicionales en los planes y estrategias turísticas institucionales

A nivel institucional, en el Ecuador, el turismo se ha ido regulando con el paso de los años, incentivándolo para promover sus encadenamientos productivos, importantes para la economía del país. En sus estrategias recientes se ha ido considerando al sector de las artesanías y reconociéndolo dentro de la planificación turística. Ejemplo de ello es que el Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador (2021) ha establecido, en su última convocatoria para la Línea de Fomento de la Memoria Social y del Patrimonio Cultural, una modalidad de “apoyo a procesos de promoción y difusión de la artesanía tradicional del patrimonio cultural inmaterial y patrimonio agroalimentario” (p.1), entendiéndose a la artesanía como un elemento diferenciador e identificador del país en diversos ámbitos, entre ellos, el comercial. Esa vinculación entre turismo y sector de las artesanías es considerada, de forma explícita, en algunas iniciativas como el Proyecto Artesano-Artista que, desde diciembre de 2017, promueve y facilita la comercialización de artesanías, con una clara orientación al turista.

4.1. Promoción turística a nivel nacional

En Ecuador, el turismo no ha sido considerado un sector priorizado por los gobiernos de turno, con excepción del presidido por Galo Plaza a finales de los años 50 del siglo XX, cuando se creó una oficina de turismo en el país, sobre todo para publicitar la zona de Otavalo y visibilizar la cultura de sus habitantes, incluyendo sus productos artesanales y autóctonos, así como la forma en que se los comercializaba (Prieto, 2011, p.9). Posteriormente, se lo ha considerado en la época neoliberal, entre 1980 y mediados de 1990, como un sector poco atractivo, secundario y básico, por lo que ha estado provisto de escasas políticas priorizadas para el fomento del sector,

estando más bien relegado a las fuerzas del mercado y a las empresas operadoras internacionales. En 1995, en medio de un debate sobre el rol del Estado y del turismo como herramienta sostenible para el desarrollo, se presentan los primeros trabajos académicos sobre ecoturismo y turismo comunitario, lo que marcaría un punto de partida hacia el apoyo del turismo en el país; pero, a la vez, sería objeto de cuestionamientos por su implementación (Prieto, 2011, p.13-14). Iniciado el siglo XXI, comienza también un proceso de modernización del Estado ecuatoriano que propició la emisión de varios cuerpos legales de promoción del turismo, que fueron precursores de otras políticas, leyes, planes y directrices que se generaron posteriormente, entre 2010 y 2020, los cuales promovieron al turismo como una de las 14 industrias priorizadas por el Estado, en calidad de motor generador de encadenamientos productivos, también para el comercio de artesanías. A continuación mostramos la consideración que se le ha dado a los mercados de artesanías y al propio sector artesanal dentro de la planificación turística en las dos últimas décadas, a través de la revisión de las leyes, reglamentos, planes y estrategias, cuya síntesis está recogida en el Cuadro 1.

La Ley de Turismo (2002) se erige como un primer esfuerzo institucional del gobierno ecuatoriano de Gustavo Noboa por actualizar la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en enero de 1997 y que entonces requería una reforma. La nueva normativa tuvo por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico, las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios. Se estableció el concepto de turismo como “el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (Ley de Turismo, 2002, p.1), concepto vigente en la modificación de la ley realizada en diciembre de 2014. En la ley inicial se contemplaba entre las obligaciones del Estado, el reconocimiento de las actividades turísticas del sector privado ecuatoriano y comunitario así como el derecho al acceso de beneficios tributarios; además, permitió la creación de un Consejo Consultivo de Turismo para apoyar desde el gobierno a las iniciativas privadas (Ley de Turismo, 2002, p.2-3). Esta normativa, que inició en 2002, tuvo una modificación en su Reglamento de Aplicación en 2004 y se la volvió a actualizar en diciembre de 2014.

Las principales actualizaciones se dieron en el marco de la protección al turista nacional y sobre todo extranjero. Se estableció un capítulo completo destinado a la protección del consumidor de servicios turísticos en el Ecuador. Esta actualización buscaba asegurar en conjunto la calidad del turismo, la protección de los recursos naturales y culturales del país y la satisfacción y seguridad del turista. Sin embargo, no fue sino hasta 2015 que se inauguraron los centros de protección al turista, únicamente 2 en las ciudades de Quito y Guayaquil, a partir de la actualización de la ley en 2014 (Ley de Turismo, 2002, p. 9-10).

Adjunto a la ley, se generó un Reglamento General de Actividades Turísticas, publicado en 2002, el cual reunió las disposiciones de varios reglamentos como el Hotelero, el de guías profesionales, de agencias de viajes, de casinos y salas de juego; así como el de ecoturismo y sostenibilidad. Este reglamento consolidado sería el antecesor del Reglamento General de la Ley de Turismo, reformado en enero de 2004, dos años más tarde de la emisión de la primera versión, en el mismo gobierno del Presidente Noboa. El reglamento ha sido actualizado en 2015 y es el vigente en Ecuador. El documento ha sido generado por el Ministerio de Turismo, institución que de forma exclusiva y privativa es la designada para expedir las normas técnicas y de calidad a nivel nacional.

Cuadro 1

Consideración del comercio de artesanías dentro de la planificación institucional de promoción del sector turístico en Ecuador entre 2002 y 2006

Cuerpo Normativo	Institución	Consideración del sector de artesanías
Ley de Turismo 2002, Registro Oficial No.733, 27 de diciembre 2002	Ministerio de Turismo, los municipios y consejos provinciales adscritos a Cartera de Estado de Turismo del Ecuador	En su art. 3, sobre los principios de actividad turística, destaca la participación comunitaria y el apoyo a la cultura y tradiciones en la generación del producto turístico, lo que permite proteger la identidad de los pueblos. Dentro de esas actividades comunitarias, destaca la producción y comercialización de productos propios de las zonas de turismo.
Reglamento General de Actividades Turísticas (2002), Decreto Ejecutivo 3400 Registro Oficial 726, 17 de diciembre de 2002	El Ministerio de Turismo, los municipios y consejos provinciales adscritos a Cartera de Estado de Turismo del Ecuador	En el art. 157, se promueve la iniciativa de biocomercio; en apoyo del turismo comunitario y sus emprendimientos locales. No se aborda explícitamente, ni en la ley ni en el reglamento, al comercio de artesanías, solo se reconocen las actividades comunitarias como parte del sector de turismo.
Actualización: Reglamento General de la Ley de Turismo (2004). Decreto Ejecutivo 1186 Registro Oficial 244 de 05 de ene de 2004	El Ministerio de Turismo, los municipios y consejos provinciales adscritos a Cartera de Estado de Turismo del Ecuador	El Reglamento no reguló la disposición de prioridad en el manejo de servicios turísticos por parte de comunidades locales. Inclusión de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) en el manejo de la política turística, en conjunto con el Ministerio de Turismo (Mintur).
Reglamento para los Centros de Turismo Comunitario (2006)	Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) en el manejo de la política turística del Ecuador en conjunto con el Ministerio de Turismo (Mintur)	No facilita la expansión de la actividad turística comunitaria. Se ha enfocado en normar el ejercicio de los centros turísticos comunitarios con base en el respeto a su autodeterminación y factores clave como su identidad y cultura. Ha prohibido en su artículo 16 el mal uso de la expresión “turismo comunitario”. No considera de ninguna forma el comercio de artesanías ni tampoco recoge aportes para brindar apoyo a los emprendimientos comunitarios que en 2006 eran 30 y en 2013 fueron 158, los cuales atraían anualmente a unos 56,800 visitantes (Roux, 2013, p. 6).
Modificación: Realizada el 29 de diciembre de 2014 respecto de la Ley de Turismo de 2002.	Ministerio de Turismo, oficinas regionales de turismo.	Leves cambios del documento de 2002. Se ha hecho énfasis en la protección de los recursos naturales y culturales en el art. 4. Se dan beneficios a operadores del sector turístico en el pago de impuestos según el art. 26. Los artesanos gozan también de exoneración de hasta el 100% de los impuestos arancelarios a la importación de maquinaria e insumos productivos.

Fuente: Elaboración propia. Ministerio de Turismo de Ecuador

Este reglamento establece las normas específicas aplicativas de la ley aprobada en 2002, las que son necesarias para el funcionamiento de los actores del sector turístico en términos operativos, y cuya formulación contó con la participación de delegados de los gremios involucrados en el turismo, entre ellos el comercial que incluye a su vez el de venta de artesanías. El reglamento ha incorporado 6 títulos y ha sido creado con el objetivo de determinar instrumentos y procedimientos para la coordinación institucional desde el Ministerio de Turismo, en

ejercicio de sus respectivas funciones y atribuciones, sobre la prestación de servicios en favor de la iniciativa privada, bajo la supervisión del Consejo Consultivo (Reglamento General a la Ley de Turismo, 2004, p. 1). En el documento destaca la importancia de cumplir con ciertos requisitos por parte de los establecimientos turísticos a nivel nacional, como el registro único del sector y los permisos temporales. Adicionalmente, del documento se desprenden 7 tipos de registros y 2 tipos de licencias a cumplir (Reglamento General a la Ley de Turismo, 2004, p.5-15).

La Ley de Turismo, el Reglamento General que la desarrolla y las sucesivas modificaciones y reformas, se centran en regular el funcionamiento del propio sector. En relación con el papel dado a las artesanías tradicionales y su vinculación con el turismo, se pueden extraer algunos hallazgos importantes a destacar:

- No se aborda explícitamente, ni en la ley ni en el reglamento, al comercio de artesanías, solo se reconocen las actividades comunitarias (de las que se podría considerar que forman parte, en muchos casos) como parte del sector de turismo.
- Se recogen expresiones de apoyo al turismo comunitario y sus emprendimientos locales (entre estos emprendimientos se podría considerar la producción y comercio de ciertas artesanías tradicionales para el turismo, pero no se explicita).
- Se pone énfasis en la protección y conservación de los recursos culturales (entre los que se puede considerar a la artesanía tradicional, pero no se explicita).

En resumen, en toda esa normativa, si bien es posible considerar que el sector de las artesanías tradicionales está promovido, al poder considerarse que es un recurso cultural y que su producción y comercio forma parte de las actividades comunitarias, no se hace una mención explícita del sector de las artesanías tradicionales.

Será en el contexto de un plan de desarrollo económico, donde se reconoce la aportación del sector turístico al crecimiento económico y al desarrollo, haciendo explícita la vinculación entre turismo y artesanías tradicionales. En 2007, se dio un impulso a la gestión pública para promocionar el sector turístico a nivel nacional e internacional, como generador de oportunidades para los encadenamientos productivos relacionados como el comercio de bienes y servicios, entre ellos el transporte, la hotelería y, también, el comercio de productos típicos del país. Es la primera vez que “un gobierno realiza acciones innovadoras sobre la arquitectura institucional orientadas a fortalecer el rol del Estado y su papel en el impulso de la transformación social, económica y productiva” (CEPAL, 2016, pp. 102-103), a través del cambio de la matriz productiva y la priorización de 14 sectores, entre ellos, el turismo y el sector artesanal de confección y calzado. Este impulso implicó una coordinación entre varios cuerpos normativos e instituciones que no se había realizado antes. Ya posesionado el gobierno del presidente Rafael Correa, en mayo de 2007, se creó el Plan Nacional de Desarrollo 2007, que tenía una duración de 4 años, hasta 2010 (Planificación para la revolución ciudadana), en donde se estableció el objetivo de aumentar la demanda turística basándose en informes estadísticos de la OMT, hacia un “turismo sustentado en la diversidad cultural y ecológica, conducido por comunidades y asociaciones populares” (p. 60). En el 2008, el turismo pasa a ser una política de estado, desarrollando proyectos para su reestructuración y potenciación (Caiza y Molina, 2012). Dentro de las políticas que se dispusieron en el plan nacional de 2007, destaca la importancia de la dimensión ambiental, que de hecho se recoge en la nueva Constitución del país aprobada un año más tarde, en 2008, donde se reconoce los derechos de la naturaleza.

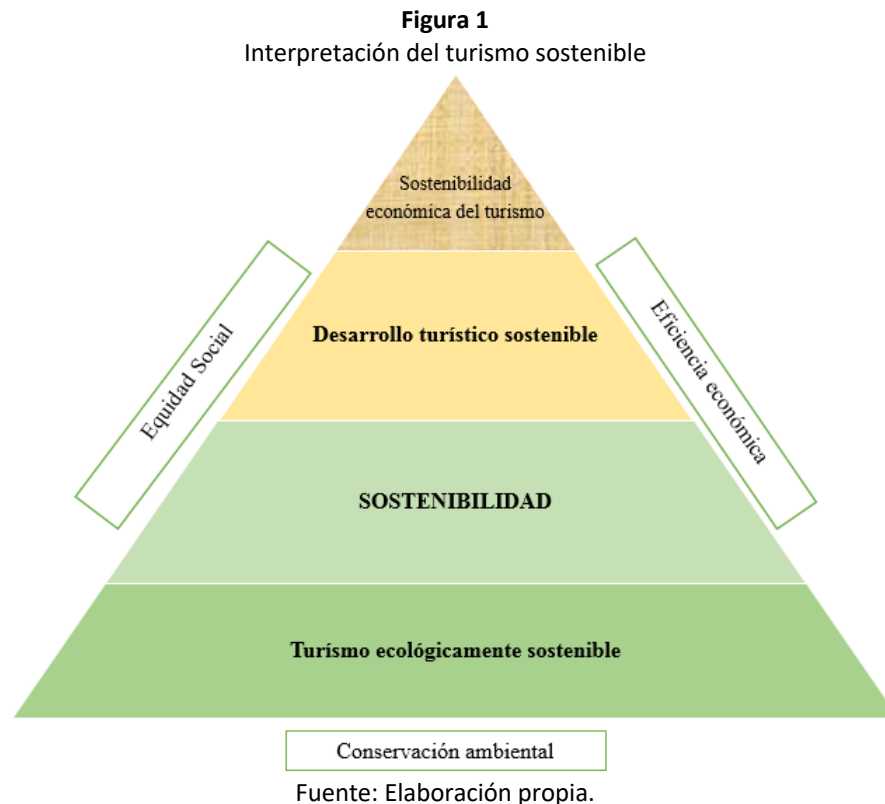
Cuadro 2**Consideración del comercio de artesanías dentro de la planificación institucional de promoción del sector turístico en Ecuador entre 2007 y 2021**

Plan Nacional de Desarrollo 2007-2010	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Ministerio de Turismo, oficinas regionales.	Busca promocionar el sector turístico como generador de oportunidades para los encadenamientos productivos relacionados como el comercio de productos típicos del país. Se plantea por primera vez el objetivo público de aumentar la demanda turística hacia un turismo sustentado en la diversidad cultural y ecológica, conducido por comunidades y asociaciones populares.
Plan Estratégico de Turismo Sostenible para Ecuador, PLANDETUR 2020	Banco Interamericano de Desarrollo, Ministerio de Turismo	Se crea un plan de apoyo al sector turístico con alcance al 2020, el cual se basa en una política pública de apoyo a emprendimiento y otorgamiento de nuevas oportunidades de capacitación y crédito a la microempresa turística, sin embargo, no hay registro de operadores. Adicionalmente, se contempla de forma explícita el apoyo a la Artesanía y la industria manufacturera de calidad que invitan al turismo de compras. Se reconoce la importancia de mercados del norte del Ecuador como el de Otavalo.
Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador (PIMTE) (2010-2014)	Ministerio de Turismo	Se establecen estrategias de productos turísticos para el mercado nacional e internacional. Se identifica al turismo comunitario como un producto en consolidación dentro del sector, cuyo desarrollo es primordial y estratégico para el país. Sin embargo, no hay acciones que lo potencien y no se lo mejora en estos años.
Plan Nacional de Desarrollo 2009-2013	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Ministerio de Turismo, oficinas regionales.	A través del turismo se busca mejorar los flujos de comercio de productos típicos, autóctonos de los destinos turísticos que generan visitas nacionales e internacionales.
Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva 2015	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Ministerios de producción, comercio y coordinación política.	Se plantea un turismo sostenible basado en la naturaleza y la cultura. Para ello, se ofrecen alternativas de crecimiento no ortodoxas como el apoyo a los artesanos, al turismo rural y al cooperativismo. Se busca a través del turismo la generación de valor agregado, y de impulso a nuevos productos.
Actualización: Reglamento General de la Ley de Turismo (2015)	Ministerio de Turismo, oficinas regionales de turismo	Se da total control de la política de turismo al Ministerio de turismo del Ecuador, que en conjunto con los comités de turismo establecerán estrategias de apoyo al sector. No hay cambios significativos.
Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017	Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, Ministerio de Turismo, oficinas regionales	En los lineamientos estratégicos 2.11 se plantea ampliar y sostener la oferta de productos agroecológicos, artesanales y de servicios provenientes de la economía popular y solidaria y de las MIPYMES rurales, fortaleciendo los mecanismos de comercialización directa con los mercados locales, urbanos y externos, particularmente las redes comerciales y que éstas se promuevan a través de una industria priorizada como el turismo. Se da recién una vinculación clara entre el turismo y el comercio de artesanías.
Plan Estratégico Institucional 2019-2021 (2017)	Ministerio de Turismo: Subsecretarías de Regulación y Control, Gestión y Desarrollo, Promoción, Subsecretaría, Inversiones y Relaciones Internacionales y Coordinaciones Zonales	Se reconoce claramente que el desarrollo del sector turístico y del comercio de artesanías es paralelo. Se reconoce que Ecuador tiene un atractivo turístico en las artesanías culturales y que a partir de la operación del turismo cultural se considera a las artesanías como componentes del inventario nacional de atractivos culturales.
Plan Nacional de Turismo 2030 (2019b)	Ministerio de Turismo, Coordinaciones Zonales	Se realiza por primera vez un diagnóstico del perfil del turista internacional para la ejecución de actividades y estrategias de subsectores estratégicos del turismo, entre ellos, la manufactura de artesanías culturales.

Fuente: Elaboración propia. Ministerio de Turismo de Ecuador

El cambio en las estrategias de desarrollo del país abrió un nuevo contexto sociopolítico en Ecuador, el cual planteó nuevas formas de entender la relación economía, medio ambiente y sociedad, poniendo énfasis desde ese año en la incorporación del turismo sostenible en la planificación pública y privada para la generación de un desarrollo endógeno que, a través de la recepción de turistas y de flujos de capital del exterior, se generen

mayores oportunidades de difusión de la cultura ecuatoriana y de sus productos fundamentados en los principios de equidad social y eficiencia económica (de acuerdo con la figura 1). Además, se articula un innovador aporte a la visión de sostenibilidad ambiental, a través de los Derechos de la Naturaleza, que supone un giro biocentrista y plantea nuevas formas de valoración ambiental y articulación de saberes indígenas” (Gudinas, 2009, p. 34), entre los que se considera la producción de bienes a través de técnicas artesanales patrimoniales. La Constitución de Montecristi significó, no solamente un cambio en el paradigma constitucional del país, sino que cimentó “el marco legal vigente que hasta 2021 el Ecuador sostiene y que se basa en la preservación y respeto al ser humano y su ecosistema, donde emerge la propuesta del turismo consciente” (Loor *et al.*, 2018, p.98).



Se contempla al sector turístico ecuatoriano como eje fundamental de un modelo de desarrollo sostenible, duradero y respetuoso de los recursos naturales sensibles en el territorio nacional. Se posiciona al sector como el medio de promoción oficial del patrimonio cultural y ancestral existente y como un ente generador de empleo y productividad. La política 4.8 y la política 8.5 del Plan Nacional de Desarrollo (PND) disponen dicha articulación entre la dimensión ambiental con las políticas sociales y económicas de los sectores priorizados del Ecuador, entre ellos, el turismo y el patrimonio cultural y natural. En la estrategia 4 de esta política se indica la visión de “incorporar la dimensión ambiental en [...] el comercio internacional y el desarrollo productivo” (Plan Nacional de Desarrollo, 2007, p.164) de las regiones del Ecuador como alternativa a la histórica dependencia de extracción de recursos naturales y el fomento de nuevas industrias como el turismo sostenible en áreas protegidas y el turismo comunitario. El plan estatal se fundamenta en la “gestión racional, responsable y protectora de la naturaleza, de los recursos productivos y del patrimonio cultural” (Plan Nacional de Desarrollo, 2007, p.64) dentro del cual se encuentra la artesanía nacional. No obstante, dentro del objetivo 11 sobre establecer un sistema económico solidario y sostenible se prioriza a través de la política 11.11 Apoyar a la formación de Redes y la producción artesanal, como un sector propio e importante para la economía y el empleo (Plan Nacional de Desarrollo, 2007, p.346).

En los planes de desarrollo subsecuentes, que se emiten cada 4 años, se priorizó una visión de conservación y desarrollo que se había sembrado en 2007. La atención al sector de las artesanías tradicionales y a su vinculación con el turismo, se intensifica. En el PND (2009), denominado como del Buen Vivir, duró hasta 2013 y se relaciona la gestión comercial con políticas gubernamentales, tales como la 6.10, donde se estipula “garantizar la sostenibilidad, conservación, conocimiento del patrimonio natural y fomento del turismo comunitario” (p.124) que, en el marco de la transformación de la matriz productiva, se convertía en un eje de trabajo para la conservación del patrimonio a través del fomento de artesanías locales. Dichas políticas de desarrollo contenidas en los planes se alinearon con la ley de turismo vigente de 2002, su reglamento y también con la agenda de desarrollo mundial para 2015.

A nivel internacional, el turismo se erigía en 2007 como el eje fundamental en la estrategia mundial por alcanzar un desarrollo sostenible, especialmente para los países en desarrollo. Ecuador acoge la estrategia y procura la transferencia de “un modelo extractivista, dependiente y desordenado a nivel territorial, a un modelo de aprovechamiento moderado sostenible, utilizando de manera inteligente los espacios disponibles, asegurando la soberanía alimentaria, considerando el crecimiento poblacional, protegiendo el ambiente, evaluando los riesgos por eventos naturales, para poder dar medidas de precaución y mitigación” (Plan Nacional de Desarrollo, 2009, p. 68). El fomento del sector turístico en Ecuador ha sido prioritario y de interés estatal, a razón de una visión interna propia y de una coyuntura internacional de sostenibilidad económica, social y medioambiental (OMT, 2012).

Paralelamente a la estructuración del modelo de desarrollo en Ecuador, en septiembre de 2007, se expide el **Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador** (Plandetur 2020). Con este esfuerzo, el gobierno confirma su interés por apuntalar el crecimiento del sector del Turismo y de ciertos centros comerciales históricamente reconocidos en Cuenca, Otavalo y otras ciudades del país. Se muestra al turismo como uno de los ejes priorizados de la economía ecuatoriana.

Este plan de turismo para el Ecuador planteaba el reto de orientar la política sectorial con un horizonte al 2014, el cual se amplió al 2020, sobre la base de un acuerdo internacional por sentar las bases para un turismo sostenible en el Ecuador (Ministerio de Turismo, 2011, pág. 6). El mencionado plan contenía 22 programas y 78 proyectos destinados a cumplir con 8 objetivos centrados en la coordinación de esfuerzos públicos y privados, en la generación de oferta turística, y sobre todo en el “desarrollo de un sistema moderno de gobernanza del turismo, que tenga un esquema jurídico claro, un sistema de información eficiente y un marco institucional fortalecido que facilite el ejercicio de las actividades turísticas, impulse el proceso de descentralización en implementación, con procesos eficientes que contribuyan a la sostenibilidad, competitividad y seguridad del sector turísticos del Ecuador” (Plandetur, 2007, p. 128). En este documento, más específico de turismo, se alienaron las políticas con 4 objetivos de la agenda internacional: erradicar la pobreza extrema y el hambre, promover la igualdad entre los géneros y la autonomía de la mujer, garantizar la sostenibilidad del ambiente, fomentar una asociación mundial para el desarrollo (Plandetur, 2007, p. 127). En 2012, el Ministerio de Turismo realizó cambios que le permitieron posicionar a Ecuador como el mejor destino verde de todo el mundo, reconocimiento alcanzado en la décimo novena edición de los World Travel Awards. Los cambios se centraron en tres aspectos: mirada hacia la cooperación internacional, la inclusión de la ética y el turismo consciente en su visión económica del sector y la participación en fondos internacionales como los ofrecidos por el Fondo Hemisférico de Turismo. Esto ha abierto un espacio de apoyo al comercio justo y ético, en el que compradores de países desarrollados están interesados y valoran. Ecuador confirmaba su postura de apoyo a la economía verde y al trabajo justo y equitativo en los negocios locales relacionados con el turismo, siendo aquel año sede del II Congreso Internacional de Ética y Turismo de la OMT (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2012, p.1-10).

En el marco general de la planificación institucional, ya en 2013, el gobierno ecuatoriano prosiguió con la convicción de consolidar una política de desarrollo fundamentada en el ciudadano y su buen vivir, PND 2013-2017. Así es como se planteó que el desarrollo económico y comercial debía estar relacionado a alternativas medioambientales, un esfuerzo que se intentó consolidar, pero que fue problemático en su transformación de lo normativo a lo práctico, sobre todo, por la divergencia de ideas de desarrollo turístico y presupuesto para su financiación. Inicialmente, se planeó la vinculación de la política gubernamental de desarrollo con la explotación comercial de servicios con alto valor agregado generados por el turismo como el comercio y el fomento a productos alimenticios propios. La política 10.3 del PND (2013) confirma que, normativamente, se procuró “diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios” (p.301), tratando de establecer estrategias para impulsar el turismo como uno de los sectores priorizados para atraer inversión extranjera y mejorar los flujos de comercio de productos típicos, a través de la diversificación productiva con valor agregado y, así, contribuir al desarrollo endógeno del país (Plan Nacional de Desarrollo, 2013, p.260). Se procuraba utilizar al turismo como un enganche atractivo de fomento a los sectores conexos. Sin embargo, el cambio de gobierno en 2017 hacia una visión menos intervencionista del Estado hizo que no se diera continuidad a varias iniciativas exitosas relacionadas con la gestión socio cultural, por ejemplo, el Programa del Pequeño Turista, enfocado en promover emprendimientos de éxito en turismo social o el propio Tren Ecuador. El nuevo presidente, Lenin Moreno, solicitó un informe de evaluación que arrojó un balance positivo sin dar continuidad (Ministerio de Turismo, 2017, p. 27).

Las políticas públicas basadas en la ideología del Buen Vivir, entienden al turismo como un sector a potenciar, con el objetivo de convertirlo en la principal fuente de ingresos para el país (Caria y Domínguez, 2014). Su concepción se extendió hasta años posteriores. El Plan Nacional Toda una Vida de 2017, en el que se plantea, en el objetivo 9, aprovechar y potenciar las capacidades desarrolladas por el país, así como fortalecer el posicionamiento estratégico y soberano del Ecuador en el contexto regional y mundial, en el marco de la promoción y protección de los derechos humanos y de la naturaleza. Con este plan se busca potenciar la conservación y aprovechamiento sostenible de su riqueza patrimonial natural y cultural. Por tal razón, se propone crear y fortalecer los vínculos políticos, sociales, económicos, comerciales, turísticos, ambientales, académicos y culturales de los actores económicos. La política 9.4 del plan insta a posicionar y potenciar a Ecuador como un país mega diverso, intercultural y multiétnico, desarrollando y fortaleciendo la oferta turística nacional y las industrias culturales; fomentando el turismo receptivo como fuente generadora de divisas y empleo, en un marco de protección del patrimonio natural y cultural (Plan Nacional de Desarrollo, 2017).

Al 2020, el instrumento vigente era el PND Toda una Vida (2017-2021), el cual estipulaba en el eje 2, que “la economía debe estar al servicio de la sociedad” (p.71), a través del cumplimiento de tres objetivos fundamentales: “consolidar la sostenibilidad del sistema económico, social y solidario y afianzar la dolarización, impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible, de manera redistributiva y solidaria; y desarrollar las capacidades productivas y del entorno, para lograr la soberanía alimentaria y el Buen Vivir Rural” (p. 84).

Con miras a cumplir la agenda de desarrollo 2030, el Estado ecuatoriano ha planteado reducir la pobreza y la migración, principalmente de gente joven que se da en zonas rurales hacia ciudades más grandes del país y otras a nivel internacional, para así consolidar el concepto de Buen Vivir Rural. En este sentido, se ha planteado, en cuanto a lo productivo en la ruralidad, “priorizar las actividades relacionadas a la obtención de alimentos, pero también otras actividades generadoras de trabajo como las artesanías, la confección, el turismo, los servicios de apoyo y comercio. En conjunto, todas estas actividades económicas brindan oportunidades de encadenamientos y emprendimientos, que generan trabajo y mayores ingresos familiares” (Plan Nacional de Desarrollo, 2017, p. 86).

Por otra parte, la Vicepresidencia de la República del Ecuador inició, en 2015, un proceso de transformación productiva de los sectores económicos priorizados, con base en una economía plural ecuatoriana, una condición reconocida por la Constitución de 2008, la cual ha puesto énfasis en la economía pública, la economía privada (empresarial) y la economía popular y solidaria. La articulación con las políticas macroeconómicas y sectoriales, tanto sociales como productivas, se han encaminado a coadyuvar a la construcción de un sistema económico más social y solidario en apoyo de alternativas de crecimiento no ortodoxas, como el apoyo a los artesanos, al turismo rural y al cooperativismo. Para ello, se desarrolló en 2015 una Estrategia Nacional para el Cambio de la Matriz Productiva (ENCMP), la cual procuraba potenciar al sector terciario de servicios turísticos frente al sector primario con la explotación de hidrocarburos, (Suárez *et al.*, 2016; Calderón, 2019).

Entre las políticas sectoriales conjuntas, establece medidas en las que se vincula al turismo, como inicio de los encadenamientos productivos para el comercio de artesanías típicas, así como de servicios en una fase posterior, conjuntamente con un sistema de Economía Popular y Solidaria tecnológicamente desarrollado y dotado de conocimiento, para apoyar a los actores en el mejoramiento de su productividad y procesos de mercados (Vicepresidencia de la República del Ecuador, 2015, p. 41-42). El gobierno ha llevado a cabo un proyecto representativo, sobre todo a nivel presupuestario, a cumplirse en 4 años, a partir del 2017, con una fuerte inversión, que superó los \$16,7 millones de dólares entre 2017 y 2021 (Ministerio de Turismo, 2017).

El proyecto busca promover el desarrollo del conocimiento y la innovación en cadenas productivas con potencial, vinculadas a la seguridad alimentaria y al turismo, y busca mejorar la productividad y la generación de valor agregado de productos relacionados. Fomentar las cadenas innovadoras y vanguardistas ha sido, al menos desde el discurso, el camino de apoyo a la organización y la reestructuración económica del emprendimiento y del turismo en el Ecuador. La matriz productiva se relaciona también con el cambio de mentalidad nacional para asegurar el emprendimiento, la elevación de las cifras del turismo receptivo y el aumento del valor agregado en todos o en la mayoría de los sectores productivos (Díaz *et al.*, 2019, p. 383).

Ecuador, desde 2015, coincidió en la importancia de vincularse de la utilización de la estrategia regional de promover el turismo, desde el Plan Nacional de Desarrollo y las estrategias generadas desde el Ejecutivo. Así, se colocó al sector “en las metas de los objetivos 8, 12 y 14 de la nueva agenda global, en lo referente al desarrollo económico sostenible e inclusivo, producción y consumo sostenibles, y uso sostenible de los océanos y de los recursos marinos”. Gracias a su alcance y a su impacto, el turismo puede ayudar, de forma directa o indirecta, a lograr cualquiera de los 17 objetivos de la agenda de NU, y contribuye a muchas de sus metas, como la “creación de puestos de trabajo y la promoción de la cultura y los productos locales” (metas 8.9; 12.b), (Organización Mundial de Turismo, 2018, p.18).

Para el caso de Ecuador, desde el Ministerio del Ambiente (MAE) y el Ministerio de Turismo (Mintur), “se intenta promover el turismo sostenible como el desarrollo de una actividad recreacional responsable, que integra ejes importantes como el de conservar los recursos naturales y culturales, sostener el bienestar local asegurando una viabilidad económica y sensibilizar a través de educación e interpretación ambiental a los visitantes y gestores de la actividad” (ODS Territorio Ecuador, 2018, p.2). Sin duda, el desarrollo del sector de artesanía contribuiría a un turismo sostenible en ese sentido, dada su contribución a conservar los recursos culturales y a sostener el bienestar local, pero no está expresamente contemplado, sino de forma indirecta, como parte de las actividades a apoyar en cuanto al emprendimiento y las de la economía popular y solidaria desde la planificación estatal interna.

En 2017, llega un nuevo gobierno, liderado por el Presidente Lenin Moreno, en el que se elabora e implementa un Plan Estratégico Institucional 2019-2021, el cual cuenta con 6 objetivos: mejorar el bienestar del turista en el Ecuador; incrementar la oferta de destinos, productos y servicios turísticos sostenibles, accesibles y competitivos

en el Ecuador; incrementar la conectividad con fines turísticos en el país mediante la coordinación interinstitucional; incrementar las inversiones turísticas en el Ecuador fortaleciendo el sistema económico del país; incrementar la promoción del destino Ecuador a nivel nacional e internacional; fortalecer las capacidades institucionales.

A partir de los objetivos del plan, se han generado estrategias y acciones para lograr una mejor promoción del turismo, las que se circunscriben en la generación y fortalecimiento de mecanismos de promoción para los mercados nacionales e internacionales que se han identificado (priorizados, estratégicos, emergentes y de oportunidad) (Ministerio de Turismo, 2019b). Con el antecedente de la campaña publicitaria *All you need is Ecuador*, llevada a cabo en 2014 con el objetivo de convertir al país en una potencia turística mundial (Calderón, 2019), y que representó una promoción comercial de más de un millón de dólares, se propusieron 2 estrategias, centradas en la promoción del Ecuador a nivel nacional e internacional como un destino turístico megadiverso, pluricultural y multiétnico, en 3 áreas claves con actividades puntuales (Cuadro 3).

Cuadro 3
Actividades estratégicas priorizadas en el Plandetur

Estrategia 1	Estrategia 2
<p>AE1. Elaboración de estudios de mercado para determinar el perfil del turista nacional e internacional.</p> <p>(Comentario: Se realizó, entre 2015 y 2021, un solo estudio del perfil del turista internacional con base en indicadores generados por el Mintur).</p>	<p>AE1. Desarrollo de acciones promocionales dirigidas a mercados nacionales e internacionales identificados, principalmente de productos no tradicionales como flores o enlatados.</p> <p>(Comentario: Las artesanías se contemplan como un producto dentro del Sistema Nacional de Expresiones Culturales para el Turismo, el cual se plantea desarrollar).</p>
<p>AE2. Desarrollo de instrumentos y mecanismos para la promoción estratégica del Destino Ecuador a nivel nacional e internacional.</p>	<p>AE2. Campañas para promover la cultura turística a nivel nacional.</p>
<p>AE3. Capacitación a actores turísticos y funcionarios del MINTUR sobre mecanismos de promoción.</p>	<p>AE3. Desarrollo de acciones promocionales segmentadas por territorio a nivel nacional (incluye ferias, ruedas de prensa, eventos festivos).</p>

Fuente: Elaboración propia. Ministerio de Turismo

En 2019, se refuerza la planificación institucional sobre turismo en Ecuador con el Plan Nacional de Turismo 2030, constituyéndose en el principal instrumento guía a largo plazo, el cual realizó un alcance al PLANDETUR 2020 (enunciado en el cuadro 1) con políticas orientadas al mejoramiento de la competitividad, pero sin incluir una referencia directa al sector de artesanías o productos relacionados o derivados del turismo receptivo. Se produjo un retroceso, al menos desde una visión normativa de la vinculación entre el sector turismo y comercio de artesanías desde una visión central, ya que se descentralizó la gestión de apoyo al sector comercial de productos artesanales para los Gobiernos Autónomos Descentralizados y gremios que ven como grandes beneficiarios de su trabajo manual a los comerciantes intermediarios.

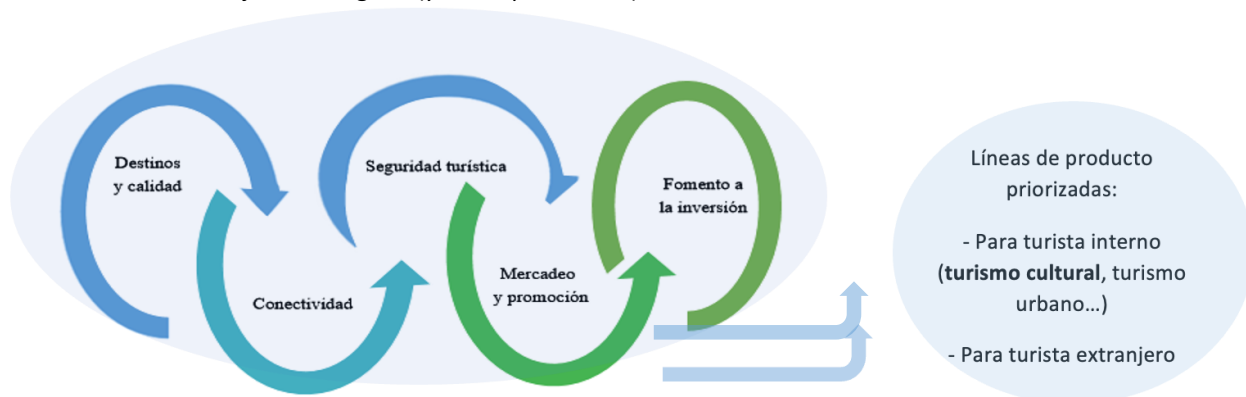
El documento señala 4 áreas para alcanzar la competitividad: 1) ambiente propicio; 2) políticas para los viajes y el turismo; 3) infraestructura y 4) recursos naturales y culturales (Ministerio de Turismo, 2019b, p. 1-25). Se definió en ese año lograr altos niveles de competitividad, entendiéndose esta como “la capacidad para crear e integrar productos de valor agregado confiriendo sustentabilidad a sus recursos, para posicionarse mejor en el mercado en relación a otros competidores” (Hassan, 2000, p.1). Desde 2019, el Ministerio de Turismo ha

implementado planes y proyectos estratégicos a largo plazo, llevando a cabo un cambio profundo en la institucionalidad nacional de apoyo a la actividad turística en comparación con décadas anteriores (Secretaría Técnica Plan Toda Una Vida, 2019). Aunque no se hace mención explícita al sector de las artesanías tradicionales, al formar parte de los recursos culturales del país, podemos asumir que se está incluyendo en esta última área respecto a la protección de recursos naturales y culturales, en el que se propone, a través del programa *Pueblos Mágicos Ecuador*, “diversificar los productos y servicios, revalorizar las tradiciones y patrimonios,...para la dinamización de la actividad económica y social de las localidades,...haciendo del destino turístico el elemento integrador que asocia elementos estratégicos de desarrollo turístico con el propósito de posicionar atractivos o recursos naturales y culturales dentro de un amplio mercado de oportunidades comerciales” (Ministerio de Turismo, 2019b, p.47).

El Plan Nacional de Turismo 2030 busca mejorar la experiencia del turista y, a su vez, la calidad de vida de los residentes en el destino. Es un instrumento orientador para el sector turístico del país y se centra en la búsqueda de la competitividad y sostenibilidad del destino de Ecuador, que impulse el aprovechamiento eficaz de sus recursos naturales y culturales y que, además, busque estimular la creación de otros recursos innovadores, la mejora en la eficiencia de los servicios, la accesibilidad universal y las tecnologías de la información y la comunicación (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019a). Se procura con este plan hacer del turismo un agente de cambio positivo en la economía nacional a largo plazo. Para lograr esta tarea se ha conjugado el accionar empresarial privado, la gestión del aparataje gubernamental y el apoyo normativo dirigido a la mejora de incentivos que profundicen las alianzas público – privadas (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019b, p.50-57). Entre los cinco ejes estratégicos del Plan 2030 (Figura 2), el comercio de artesanías estaría contemplado únicamente en lo que, de forma general, concierne al “fomento a la inversión”, ya que a través de la generación de iniciativas empresariales se afectará la demanda turística agregada así como la competitividad de los sectores, los que podrían alcanzar una mayor creación de valor, también el de artesanías. Por otra parte, la relación entre el sector de las artesanías, como recurso turístico o factor de atracción, y el sector turístico, tampoco es contemplada explícitamente en las líneas de producto priorizadas; es más, el “turismo cultural” que, en principio, más directamente se relacionaría con el sector de artesanías, está priorizado para el turista nacional pero no para el extranjero (Ministerio de Turismo, 2019b, p.58). Si bien es cierto que toda acción o medida que fomente la llegada de turistas potencialmente afecta positivamente al sector de las artesanías, dado que es uno de los “productos” consumidos por los turistas, parece que no existe una promoción explícita de la relación entre turismo y artesanía desde la planificación que trata de posicionar el turismo del Ecuador en los próximos años.

Figura 2

Ejes estratégicos (y líneas priorizadas) en el Plan Nacional de Turismo 2030



Fuente: Plan Nacional de Turismo 2030
Elaboración propia

4.2. Promoción turística a nivel provincial y cantonal

A nivel provincial, la Gobernación de Imbabura ha sido la encargada de gestionar y coordinar los planes de fomento de los sectores priorizados por el gobierno central y velar por el cumplimiento de la autonomía de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de cada cantón, en coordinación con la Prefectura de la provincia. En coherencia con la Constitución vigente, el Plan Nacional de Desarrollo y el Plan Nacional de Turismo 2030, se ha desarrollado, en 2021, un programa de potenciación del sector turístico a partir de 2 estrategias.

La primera se ha centrado en la promoción de paquetes turísticos que incluyan los 6 cantones en su conjunto (Ibarra, Antonio Ante, Cotacachi, Otavalo, Pimampiro y San Miguel de Urququí), con sus principales atractivos turísticos, aprovechando las fortalezas conjuntas de su oferta turística y la designación de la provincia de Imbabura como Geoparque Mundial. “La promoción implica la participación activa de la Comisión Provincial de Turismo con el objetivo de vender la oferta de cada uno de los cantones en un solo paquete” (Prefectura de Imbabura, 2019). La segunda estrategia se ha enfocado en la reactivación del sector turístico en Imbabura, a partir de la crisis económica iniciada por una disminución en el gasto de los turistas internacionales entre 2015 y 2020 y profundizada por la restricción de movilidad a causa del COVID-19.

Es así como la legislación y planificación provincial contempla actividades de promoción de productos artesanales de forma general, aunque las estrategias que los gremios han generado para los turistas internacionales han sido más específicas, a partir de las capacidades propias de cada provincia o cantón, las cuales además son respaldadas por los órganos seccionales como la Prefectura o el Municipio. Así lo demuestra la Asociación Interprofesional de Maestros Operarios de la Plaza de Poncho, quienes buscan promover su feria semanal de venta de productos textiles, principalmente para el mercado extranjero, o la Asociación de Artesanos Productores en Artesanías Parque Francisco Calderón, que realiza demostraciones semanales de la técnica del tallado de la madera, considerada como patrimonio inmaterial cultural del Ecuador (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2020, p.1).

La promoción del turismo en el ámbito provincial se lleva a cabo, también, a nivel transfronterizo. Con la finalidad de establecer y desarrollar acciones conjuntas orientadas al fomento del desarrollo integral del territorio transfronterizo, se ha firmado en 2014 el Convenio Interadministrativo y Hermanamiento entre la Mancomunidad, que integra a los gobiernos autónomos descentralizados de las 4 provincias ecuatorianas y las gobernaciones de los departamentos de Nariño y Putumayo de Colombia, lo cual pretende fungir como herramienta jurídica para la aplicación de estrategias conjuntas en los sectores principales de su economía, entre ellos el turismo y el comercio de sus productos, entre ellos artesanías (Jaramillo, 2018, pág. 95).⁵ El sistema de apoyo al sector turístico en Imbabura y el resto del país, en general, está basado en estrategias a grupos pertenecientes a las micro, medianas y pequeñas empresas de origen familiar o compañerismos, que no han podido tener un desarrollo como empresas debido a una mala organización, planificación, orientación y, sobre todo, por no tener un apoyo institucional gubernamental.

En el periodo de emergencia sanitaria descrito líneas atrás, hasta junio de 2020, más de 5.000 personas se han capacitado en temas inherentes al turismo en Ecuador; de igual manera, los GAD han presentado 109 proyectos

⁵ La formulación de acciones, propuestas y planes relacionados con el mejoramiento de la gestión de las competencias de las instancias administrativas provinciales se realiza sobre las disposiciones de la Mancomunidad del Norte del Ecuador, institución que congrega las prefecturas de las 4 provincias del norte del país (Imbabura, Carchi, Sucumbios y Esmeraldas) y que se ha conformado con el fin de contribuir con su desarrollo socioeconómico, a través de la sinergia entre el gobierno central y los demás niveles de control como los GAD municipales (Jurado, 2018, pág. 94)

para recibir financiamiento por parte del Banco del Desarrollo, entidad que ha destinado alrededor de USD 30 millones a ese campo y que, en conjunto con otras instituciones públicas, buscan aportar con la reactivación económica especialmente en las zonas rurales y ciudades periféricas (Ministerio de turismo, 2020). Los GAD y las prefecturas son entes ejecutores de política pública que ayudan en el proceso de gestión de los recursos a nivel municipal y provincial. Estos organismos canalizan recursos para el turismo y gestionan su promoción en conjunto con encadenamientos relacionados al sector como la producción artesanal de textiles y *souvenirs* en sus respectivas zonas (Consejo Nacional de Competencias, 2016, p.1-10).

A nivel cantonal, la planificación se gestiona a través del Gobierno Autónomo Descentralizado. La provincia de Imbabura está compuesta por 6 cantones, los cuales se han circunscrito a la planificación gubernamental central y, desde el 2010, a la de los 6 GAD, cuyo líder es el alcalde. La planificación cantonal se realiza a nivel prospectivo cada 5 años, tiempo en el que el equipo de trabajo de la municipalidad realiza su gestión. Desde 2010, el trabajo se ha enfocado en realizar acciones en el marco del plan provincial, pero desde 2015 ya se han planteado planes individuales para el tema económico y, dentro de este, el turístico.

5. Conclusiones

La evidencia documental muestra un esfuerzo del Estado ecuatoriano, en los años objeto de estudio (2002-2021), con un destacado aporte desde 2015 para aprovechar, desde la planificación, la densificación del tejido económico en el Ecuador, las eficiencias de innovación, así como la demanda internacional de productos ecuatorianos, entre ellos, el turismo y las artesanías locales.

A nivel nacional, los esfuerzos en el ámbito del turismo se centraron en la innovación de producto, el mercadeo estratégico y la promoción turística del destino Ecuador, con énfasis en este último como motor generador de empleo y encadenamiento productivo de sectores conexos. Se ha demostrado el afán público por vincular al turismo con el sector de la Economía Popular y Solidaria para lograr una mayor transmisión tecnológica y de conocimiento que fortalezca a los actores a mejorar su productividad y conocimiento de sus procesos y mercados, sin generar dependencia y con condiciones justas de negociación frente a la coyuntura comercial y política actual. Es así como se demuestra que el gobierno ha buscado incentivar la participación de la población nacional en programas de emprendimiento, al menos de forma retórica.

En cuanto a las vinculaciones entre turismo y sector de artesanías, a partir del análisis documental y bibliográfico detenido a diciembre de 2021, se concluye que, a pesar de la gran relevancia que ambos sectores tienen en las distintas dimensiones (socioeconómica, ambiental y cultural), el rol otorgado al sector de artesanías tradicionales en la planificación y promoción turística de Ecuador ha sido limitado. Se concluye que el rol otorgado al sector de artesanías tradicionales en la planificación y promoción turística de Ecuador ha sido limitado.

Se confirma parcialmente la primera hipótesis planteada respecto a que el comercio de artesanías está mencionado en la planificación turística nacional y local de forma más activa desde 2015.

Si bien se ha evidenciado una evolución en la consideración del sector artesanal y de sus autores en la planificación central de los gobiernos, con una cierta consideración desde 2007 frente a una escasa atención en años anteriores, esta no se ha traducido en planes de acción concretos que, desde el punto de vista normativo y estratégico, vinculen ambos sectores de forma explícita desde el gobierno central.

En el ámbito local, en el caso de la provincia de Imbabura, desde ciertos Gobiernos Autónomos Descentralizados como el de Otavalo o Cotacachi, se denotan esfuerzos aislados por vincular al turismo con la comercialización de productos artesanales, pero con una limitada acción en la puesta en marcha.

El marco normativo y los planes revisados permiten concluir de forma general que, si bien se ha dado una mayor visibilidad y preponderancia al sector de artesanías desde la organización institucional central, colocándolo como uno de los ejes de desarrollo del turismo en Ecuador e Imbabura, se han implementado escasas actuaciones y

actividades institucionales concretas que deriven en resultados palpables, en aras de promover y desarrollar el sector del comercio de artesanías a través del turismo, exacerbado por la pandemia por COVID-19.

Por último, aunque no esté recogida de forma explícita la vinculación entre el sector de las artesanías y el del turismo en muchas de las regulaciones y las planificaciones estratégicas de turismo, en cierto modo se puede entender implícitamente considerada esa relación al referirse a ámbitos en los que las artesanías forman parte. Esta situación se ejemplifica en varios cuerpos normativos rectores, como la Ley de Turismo y su Reglamento General, ambos publicados inicialmente en 2002, donde no se aborda explícitamente al comercio de artesanías, pero se reconocen las actividades comunitarias como parte del sector de turismo (de las que se podría considerar que forman parte, en muchos casos, las artesanías). En estos documentos se recogen expresiones de apoyo al turismo comunitario y sus emprendimientos locales, entre estos emprendimientos se podría considerar la producción y comercio de ciertas artesanías tradicionales para el turismo e igualmente, se pone énfasis en la protección y conservación de los recursos culturales, donde la artesanía tradicional debe ser considerada.

Referencias Bibliográficas

- Afra, M. (2016): "Examine the relationship crafts with tourism development in Lorestan province", *International Journal of Advanced Biotechnology and Researchs*, 7/4, pp. 382-387.
- Baksi, A. K. (2015): "Crafttourism: moderating emotional-bonding with destination and its loyalty", *Asia-Pacific Journal of Innovation in Hospitality and Tourism*, 4/2, pp. 159-179.
- Banco Central del Ecuador. (2020). Indicadores económicos. Obtenido el 12 de enero de 2021 de <https://www.france24.com/es/20200701-ecuador-artesanos-la-ronda-innovaci%C3%B3n-sobrevivir-economia-turismo>.
- Benítez N., y Albuja J. (2017). II Congreso internacional virtual sobre desafíos de las empresas del siglo XXI (Febrero 2017). *Asociatividad artesanal, semi industrial e industrial de los pueblos kichwas de imbabura: avances, limitaciones y perspectivas*. Obtenido el 12 de enero de 2021 de <https://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/empresas/15-asociatividad-artesanal.pdf>.
- Boscá, Doménech y Ferri. (2020). *El Impacto Macroeconómico del Coronavirus*. Revista Apuntes 2020/02. Obtenido el 4 de diciembre de 2021 de <https://documentos.fedea.net/pubs/ap/2020/ap2020-02.pdf>.
- Buenaño-Allauca M., Soria E., Galiano N., Rhea S. (2016). Los Kichwas Otavalos su artesanía y el turismo. *Revista Publicando*, 3(7). 2016, 346-353. ISSN 1390-9304.
- Bustos Flores. (2009). *Producción Artesanal*. Obtenido el 1 de marzo de 2022 de <https://ich.unesco.org/es/tecnicas-artesanales-tradicionales-00057>.
- Cáceres, G. (2010). Obtenido el 3 de abril de 2021 de https://pt.slideshare.net/abelen468/artesanas-imbabura-rev1?next_slideshow=5803484, pp. 1-15.
- Caiza R., y Molina, E. (2012). Análisis histórico de la evolución del turismo en territorio ecuatoriano. RICIT: *Revista Turismo, Desarrollo y Buen Vivir*, (4), 6-24.
- Calderón, J. (2019). "Analysis of the "all you need is Ecuador" campaign as a destination marketing strategy", *Journal of Tourism and Heritage Research*, vol. 2, nº 3, pp. 373-380.
- Cámara Marítima del Ecuador. (2022). Un primer semestre de pérdidas para la economía del Ecuador. Obtenido el 9 de octubre de 2021 de <http://www.camae.org/economia-del-ecuador/un-primer-semester-de-perdidas-para-la-economia-de-ecuador/>.

- Caria, S., y Domínguez, R. (2014). El porvenir de una ilusión: la ideología del Buen Vivir. *América Latina Hoy: Revista de Ciencias Sociales*, (67), 139-163.
- CEPAL. (2020). Medidas de recuperación del sector turístico en América Latina y el Caribe: una oportunidad para promover la sostenibilidad y la resiliencia. Informes Covid-19. Obtenido el 5 de enero de 2021 de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45770/S2000441_es.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Cuvi, M. (1985). Foro: Políticas de Fomento Artesanal en el Ecuador. Obtenido el 1 de marzo de 2022 de <file:///C:/Users/Santiago/Downloads/LEXTN-Cuvi-127044-PUBCOM.pdf>.
- Gudinas. (2009). La ecología política del giro biocéntrico en la nueva Constitución de Ecuador. <http://www.scielo.org.co/pdf/res/n32/n32a03.pdf>.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador. (2021). Línea de Fomento de la Memoria Social y el Patrimonio Cultural. Obtenido el 2 de enero de 2022 de <https://www.patrimoniocultural.gob.ec/linea-de-fomento-de-la-memoria-social-y-el-patrimonio-cultural/>.
- Essayad, A. (2011): "Design and implementation of a platform for location based services: a case study of GIS of archaeological and handicraft of Fez Medina", *International Journal of Computer Science Issues*, 8/5, pp. 524-530.
- Espinosa, A. (2009): "Estrategias de complementariedad entre comercio y turismo en centros históricos patrimoniales: el caso de Venecia", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 50, pp. 281-296.
- Fernández, G. y Ramos, A. G. (2005): "Patrimonio industrial y rutas turísticas culturales: algunas propuestas para Argentina", *Cuadernos de Turismo*, 15, pp. 97-112.
- Fernández de Paz, E. (2014): "Políticas de fomento de la artesanía chilena: maridaje entre artesanía y turismo". En Prats, J. (Ed.): *Periferias, fortalezas y diálogos*, Chile, FAAEE, pp. 2150-2180.
- Gustami, S.P., Kusuma, L. y Heru, A. (2014): "Craft Arts and Tourism in Ceramic Art Village of Kasongan in Yogyakarta", *Journal of Arts & Humanities*, 3/2, pp. 37-49.
- Hernández-Girón, J., Yexas, M. y Domínguez-Hernández, M. L. (2007): "Factores de éxito en los negocios de artesanía en México", *Estudios Gerenciales*, 23/104, pp. 77-99. [https://doi.org/10.1016/S0123-5923\(07\)70018-9](https://doi.org/10.1016/S0123-5923(07)70018-9).
- Horjan, G. (2011): "Traditional crafts as a new attraction for Cultural Tourism. Zagreb (Croacia)". *International Journal of Intangible Heritage*, 6, pp. 45-56.
- Hassan, S. (2000). *Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry*, *Journal of Travel Research*. Obtenido el 1 de febrero de 2022 de <https://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/004728750003800305?journalCode=jtrb>.
- INEC. (2021). Anuario de entradas y salidas internacionales al Ecuador, 2020. Boletín Técnico N°01-2021-REESI. Obtenido el 4 de junio de 2021 de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/Migracion/2020/Boletin_tecnico_ESI_2020.pdf.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador. (2021). *Patrimonio Cultural Inmaterial*, Obtenido el 1 de febrero de 2022 de <https://site.inpc.gob.ec/pdfs/Publicaciones/patricultinmaterial-R7.pdf>.
- Irujo de Mello, C. y Ciliane, C. (2015): "El souvenir artesanal y la promoción de la imagen del lugar turístico", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 14, pp. 188-204.
- Jaramillo, G. (2018). Obtenido de https://www.imbabura.gob.ec/phocadownload/K-Planes-programas/PDOT/PDOT_IMBABURA_2015-2035_REFORMADO_2018.pdf

- Jha, G. y Nath, G. (2015): "Koth (Grass Mat) craft of Barujani village as potential ingredient: project and display", *Indian Streams Research Journal*, 5/1, pp. 1-6.
- Jurado, P. (2018). Instituto estatal de la provincia de Imbabura. Obtenido de https://www.imbabura.gob.ec/phocadownload/K-Planes-programas/PDOT/PDOT_IMBABURA_2015-2035_REFORMADO_2018.pdf
- Kosianski, J. (2005): "Itinéraires touristiques de quatre artisans d'art", *Espaces. Tourisme&Loisirs*, 232, pp. 14-22.
- Ley de Defensa del Artesano. (1971). Obtenido el 1 de febrero de 2022 de <http://www.artesanos.gob.ec/institutos/wp-content/uploads/downloads/2018/01/LEY-DE-DEFENSA-DEL-ARTESANO-1.pdf>.
- Ley de Turismo. (2002). Ley 97, Registro Oficial Suplemento 733. Obtenido el 3 de enero de 2021 de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>.
- Lituma, M., Andrade, R., y Andrade, D. (2020). *Caracterización de los emprendimientos artesanales de la ciudad de Cuenca. Caso: adornos para el hogar*. Digital Publisher. V5-N5 (sep-oct) 2020, pp. 195-205 | 25 de junio de 2020.
- Lloor L, Alonso A, Pérez M. (2018). *La actividad turística en el Ecuador: ¿turismo consciente o turismo tradicional?* Revista ECA Sinergia. Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas. Junio 2018 Vol. 9 Nº 1.
- Maruya, K., Yameshita, S. y Uchiyama, T. (2015): "Community spaces in the minds of traditional craftsmen in a pottery village in Japan", *Frontiers of Architectural Research*, 4/4, pp. 253-262. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2015.05.002>.
- Ministerio de Comercio de Colombia (2006): *Política de Turismo y Artesanía: iniciativas conjuntas para el impulso y la protección del patrimonio artesanal y el turismo colombiano*, Bogotá, Ministerio de Comercio, Industria y Turismo.
- Ministerio de Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2019). Obtenido el 3 de marzo de 2021 de <https://www.produccion.gob.ec/gobierno-ratifica-su-compromiso-con-el-artesano-ecuatoriano/>.
- Ministerio de Turismo. (2017) *Informe de Evaluación Plandetur 2020*. Obtenido de https://sni.gob.ec/documents/10180/4534845/Evaluaci%C3%B3n_plandetur2020.pdf/30d64630-795f-4721-8f55-f045a8078ef0.
- Ministerio de Turismo. (2018). PROY_DESTINOS_SERVICIOS. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/Anexo-0.-13-11-19_PROY_DESTINOS_SERVICIOS.pdf
- Ministerio de Turismo. (2019a). *Indicadores de Turismo*. Obtenido el 3 de mayo de 2022 de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2019/INDICADORES-TURISTICOS-ENERO-2019.pdf>.
- Ministerio de Turismo (2019b). *Plan Nacional de Turismo 2030*. Obtenido de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf.
- Moposita, J. Núñez S. (2021). Trabajo de titulación de maestría. *Estudio del impacto económico causado por el covid-19 en el cantón urbano de Otavalo – Imbabura en 2020*, pp. 1-80.

- Oliveira, D., Pasquotto, M. A., Sauer, L., Gomes, T. y Casthilo, M. A. (2013): "Artesanato com Lã de Ovinos, Turismo e Desenvolvimento Local", Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 11/4, pp. 661-670. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2013.11.058>.
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido el 24 de marzo de 2022 de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>.
- Organización Mundial del Turismo. (2020). El turismo: un fenómeno económico y social: Recuperado el 02 de Julio de 2020, de <https://www.unwto.org/es/turismo>.
- Organización Mundial del Turismo. (2020). 2020: el peor año de la historia del turismo, con mil millones menos de llegadas internacionales. Obtenido el 4 de junio de 2022 de <https://www.unwto.org/es/news/2020-el-peor-ano-de-la-historia-del-turismo-con-mil-millones-menos-de-llegadas-internacionales>.
- Párraga-Toral, Illescas-Villa, Bastidas, 2021, Gestión del patrimonio inmaterial, ámbito técnicas artesanales tradicionales: estrategias de salvaguardia y uso turístico del patrimonio inmaterial, parroquia Abañín, El Oro. p. 97 V6-N6 (nov-dec) 2021, pp. 92-113 | 10 de septiembre de 2021.
- PLANDETUR. (2020). Plan estratégico de desarrollo de turismo. Obtenido el 5 de abril de 2021 de <https://jorgepaguay.files.wordpress.com/2012/03/plandetur.pdf>.
- Plan Nacional de Desarrollo. (2007). Obtenido el 24 de agosto de 2021 de <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/09/Plan-Nacional-Desarrollo-2007-2010.pdf>.
- Plan Nacional de Desarrollo. (2009). Consejo Nacional de Planificación de la República del Ecuador. Obtenido el 4 de julio de 2021 de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/%20Informacion-Legal/Normas-de-Regulacion/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir/Plan+Nacional+del+Buen+Vivir+2009-2013.pdf>
- Plan Nacional de Desarrollo. (2013). Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo de la República del Ecuador. Obtenido el 4 de julio de 2021 de <http://ftp.eeq.com.ec/upload/informacionPublica/2013/PLAN-NACIONAL-PARA-EL-BUEN-VIVIR-2013-2017.pdf>.
- Plan Nacional de Desarrollo. (2017). Secretaría Nacional de Planificación de la República del Ecuador. Obtenido el 4 de julio de 2021 de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-10/Plan%20Nacional%20de%20Desarrollo%20Toda%20Una%20Vida%202017%20-%202021.pdf>.
- Prieto, M. (2011). Espacios en disputa: el turismo en Ecuador. Flacso, Ecuador. ISBN: 978-9978, Diseño de portada e interiores: Antonio Men, Imprenta: CrearImage, 1ra edición p.9-27.
- ProEcuador. (2018). Segunda Rueda de Negocios: Artesanías de Excelencia, Guayaquil-Ecuador.
- Reglamento General a la Ley de Turismo. (2004). Obtenido el 7 de julio de 2021 de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>.
- Richards, G. (2013): Developing and Marketing Crafts Tourism. The EUROTEx Project. Tilburg, Universidad de Tilburg, Department of Leisure Studies.
- Rivadeneira, K., y San Martín, D. (2021). El crédito financiero como eje fundamental para el desarrollo productivo en el sector artesanal de la provincia de Imbabura. Obtenido el 4 de mayo de 2021 de <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/26029/1/T-ESPEL-CAI-0747.pdf>.
- Rivera, M. y Hernández, R. (2018). *Microempresas de artesanía, turismo y estrategias de desarrollo local: retos y oportunidades en una ciudad histórico-patrimonial (Córdoba, España)*. Estudios Geográficos. Vol. LXXIX,

285, pp. 529-553 Julio-diciembre 2018, ISSN: 0014-1496 eISSN: 1988-8546 <https://doi.org/10.3989/estgeogr.2018>.

- Rivera, M., Alberti, P., Vázquez, V. y Mendoza, M. (2008): "La artesanía como producción cultural susceptible de ser atractivo turístico en Santa Catarina del Monte, Texcoco", *Convergencia: Revista de Ciencias Sociales*, 46, pp. 225-247.
- Rodrigues, B.; Sousa, R. y Vasconcelos, V. (2014): "Produção artesanal associada ao turismo em Elha Grande de Santa Isabel (Parnaíba-Pi)", *Cultur. Revista de Cultura e Turismo*, 8 (2), 137-156.
- Roux, F. (2013). Turismo comunitario ecuatoriano, conservacion ambiental y defensa de los territorios. FEPTCE. Estudio completo.
https://www.academia.edu/7801608/Turismo_comunitario_ecuatoriano_conservacion_ambiental_y_defensa_de_los_territorios_FEPTCE_Estudio_completo_2013
- Salinas, J. (2014). El cuero: producción industrial y artesanal en el Ecuador. (Trabajo de grado, para la obtención del título de Diseñadora de Textil y Modas, en la Universidad del Azuay, Facultad de Diseño). Cuenca, Ecuador.
- Santana, R. y Ricci, F. (2009): "Desenvolvimento turístico sustentável: o artesanato local como alternativa na cidade de San Antônio do Pinhal", *Revista de Cultura e Turismo*, 3/1, pp. 92-110.
- Secretaria Tecnica Plan Toda Una Vida. (2019). Plan estrategico institucional. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>.
- Suárez, R., Estrella, M., Frías, R., y Suárez, M. (2016). Benchmarking en la actividad turística entre la República de Ecuador y Uruguay. *Retos Turísticos*, 15 (1), 181-190.
- UNESCO. (2022). *Técnicas artesanales tradicionales*. Obtenido el 25 de mayo de 2022.
<https://ich.unesco.org/es/tcnicas-artesanales-tradicionales-00057>.
- Uribe, A. (ed.). (2011). Caracterización del sector artesanal latinoamericano, Barranquilla, Universidad Simón Bolívar.
- Velasteguí, E. (2019). Las artesanías y su real impacto en el turismo. *Conciencia Digital*, 2(2), 27-40.
<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v2i2.942>.
- World Travel and Tourism Council. (2022). Informes de impacto económico. Obtenido de <https://wttc.org/Research/Economic-Impact>.



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons
Atribución-NoComercial 4.0 Internacional