



**PLAN DE DESARROLLO
TURÍSTICO CANTONAL**



PALLATANGA

2022-2026

PRESENTACIÓN

El cantón Pallatanga, es sin lugar a duda es un territorio que tiene mucha potencialidad turística, en consideración a sus atractivos y recursos turísticos, determinados por su ubicación geográfica, clima, pisos climáticos; si bien es cierto la actividad laboral dominante es la agrícola, se busca que el poblador tanto del centro urbano como de la zona rural, con base a la asociatividad puedan aprovechar y desarrollar una actividad complementaria a la cotidiana para unos y para otros aprovechar la oportunidad de emprender y generar la dinamización económica familiar y territorial, cumpliendo las normativas vigentes y buscando entregar un servicio de calidad. Por esta razón el Gobierno Descentralizado Municipal de Pallatanga y su administración actual, a través de Unidad de Turismo Municipal desarrollan esta herramienta de planificación para el desarrollo turístico de Pallatanga.

Foto # 01. Ruta Turística Yaguarcocha



Fuente: Archivo U. Turismo GADMP

Agrónomo
Enrique Granizo Muñoz
ALCALDE DE PALLATANGA
2019-2023

INTRODUCCIÓN

Ecuador durante la última década ha sido galardonado en el ámbito turístico, esto refleja el potencial que posee, pese a tener una superficie de territorio pequeño respecto a países vecinos y turísticos, como Colombia, Perú, Brasil, México.

La alta biodiversidad generada por tres factores como la ubicación geográfica, la cordillera de los Andes y las corrientes marinas; generan microclimas y la posibilidad de disfrutar por la distancia corta interterritorial de 4 regiones Costa, Sierra, Amazonía e Insular, de especies endémicas, etnias, tradiciones, gastronomía, playa andes, selva.

Según el portal web del ente rector de turismo nacional (Mintur), el turismo aportó a la economía ecuatoriana con 2.392 millones de dólares en el año 2018, lo que lo mantiene como la tercera fuente de ingresos no petroleros, después del banano y el camarón, de acuerdo a estimaciones realizadas a partir de los datos de Balanza de pagos del Banco Central del Ecuador así mismo, la balanza turística de 2018 creció con relación a 2017 y reflejó un saldo positivo de los ingresos frente a los egresos por 1.332,3 millones de dólares, de acuerdo a las estimaciones realizadas.

En 2018, Estados Unidos de Norteamérica registró 351.709 llegadas, que representan un 44% de crecimiento con respecto al 2017, siendo el mercado que contribuye con el mayor ingreso de divisas al tomar en cuenta su considerable volumen de llegadas. En contexto, el visitante estadounidense en promedio gasta USD\$ 1.489,4 durante una estadía aproximada de 10 noches.

Por otro lado, España ocupa el primer lugar en arribo de extranjeros desde Europa; se registraron 103.008 arribos que, frente a 58.727 llegadas en 2017, representa un crecimiento del 75%. Los visitantes de este mercado gastan en promedio USD\$ 1.455,8 por persona durante una estadía aproximada de 14 noches y la estructura de su motivo de viaje muestra que el 49.2% llegan por vacaciones, un 24,9% por visita a familiares o amigos y un 19% por negocios.

Otros mercados que contribuyen de manera significativa a los arribos son: Canadá, con un incremento del 21% en 2018, alcanza las 34.335 visitas; Italia, con un incremento del 15%, alcanza las 19.944 llegadas y otros países como Holanda, México, Gran Bretaña y Francia muestran crecimientos en el orden del 10% aproximadamente con un promedio de 30.000 visitas por mercado.

Mientras tanto en Latinoamérica, Venezuela ocupa el primer lugar como país emisor de visitantes hacia Ecuador en 2018, al registrar 956.067 arribos, lo que representa un incremento del 232% frente a 2017. Esta cifra refleja un fenómeno migratorio coyuntural.

Ya en el ámbito provincial y local, la provincia de Chimborazo ha generado de a poco una oferta turística que aún no le ha permitido posicionarse y generar un impacto económico y social en el territorio.

Pallatanga, por su parte desde el año 2012, ha venido trabajando e impulsando el desarrollo turístico cantonal, sin embargo, los limitados presupuestos han detenido los procesos locales, actualmente está en operación uno de los principales atractivos turísticos como es el Parque Acuático Pallatanga (2019), del que se espera sea un distribuidor de flujo turístico hacia las comunidades donde se desarrolla otra oferta turística de naturaleza.

Foto # 02. Astroturismo Jalubí



Fuente: Wilson Gutiérrez

JUSTIFICACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO CANTONAL

A partir del año 2012, la actividad turística cantonal se ha desarrollado desde criterios técnicos y con articulación interinstitucional, intersectorial y participativa; para ese momento el GAD Pallatanga, en coordinación con el GAD Provincial de Chimborazo, con su unidad adscrita CODECh¹ y la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID), generaron una estrategia de desarrollo turístico denominada “Fortalecimiento de la Red Social de Turismo Sostenible del cantón Pallatanga” (R.S.T.S.Pa) misma que, mediante un plan de intervención integral buscó organizar la actividad turística en el territorio y generarse como una política local para inversión y desarrollo, dentro de esta se contemplaron proyectos para la implementación de facilidades turísticas hacia los atractivos identificados, generando y potenciando cuatro rutas de turismo sostenible; colocación de señalética turística, en los atractivos, hacia los atractivos y en el centro urbano; proceso de transferencia de conocimientos a la planta turística local y emprendedores; generación de políticas públicas como la “Ordenanza para el desarrollo sostenible de actividades turísticas” - la Ordenanza para el cobro de la Licencia Única de Funcionamiento de Establecimientos Turísticos (LUAF).

A partir del año 2015 al 2019, las autoridades de aquel entonces priorizaron presupuesto para infraestructura turística, urbanismo y transferencia de conocimiento, sin embargo, el mantenimiento a las rutas de turismo sostenible generadas, quedaron relegadas de presupuesto e intervención. Finalmente, la Administración actual se encuentra gestionando el presupuesto para intervenir de manera integral dos de las rutas turísticas sostenibles, así como también generar el Plan Estratégico para el Parque Acuático Pallatanga, que será el distribuidor de flujo turístico. Los limitados presupuestos y la falta de decisión política para acordar y seguir generando fortalecimiento turístico continuo, hacen que, a través de esta herramienta de planificación, se sinceren y adapten presupuestos, se articulen acciones y se fomente el emprendimiento e inversión turística en el territorio de manera planificada.

¹ Corporación para el desarrollo de las Cuencas de los ríos Chanchán y Chimbo.

MISIÓN Y VISIÓN TURÍSTICA DEL GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO DEL MUNICIPIO DE PALLATANGA

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pallatanga, es una institución pública sin fines de lucro que busca generar desarrollo territorial, mismo que ha determinado su Misión y Visión turística cantonal así:

MISIÓN

“El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pallatanga, es una organización de carácter público que planifica, gestiona, promociona, regula y controla la actividad turística en el cantón Pallatanga.”

VISIÓN

Para el año 2025, Pallatanga, será un cantón en el que la actividad turística es uno de sus principales agentes de desarrollo socioeconómico, posicionado entre los más importantes destinos del Ecuador continental, mediante la articulación de acciones de los actores públicos, privados, comunitarios y cooperación internacional.

OBJETIVOS

GENERAL

Elaborar un plan de desarrollo turístico para el cantón Pallatanga, como una herramienta de planificación y gestión turística institucional que posicione al cantón a nivel nacional.

ESPECÍFICOS:

- Realizar el diagnóstico turístico del cantón Pallatanga mediante el levantamiento de línea base para conocer la situación actual y real del mismo.
- Elaborar el plan de acción para diseñar estrategias y actividades que fortalezcan la actividad turística en el territorio.

1. MARCO LEGAL

Al formar parte de un estado de derecho, seguidamente se determina el marco legal que justifica y soporta el desarrollo de la actividad y gestión turística.

1.1 CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

Art. 276.- Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultural.

Art. 383.- Garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad.

1.2 CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN (COOTAD)

Art. 54.- Funciones. - g) Regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal, en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo;

m) Regular y controlar el uso del espacio público cantonal y, de manera particular, el ejercicio de todo tipo de actividad que se desarrolle en él, la colocación de publicidad, redes o señalización;

q) Promover y patrocinar las culturas, las artes, actividades deportivas y recreativas en beneficio de la colectividad del cantón;

Art. 55.- Competencias exclusivas del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal. - g) Planificar, construir y mantener la infraestructura física y los equipamientos de salud y educación, así como los espacios públicos destinados al desarrollo social, cultural y deportivo, de acuerdo con la ley;

h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines;

j) Delimitar, regular, autorizar y controlar el uso de las playas de mar, riberas y lechos de ríos, lagos y lagunas, sin perjuicio de las limitaciones que establezca la ley;

k) Preservar y garantizar el acceso efectivo de las personas al uso de las playas de mar, riberas de ríos, lagos y lagunas;

Art. 135.- Ejercicio de la competencia de fomento de las actividades productivas y agropecuarias. - El turismo es una actividad productiva que puede ser gestionada concurrentemente por todos los niveles de gobierno.

1.3 LEY ORGÁNICA DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL, USO Y GESTIÓN DEL SUELO

Art. 5.- Principios Rectores

8. La distribución equitativa de las cargas y los beneficios: entre los diferentes actores implicados en los procesos urbanísticos.

Art. 9.- Ordenamiento Territorial. - De las actividades y recursos en el territorio, para viabilizar la aplicación y concreción de políticas públicas democráticas y participativas y facilitar el logro de los objetivos de desarrollo que constará en el PDyOT de los GAD y obligatoria para todos los niveles de gobierno.

Art.10.- Objeto

1. Utilización racional y sostenible de los recursos del territorio.
2. La protección del patrimonio natural y cultural del territorio.
3. La regulación de las intervenciones en el territorio proponiendo e implementando normas que orienten la formulación y ejecución de políticas públicas.

Art. 11.- Alcance Del Componente De Ordenamiento Territorial

3. Los GADM clasificarán todo el suelo cantonal o distrital, en urbano y rural y definirán el uso y la gestión del suelo. Identificarán los riesgos naturales y antrópicos de ámbito cantonal o distrital, fomentarán la calidad ambiental, la seguridad, la cohesión social y la accesibilidad del medio urbano y rural, y establecerán las debidas garantías para la movilidad y el acceso a los servicios básicos y a los espacios públicos de toda la población.

Art.18.- Suelo Urbano: ocupado por asentamientos humanos concentrados que están dotados total o parcialmente de infraestructura básica y servicios públicos, y que constituye un sistema continuo e interrelacionado de espacios públicos y privados.

Consolidado: posee la totalidad de los servicios, equipamientos e infraestructuras necesarios, y que mayoritariamente se encuentra ocupado por la edificación.

No consolidado: no posee la totalidad de los servicios, infraestructuras y equipamientos necesarios, y requiere de un proceso para completar o mejorar su edificación o urbanización.

De protección: por sus especiales características biofísicas, culturales, sociales o paisajísticas, o por presentar factores de riesgo para los asentamientos humanos, debe ser protegido, y se restringirá la ocupación.

Art.19.- Suelo Rural: destinado principalmente a actividades agroproductivas, extractivas o forestales, o el que por sus especiales características biofísicas o geográficas debe ser protegido o reservado para futuros usos urbanos.

De producción: actividades agroproductivas, acuícolas, ganaderas, forestales y de aprovechamiento turístico, respetuosas del ambiente donde se encuentra restringida la construcción y el fraccionamiento.

Para aprovechamiento extractivo: de recursos naturales no renovables, garantizando los derechos de naturaleza.

De protección: por sus especiales características biofísicas, ambientales, paisajísticas, socioculturales, o por presentar factores de riesgo, merece medidas específicas de protección. No es apto para recibir actividades de ningún tipo, que modifiquen su condición, por lo que se encuentra restringida la construcción y el fraccionamiento.

De expansión urbana: podrá ser habilitado para su uso urbano de conformidad con el PUGS, siempre colindante con el suelo urbano del cantón o distrito metropolitano, a excepción de los casos especiales que se definan en la normativa secundaria. Su determinación se realizará en función de las previsiones de crecimiento demográfico, productivo y socioeconómico del cantón o distrito metropolitano, y se ajustará a la viabilidad de la dotación de los sistemas públicos de soporte definidos en el PUGS, así como a las políticas de protección del suelo rural. No se definirá como suelo urbano o rural de expansión urbana aquella que sea identificado como de alto valor agroproductivo por parte de la autoridad agraria nacional, salvo que exista una autorización expresa de la misma. Queda prohibida la urbanización en predios colindantes a la red vial estatal, regional o provincial, sin previa autorización del nivel de gobierno responsable de la vía.

Art.20.- Aprovechamiento Urbanístico o de Suelo: determina las posibilidades de utilización del suelo, en términos de clasificación, uso, ocupación y edificabilidad. 11

Art.21.- Uso: destinación asignada al suelo, conforme con su clasificación y subclasificación.

Art. 22.- Uso General: definido por el PUGS que caracteriza un determinado ámbito espacial, por ser el dominante y mayoritario.

Art.23.- Usos Específicos:

Principal: uso específico permitido en la totalidad de una zona.

Complementario: contribuye al adecuado funcionamiento del uso principal, permitiéndose en aquellas áreas que se señale de forma específica.

Restringido: no es requerido para el adecuado funcionamiento del uso principal, pero que se permite bajo determinadas condiciones.

Prohibido: no es compatible con el uso principal o complementario, y no es permitido en una determinada zona. Los usos que no estén previstos como principales, complementarios o restringidos se encuentran prohibidos.

Art.25.- Edificabilidad: capacidad de aprovechamiento constructivo atribuida al suelo por el GADM.

General máximo: edificabilidad total asignada a un polígono de intervención territorial o a cualquier otro ámbito de planeamiento, y se asignará en el PUGS. Específica máxima: edificabilidad asignada a un determinado predio de forma detallada. La edificabilidad específica que no haya sido definida en el PUGS será determinada mediante el desarrollo del correspondiente plan parcial.

Art. 28.- Componente Estructurante del PUGS: contenidos de largo plazo según el PDyOT municipal o metropolitano, y disposiciones correspondientes a otras escalas del ordenamiento territorial, asegurando la mejor utilización de las potencialidades del territorio en función de un desarrollo armónico, sustentable y sostenible, a partir de la determinación de la estructura urbano-rural y de la clasificación del suelo.

Art.29.- Componente Urbanístico del PUGS: establecido el componente estructurante, los PUGS deberán determinar el uso y edificabilidad de acuerdo a la clasificación del suelo, así como los instrumentos de gestión a ser empleados según los requerimientos específicos.

Art.30.- Vigencia del PUGS: 12 años, y podrá actualizarse al principio de cada período de gestión.

Art.31.- Planes Urbanísticos Complementarios: planes parciales, maestros sectoriales y otros instrumentos de planeamiento urbanístico; subordinados jerárquicamente al PDyOT y no modificarán el contenido del componente estructurante del PUGS.

Art.32.- Planes Parciales: regulan lo urbanístico y gestión de suelo detalladamente para los polígonos de intervención territorial en suelo urbano y en suelo rural de expansión urbana.

Art.40.- Instrumentos de Planteamiento del Suelo: herramientas que orientan la generación y aplicación de la normativa urbanística y consiste en: Polígonos de intervención territorial, Tratamientos y Estándares urbanísticos.

Art.41.- Polígonos de Intervención Territorial: áreas urbanas o rurales definidas por los PUGS, a partir de la identificación de características homogéneas de tipo geomorfológico, ambiental, paisajístico, urbanístico, socioeconómico e histórico-cultural, así como de la capacidad de soporte del territorio, o de grandes obras de infraestructura con alto impacto sobre el territorio, sobre las cuales se deben aplicar los tratamientos correspondientes.

Art.42.- Tratamientos Urbanísticos: disposiciones que orientan las estrategias de planeamiento urbanístico de suelo urbano y rural, dentro de un polígono de intervención territorial, a partir de sus características de tipo morfológico, físico-ambiental y socio-económico, asignados según la clasificación del suelo.

Art.45.- Cargas: gravámenes, imposiciones, afectaciones y cesiones obligatorias de suelo, derivados de la aplicación de los instrumentos de planeamiento urbanístico y gestión de suelo. Los pagos de las cargas al GADM se realizarán en dinero o en especie como: suelo urbanizado, vivienda de interés social, equipamientos comunitarios o infraestructura.

Art.46.- Beneficios: rentas y/o utilidades potenciales generadas en los bienes inmuebles, a partir del aprovechamiento del suelo derivado de la asignación de los usos y las edificabilidades establecidas en el PUGS y sus instrumentos complementarios.

Art.47.- Instrumentos de Gestión del Suelo: herramientas técnicas y jurídicas para viabilizar la adquisición y la administración del suelo necesario para el cumplimiento de las determinaciones del planeamiento urbanístico y de los objetivos de desarrollo municipal o metropolitano. La gestión del suelo se realizará a través de instrumentos:

Para la distribución equitativa de cargas y beneficios.

Para intervenir la morfología urbana y la estructura predial.

Para regular el mercado de suelo.

De financiamiento del desarrollo urbano.

Para la gestión del suelo de asentamientos de hecho.

Art. 71.- Instrumentos de Financiamiento del Desarrollo Urbano: mecanismos que permiten la participación de la sociedad en los beneficios económicos producidos por la planificación urbanística y el desarrollo urbano en general, particularmente cuando se transforma el suelo rural en urbano y el suelo rural en suelo rural de expansión urbana, se modifican los usos del suelo y se autoriza un mayor aprovechamiento del suelo.

Art.72.- Concesión Onerosa de Derechos. Los GADM para garantizar la participación de la sociedad en los beneficios económicos producidos por la planificación urbanística y el desarrollo urbano en general, utilizarán la concesión onerosa de derechos por la transformación de suelo rural a suelo rural de expansión urbana o suelo urbano; la modificación de usos del suelo; o, la autorización de un mayor aprovechamiento del suelo, sólo en aquellos polígonos de intervención urbanística que permita el PUGS o sus planes urbanísticos complementarios. Los GADM determinarán en el planeamiento urbanístico la delimitación territorial y las condiciones urbanísticas, procedimentales y financieras para su aplicación.

Art.77.- Habilitación del Suelo: proceso dirigido a la transformación o adecuación del suelo para su urbanización y edificación, conforme con lo establecido en los PUGS y las ordenanzas correspondientes e implica el cumplimiento obligatorio de las cargas impuestas por el planeamiento urbanístico y los instrumentos de gestión del suelo. Es un requisito previo indispensable para el otorgamiento de un permiso o autorización de edificación o construcción.

Art.79.- Permiso de Edificación. Los propietarios del suelo rural pueden edificar en sus predios cuando tengan la superficie mínima exigida y bajo las limitaciones establecidas en el PUGS o sus instrumentos urbanísticos complementarios. Solo se autorizarán edificaciones que no atenten contra el destino del bien de conformidad con su clasificación de suelo. En el suelo urbano, los propietarios edificarán sus lotes siempre que estos tengan la superficie mínima exigida, tengan atribuida edificabilidad por el PUGS o sus instrumentos urbanísticos complementarios y se haya completado la urbanización o esta se complete simultáneamente con la edificación con previa obtención de la autorización del GADM que fijará un plazo máximo para terminarla, que será proporcional a la superficie, altura y complejidad de las obras y nunca inferior a 3 años. Durante la ejecución de las obras, el GADM debe inspeccionarlas para verificar el cumplimiento de las normas nacionales de construcción, la normativa urbanística y de la autorización otorgada.

Art.91.- Atribuciones y Obligaciones de los GADM para el Uso y la Gestión del Suelo:

2. Clasificar el suelo en urbano y rural, y establecer las correspondientes subclasificaciones, asignar los tratamientos urbanísticos, usos y las obligaciones correspondientes, de acuerdo con lo establecido en esta Ley.

1.4 LEY DE TURISMO

Art 3.- Principios de la actividad turística:

- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional y de gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno, rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

Art. 58.- Los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

1.5 RESOLUCIÓN DEL CONSEJO NACIONAL DE COMPETENCIAS 0001 - CNC- 2016

Art. 10.- Planificación Cantonal.

1.- Elaborar planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal, sujetándose a la planificación nacional del sector turístico aprobada por la Autoridad Nacional de Turismo.

2.- Formular el plan cantonal de turismo, mismo que debe a su vez sujetarse a la planificación nacional del sector turístico.

3.- Las demás que están establecidas en la ley y la normativa nacional vigente.

Art. 11.- Regulación Cantonal. -

1.-Expedir las ordenanzas y resoluciones de carácter cantonal que contribuyan al fortalecimiento y desarrollo del turismo, en concordancia con la planificación nacional del sector turístico, la normativa nacional vigente y las políticas públicas expedidas por la Autoridad Nacional de Turismo.

2.- Regular los horarios de funcionamiento de los establecimientos turísticos, en coordinación con la Autoridad Nacional Competente.

3.- Regular el desarrollo del sector turístico cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y de turismo comunitarios, conforme la normativa vigente.

4.-Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente.

Art. 12.- Control Cantonal. -

1.- Controlar que los establecimientos turísticos cumplan con la normativa nacional y cantonal vigente.

2.- Controlar las actividades turísticas en las áreas de conservación y uso sostenible municipales o metropolitanas, en coordinación con las entidades nacionales competentes.

3.- Establecer mecanismos de protección turística dentro de su circunscripción territorial.

4.- Otorgar y renovar la licencia única anual y funcionamiento, en función de los requisitos y estándares establecidos por la Autoridad Nacional de Turismo.

5.- Controlar y vigilar la prestación de las actividades y servicios turísticos que han obtenido la licencia única anual de funcionamiento, sin que esto suponga categorización o recategorización, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo.

6.- Aplicar las sanciones correspondientes por el incumplimiento de la licencia única anual de funcionamiento y los requisitos para su obtención siguiendo el debido proceso y conforme a la normativa vigente.

7.- Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente.

Art. 13.- Gestión Cantonal. -

1.- Promover el desarrollo de la actividad turística cantonal de coordinación con los demás gobiernos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo, conforme la normativa vigente.

2.- Actualizar el catastro de establecimientos turísticos del cantón, de conformidad con la normativa nacional vigente.

3.- Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo.

4.- Actualizar y dar mantenimiento adecuado a la señalización turística, así como la señalética turística del cantón.

5.- Impulsar campañas de concienciación ciudadana que generen una cultura sobre la importancia del turismo.

6.- Recaudar los valores por concepto de imposición de sanciones por el incumplimiento de la licencia única anual de funcionamiento y los requisitos para su obtención.

7.- Desarrollo de productos o destinos turísticos que posibiliten la promoción conjunta y acceso a nuevos mercados en coordinación con los demás niveles de gobierno.

8.- Elaborar y difundir material promocional e informativo turístico cantonal.

9.- Otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos del cantón, en el marco de la normativa nacional.

10.- Coordinar mecanismos de bienestar turístico con los distintos niveles de gobierno, así como con las entidades nacionales competentes.

11.- Receptar, gestionar, sustanciar los procesos de denuncias efectuadas por parte de los distintos turistas, respecto a los servicios recibidos, y reportarlas trimestralmente a la Autoridad Nacional de Turismo.

12.- Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo de acuerdo a los lineamientos de la Autoridad Nacional de Turismo.

13.- Participar en la elaboración de las estadísticas de turismo cantonal, de acuerdo a las condiciones establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo.

14.- Fomentar proyectos turísticos cantonales que guarden concordancia con la legislación vigente.

15.- Dotar de facilidades en los sitios identificados como turísticos, en articulación con la Autoridad Nacional de Turismo y los gobiernos autónomos descentralizados provinciales.

16.- Las demás que estén establecidas en la ley y la normativa nacional vigente.

1.6 PLAN DE CREACIÓN DE OPORTUNIDADES 2021-2025

Conforme lo establece el Plan Nacional de Desarrollo de creación de oportunidades, se resume la articulación a la actividad turística en la siguiente tabla ²

Tabla # 01. Plan Creación de Oportunidades-Turismo

EJE	OBJETIVO	POLÍTICA	META	INDICADOR
ECONÓMICO	Impulsar un sistema económico con reglas claras que fomente el comercio exterior, turismo, atracción de inversiones y modernización del sistema financiero nacional.	Fomentar el turismo doméstico, receptivo y sostenible a partir de la promoción, consolidación y diversificación de los productos y destinos del Ecuador, tanto a nivel nacional como internacional	Aumentar el ingreso de divisas por concepto de turismo receptor de USD 704,67 millones a USD 2.434,60 millones	Ingreso de divisas por concepto de turismo receptor
			Incrementar las llegadas de extranjeros no residentes al país de 468.894 en 2020 a 2.000.000 en 2025.	Número de entradas internacionales de viajeros extranjeros

² <https://multimedia.planificacion.gob.ec/pnd2021/pndfichas.html>

		Aumentar el empleo en las principales actividades turísticas de 460.498 a 495.820.	Población con empleo en las principales actividades turísticas (15 y más años de edad)
--	--	--	--

Fuente: Secretaría de Planificación Ecuador 2019

1.7 CONVENIO DE TRANSFERENCIA DE COMPETENCIAS

Objeto: Trasladar desde el Ministerio de Turismo hacia el Municipio las atribuciones de planificar, fomentar, incentivar y facilitar la organización, funcionamiento y competitividad de la actividad turística cantonal y de los establecimientos que prestan servicios en actividades turísticas. Estas competencias son asumidas por la Municipalidad y los Órganos que se dispusieron mediante Ordenanza Municipal.

Atribuciones y funciones que se transfieren:

1. Expedir las Ordenanzas y Resoluciones de carácter local que en forma específica contribuyan al fortalecimiento y desarrollo del turismo, en base a su autonomía y consiguientemente conforme a la Constitución Política del Ecuador, Ley de Régimen Municipal, Ley Especial de Desarrollo Turístico y demás leyes aplicables.
2. La promoción turística del cantón, en coordinación con las normas y estrategias nacionales que existieren al respecto.
3. La concesión y renovación de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, de los establecimientos turísticos localizados en su jurisdicción cantonal. La concesión de la Licencia se efectuará previa verificación de que el establecimiento se encuentre Registrado en el Ministerio de Turismo.
4. Conferir las licencias para operadores de turismo a toda persona natural o jurídica que realice servicios turísticos, sujetándose para el efecto a la Ley Especial de Desarrollo Turístico, su reglamento, las normas vigentes y el mecanismo expedido por el Ministerio de Turismo.
5. Regular el horario de funcionamiento de los establecimientos turísticos en el área de su jurisdicción.
6. El control y vigilancia de la calidad de las actividades y establecimientos turísticos del cantón, que han obtenido las licencias de funcionamiento, sin que esto suponga categorización o recategorización, acción que es exclusiva y privativa del Ministerio de Turismo.

7. Dictar sanciones, en coordinación con el Ministerio de Turismo, a aquellos servicios o establecimientos turísticos que incumplieren las disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico y normas nacionales y locales vigentes.

8. La actualización y uso adecuado de los catastros e inventarios turísticos, que se entregarán durante el proceso de capacitación y entrenamiento relacionado con estas herramientas técnicas.

9. La protección y supervisión del patrimonio, cultural, ambiental y turísticos del Cantón.

10. Crear o fijar, conforme a las disposiciones de la Ley de Régimen Municipal, tasas o tributos de carácter local tendientes a fortalecer la actividad turística, en base a la realización del análisis técnico y la concertación con los actores vinculados a la actividad turística.

Obligaciones del Municipio:

1. Impulsar procesos de participación ciudadana tendientes a generar una conciencia y práctica colectiva para el fomento, promoción y sostenibilidad de la actividad turística, respetuosa de la cultura y el ambiente.

2. La Municipalidad se compromete a emitir las Ordenanzas pertinentes para crear o fortalecer una dependencia administrativa que se encargue de la gestión turística local, específicamente en el campo de la planificación, organización, fomento y promoción de las competencias que se delegan bajo este instrumento. Para tal efecto, esta dependencia deberá contar con personal capacitado y con infraestructura adecuada para la prestación de los servicios turísticos.

3. Estructurar o fortalecer una Comisión de Turismo en el seno del Concejo Cantonal con la participación de Concejales interesados en este tema a fin de que emitan la legislación local, que contribuya a un mejor ordenamiento y organización de la ciudad, en función de las competencias que asume.

4. Impulsar la formación del Concejo de Turismo Local, como un espacio de concertación con Universidades, empresa privada, comunidades locales, instituciones públicas y demás actores interesados en promover y fortalecer el turismo local.

5. Destinar los recursos obtenidos con la creación de la tasa por concepto otorgamiento de la Licencia Anual de Funcionamiento, definida en el numeral 7 de la Cláusula Cuarta, al cumplimiento de los objetivos del desarrollo local del turismo, garantizando el uso apropiado de estos recursos, especialmente en la actividades antes mencionadas y que sean compatibles, complementarias y guarden relación

con los programas y políticas del Ministerio de Turismo, debidamente contemplados en el Plan Nacional de Competitividad Turística del Ecuador.

6. Asumir el liderazgo para la formulación del Plan Estratégico Participativo del Turismo Local, que posibilite la articulación con las propuestas del Plan Nacional de Competitividad que ejecuta el Ministerio de Turismo del Ecuador.

7. Garantizar la ejecución de las estrategias para el desarrollo turístico cantonal, establecidas en forma participativa en el Plan Estratégico Local, con el conjunto de actores locales.

8. Reconocer al Ministerio de Turismo como la Autoridad Nacional en la materia y rector de la política nacional de Turismo.

9. Coordinar con el Consejo Provincial para la planificación y desarrollo de productos y proyectos turísticos a nivel provincial.

10. Coordinar con otros municipios para el desarrollo de productos o circuitos turísticos, que posibiliten la promoción conjunta y el acceso a nuevos mercados.

11. Adoptar toda la legislación vigente para el sector turístico incluyendo reglamentos generales y especiales.

12. Expresamente se prohíbe al Municipio la interpretación o modificación de la legislación vigente para el sector turístico incluyendo reglamentos generales y especiales.

13. Crear mecanismos que garanticen la seguridad a los turistas y el respeto a sus derechos como consumidores y usuarios de los servicios, en concordancia con la normativa nacional.

14. Participar en el Sistema Integrado de Información Turística y crear centros de información turística local, de acuerdo a la política nacional.

15. Mantener una adecuada señalización turística interna del cantón e impulsar campañas de concientización ciudadana, que genere una verdadera cultura sobre el turismo y los valores del país.

16. Propiciar la estructuración de un Fondo de Promoción Cantonal o Regional, con la participación del sector privado, que deberá ser manejado a través de un Fideicomiso.

17. Precautelar el patrimonio histórico, cultural y turístico del cantón, con sujeción a las normas establecidas en la Ley.

18. Proporcionar al Ministerio de Turismo la información necesaria sobre las actividades a desarrolladas y que son materia de este convenio.

19. Elaborar y/o actualizar en forma permanente el Catastro de Establecimientos Turísticos del Cantón y el Inventario de Recursos Turísticos, debiendo para el efecto sujetarse a las metodologías y procedimientos establecidos por el Ministerio de Turismo. El catastro y el inventario deberán ser desarrollados de acuerdo con el modelo aprobado para uso nacional, por el Ministerio de Turismo y que serán entregados durante el proceso de transferencia. La información del catastro deberá ser remitida periódicamente al Ministerio.

20. Promover el desarrollo de productos turísticos en el ámbito cantonal, acordes con las tendencias del mercado nacional e internacional.

21. Participar en la elaboración de las estadísticas de turismo nacional y local, de acuerdo a las normas establecidas por el Ministerio de Turismo.

Obligaciones conjuntas

1. Establecerán conjuntamente los mecanismos necesarios para el mantenimiento del Sistema Integrado de Información Turística y para el diseño, obtención y publicación de estadísticas locales y nacionales.

2. El Ministerio de Turismo y el Municipio se comprometen a entregar mutuamente a sus funcionarios toda la información y los documentos que le fueren requeridos, así como prestar las facilidades para su trabajo.

3. Trabajar en la divulgación y aplicación del código Mundial de Ética en Turismo, promovido por la Organización Mundial de Turismo, así como las leyes de defensa y protección de consumidor.

4. Trabajar en líneas de cooperación nacional e internacional para garantizar la sostenibilidad del turismo a nivel local y nacional.

5. Impulsar el intercambio de experiencias y hermanamiento con otros destinos turísticos que tengan similares intereses y potencialidades en el ámbito turístico.

2. LEVANTAMIENTO DE LA LÍNEA BASE

2.1. DESCRIPCIÓN DEL ENTORNO

2.1.1. Descripción Geográfica del cantón Pallatanga

El cantón Pallatanga, se encuentra ubicado al suroeste de la provincia de Chimborazo, en las estribaciones de la cordillera a 1 hora 30 minutos de la capital provincial Riobamba y a 2 horas 30 minutos de la ciudad de Guayaquil, principal mercado turístico nacional.

CANTÓN: Pallatanga.

FECHA DE CREACION DEL CANTÓN: 13 de mayo de 1986.

POBLACION TOTAL AL 2014: 11544 habitantes (CNPV, 2010).

EXTENSIÓN 37.896,96 hectáreas.

LÍMITES

Al norte: Cantón Colta: Desde la confluencia de los Ríos Chimbo y Pindorata, el curso del Río Pindorata, aguas arriba, hasta la confluencia de sus ríos formadores, los Ríos Pangor y Panza; el Río Panza, aguas arriba, hasta la confluencia de sus Quebradas formadoras, las Quebradas Quitza y Rejas; la Quebrada Rejas, aguas arriba, hasta la confluencia con la Quebrada Cóndor Pacha, aguas arriba, hasta la confluencia de sus quebradas formadoras, las Quebradas de Quitza y Sin nombre; de esta confluencia, la línea de cumbre al este, hasta alcanzar la cima de la Loma Garza Huanuna y su extensión por el Divisor hacia el Este, que pasa por el sitio Tapapungu hasta su unión orográfica, con el Divisor en el sitio Lalagusu.

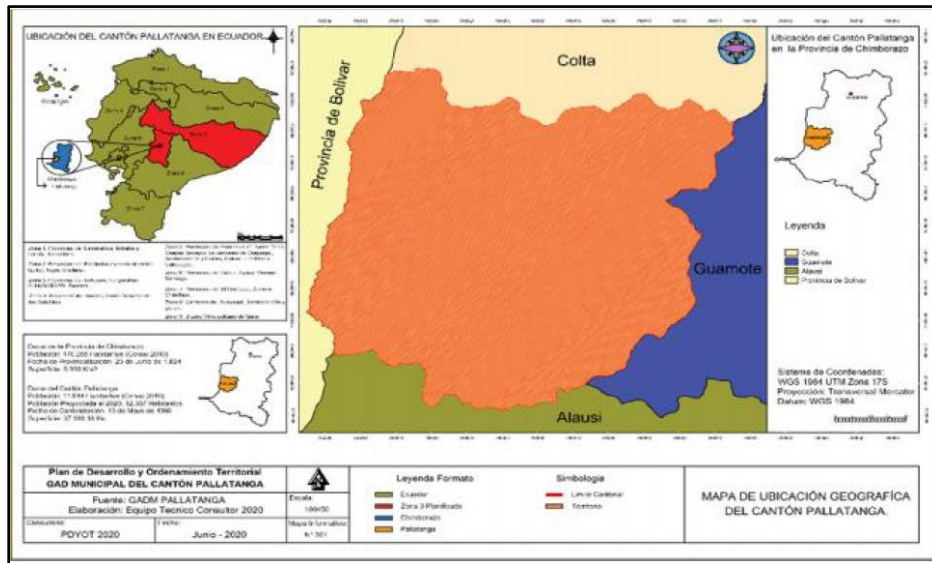
Al este: Cantón Guamote: De esta unión orográfica, el divisor hacia el Sur que pasa por la cumbre de las Lomas Llulluchapungu, Tulupac, Quirohuisana, Picha, Rumipungu y Alpachaca, Cerro Conguchurco, Lomas Cobo y Galte Jatunloma; de la Loma Galte Jatunloma, la línea imaginaria al Sur, hasta un punto de la vía que hacia el Suroeste conduce a la localidad Tacón; de la mencionada Vía la línea imaginaria al Oeste hasta alcanzar el curso de la Quebrada Quichuaryacu, a la altura longitudinal aproximada de las nacientes de la Quebrada Chacarro, la Quebrada Quichuaryacu, aguas abajo hasta su confluencia con las Quebradas Playa y Carbonería, formadoras del Río Maguaso.

Al sur: CANTÓN ALAUSÍ: El Río Maguaso, aguas abajo, que luego toma el nombre de Río Citado, hasta su confluencia con el Río Chimbo.

Al oeste: PROVINCIA DE BOLÍVAR: El curso del Río Chimbo, aguas arriba, hasta su confluencia con el Río Pindorata.

RANGO ALTITUDINAL 800 a 4200 m.s.n.m.

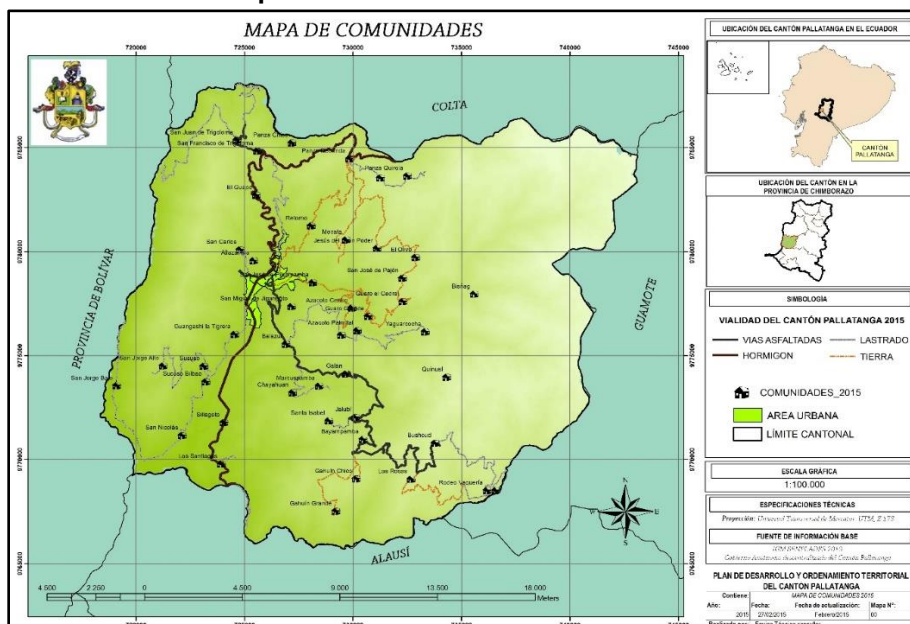
Mapa # 01. Ubicación geográfica



Fuente: PDOT Pallatanga 2020

El cantón Pallatanga, no tiene parroquias rurales, posee en su división administrativa 47 comunidades ubicadas en todo el territorio:

Mapa # 02. Distribución de Comunidades



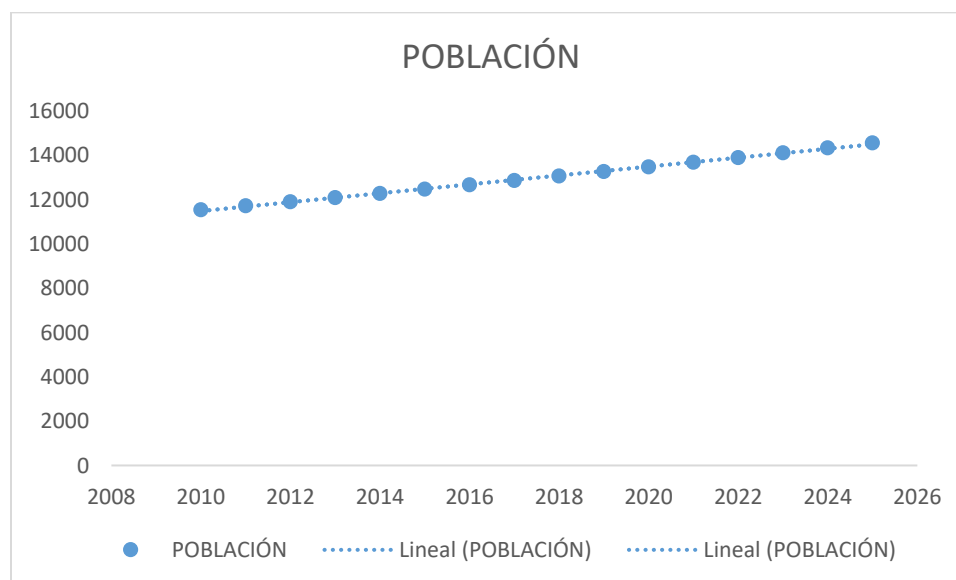
Fuente: PDOT Pallatanga 2014

2.1.2 POBLACIÓN

De acuerdo a los datos del censo INEC 2010, el cantón Pallatanga presenta una población 11 544 habitantes en las áreas urbana y rural. En el área urbana la población es de 3 813 habitantes, de los mismos 1 823 son hombres y 1 990 mujeres; en cuanto en el área rural la población es de 7 731 habitantes, de los cuales 3 895 hombres y 3 836 son mujeres.

Como se observa en el siguiente gráfico, la población proyectada desde el año 2010. Para el 2015 se proyectó una población de 12473 habitantes, para el 2020 se proyecta una población de 13477 habitantes, mientras que para el año 2025 se ha proyectado considerando una tasa de crecimiento poblacional de 1,56% un total de habitantes de 14561.

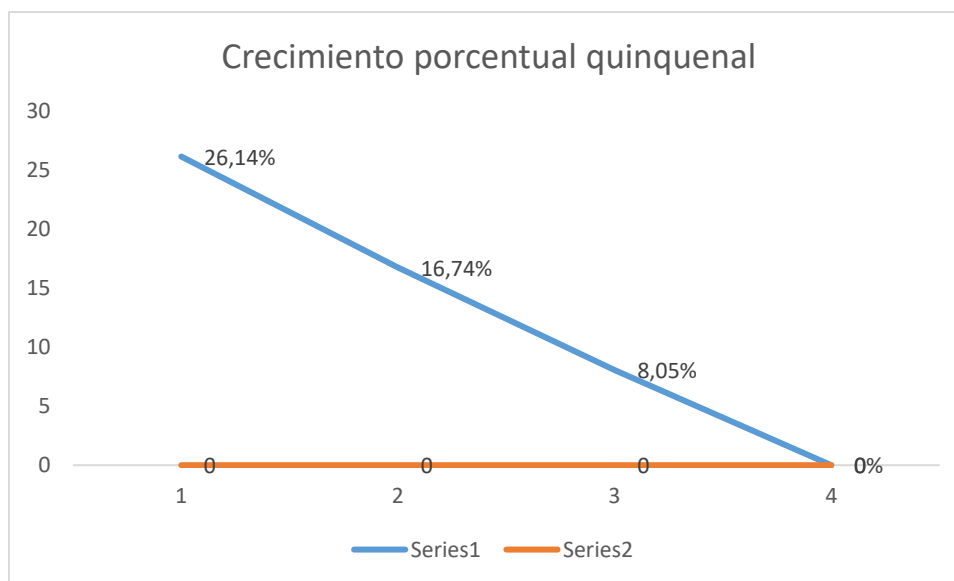
Gráfico # 01. Crecimiento Lineal de la Población



Fuente: Unidad de Turismo GADMP

El siguiente gráfico demuestra el porcentaje de crecimiento poblacional quinquenal, considerando la línea base poblacional censal del año 2010:

Gráfico # 02. Crecimiento Poblacional Quinquenal



Fuente: Unidad de Turismo GADMP

Del año base a la proyección 2025, se tiene un promedio de crecimiento poblacional quinquenal de 8,71%.

2.1.3 HISTORIA

Los Pallatangas, los primogénitos de esta tierra, recibieron influencia de culturas como la Panzaleo, Lausí, Cañarí y Yaguachi. El mejor testimonio de este pasado glorioso está en el pucará de San Nicolás y en las tolas de los Llanos.

Pallatanga, en la época incásica, estuvo ligada con Túpac Yupanqui y Huayna Cápac.

En la conquista, la ruta Pallatanga – Chimbo salvó a los conquistadores de un virtual exterminio por partes de las tropas del General Rumiñahui. Esta ruta alterna facilitó a Sebastián de Benalcázar la conquista del Reino de Quito.

En la época de la colonia tuvo interminables selvas de quina, cuyo producto se enviaba a Europa. Igualmente, sus minas de oro y plata rivalizaron con las mejores del Perú.

Los españoles, así mismo, establecieron las primeras plantaciones de caña y los primeros ingenios de azúcar. La cual fue uno de los productos más finos y estimados de aquella época.

Finalmente, el 13 de mayo de 1986, y liderado por Luis Cadena, con el apoyo incondicional de Norman Tufiño, Januario Muñoz, Pancho Romero, Franklin Muñoz,

Luis Granizo y Rafael Romero E, así como el respaldo de sus fuerzas representativas, hicieron posible la anhelada cantonización.

La historia de Pallatanga está matizada de aspectos económicos, sociales, costumbres, personajes populares, leyendas, tradiciones, festejos, hombres de cultura y arte, artesanías, deportivos, religiosos y hechos que conmovieron al pueblo.

Todo esto constituye la Historia de Pallatanga, la columna vertebral de nuestro origen y de nuestras raíces.

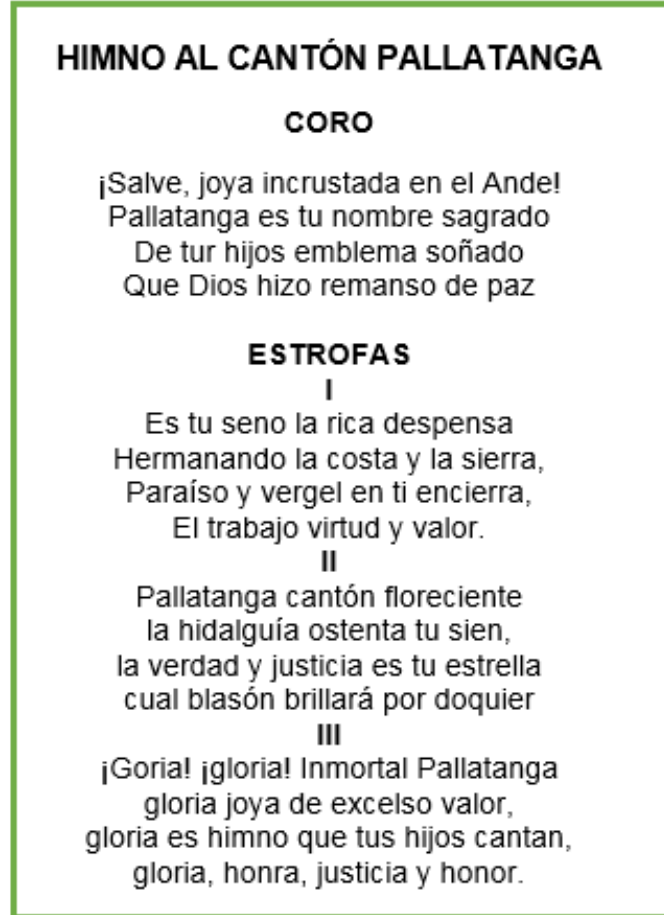
2.1.4 SÍMBOLOS CANTONALES

Gráfico # 03. Bandera y Escudo Cantonal



Fuente: Unidad de Comunicación Social GADMP

Gráfico # 04. Himno Cantonal



Fuente: Unidad de Comunicación Social GADMP

Una vez decretada la Cantonización de Pallatanga, las autoridades de aquel tiempo motivaron a locales y foráneos a través de concursos para que se cuente con los símbolos cantonales, así se tiene la bandera tricolor, el escudo elaborado por el pallatanguero Sr. Lenin Ricaurte, mientras que el Himno fue escrito por la educadora Aida Escobar de Beltrán acompañado de la música por Jorge Borja Fierro.

2.1.5 GEOGRAFÍA

Pallatanga “El Mejor Clima del Mundo”, es uno de los diez cantones con los que cuenta actualmente la Provincia de Chimborazo, se halla ubicado al centro oeste de la misma. Astronómicamente se encuentra desde los 78°45’ hasta los 79° de Longitud Oeste y de 1°50’ a 2°07’ de Latitud Sur.

Se determina que los meses de más precipitaciones son los meses de marzo, de acuerdo a los datos históricos del INAMHI seguido por los meses de abril y febrero respectivamente, los rangos de precipitación están entre los 750 y 1250 milímetros.

La humedad relativa en el cantón Pallatanga es de 72.6%. La humedad relativa depende de la cantidad de vapor de agua existente en el aire y de la temperatura. Por tanto, a mayor temperatura o/y menor cantidad de vapor en el aire, menor humedad relativa y, por lo cual mayor probabilidad de ignición y que se provoquen incendios forestales.

Los rangos de temperatura presentes en el cantón lo cual representa una gran potencialidad, ya que puede albergar vegetación de diferentes pisos climáticos, para incrementar la producción agrícola del cantón, las temperaturas en el cantón Pallatanga oscilan de entre los 4-5 °C en las zonas más altas hasta los 21- 22 °C promedio en las zonas bajas. La temperatura promedio es de 13,5 °C, razón por la cual Pallatanga se la denomina la Ciudad de la Eterna Primavera, ya que posee este clima primaveral permanentemente.

2.1.6 USO DE SUELO

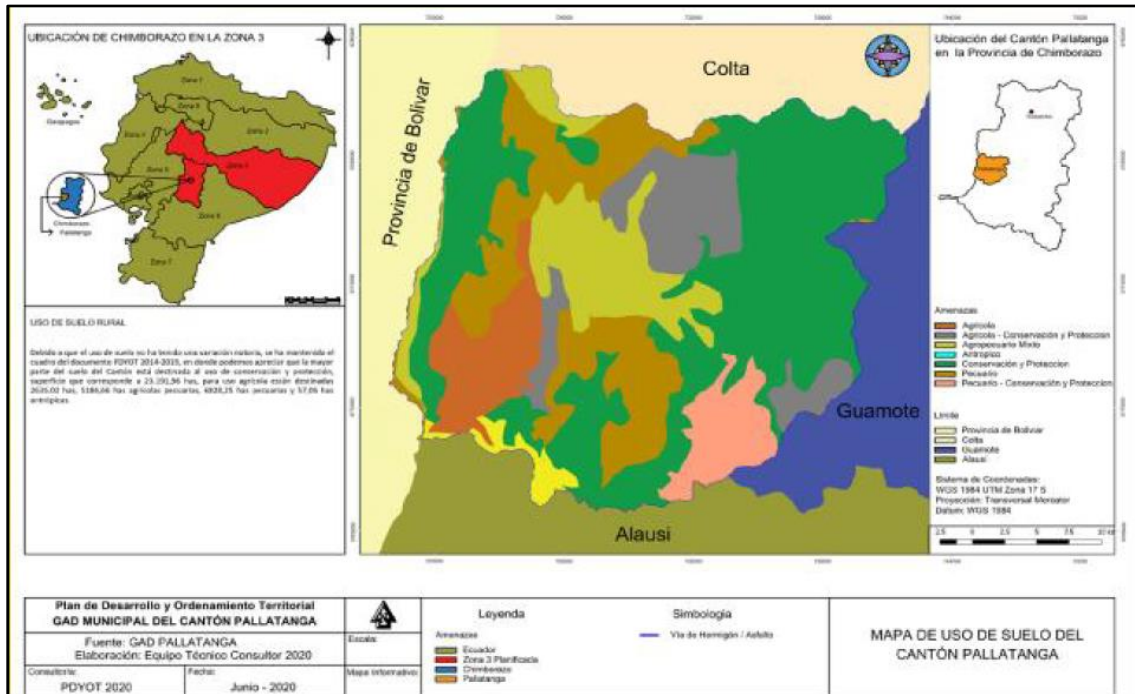
Es eminentemente productivo, una vegetación siempre verde. En sectores donde el hombre aún no ha penetrado, se observa bosques, densos arbustos, árboles maderables, y esbeltas palmeras que se destacan en el paisaje. La actividad humana ha remplazado una parte de bosque y páramos por cultivos. El 35,34% de la superficie está destinada a la producción agropecuaria, a la agrícola le corresponde el 10,55% y al pecuario el 24,79%. Combinando el uso actual con la aptitud agrícola de los suelos, se puede observar la existencia de conflictos por uso de la tierra, la misma que ocasiona una degradación al no usarla adecuadamente.

Tabla # 02. Aptitud del Suelo

APTITUD	HAS	%
Apto Para Bosque	29817,3	78.68
Cultivos Con Limitaciones Importantes	352,4	0.93
Cultivos Con Limitaciones Ligeras	363,8	0.96
Cultivos Con Limitaciones Muy Importantes	106,1	0.28
Cultivos Sin Limitaciones	1368,1	3.61
Zona Urbana	128,8	0.34
Zona Optas Para Pastos	1887,3	4.98
Zonas Sin Uso Agropecuario	3873,1	10.22
Total	37896,9	100.00

Fuente: PDOT GADMP 2020

Mapa # 03. Uso Actual del Suelo



Fuente: PDOT GADMP 2020

2.2 FACTOR AMBIENTAL

2.2.1 FLORA

Flora o vegetación natural representativa del cantón con algún tipo de presión a este recurso, el avance de la frontera agrícola se ubica en 3.839 hectáreas lo que representa el 10,18% del territorio. La ausencia de cobertura vegetal genera exposición a la erosión, migración de vida animal, deslizamientos en masa.

El Gad municipal de Pallatanga, a través de la Unidad de Gestión ambiental, genera políticas públicas, procedimientos y acciones comunitarias que permiten generar en los pobladores de la zona rural de manera especial conciencia para la conservación de los recursos naturales, de manera que la flora local no se vea amenazada por la acción humana.

Seguidamente, se detalla el listado de las plantas más representativas en el territorio:

Tabla # 03. Recurso Flora bajo presión

Recurso	Descripción del recurso bajo presión	Causa de degradación
FLORA	Cade	Deforestación
	Palmito	Deforestación
	Morete	Deforestación
	Laurel	Deforestación
	Cedro	Deforestación
	Motilón	Deforestación
	Nogal	Deforestación
	Guarumo	Deforestación
	Arrayán	Deforestación
	Naranja de monte	Deforestación
	Tunda	Deforestación
	Cascarilla	Deforestación
	Palma de cera	Deforestación
	Amarillo	Deforestación
	Fernan Sánchez	Deforestación
Cativo	Deforestación	

Fuente: PDOT Pallatanga 2014

2.2.2 FAUNA

Existe un nuevo término para la pérdida de especies faunísticas denominado *DEFAUNACIÓN* a nivel mundial es un proceso muy acelerado, en comparaciones realizadas en la actualidad con 500 años atrás, ni siquiera la extinción de los Dinosaurios es comparada con el grado de extinción faunística actual.

La provincia de Chimborazo y el cantón Pallatanga no son la excepción el 100% de la pérdida de animales nativos es por la deforestación de vegetación nativa, otros de los factores son la caza indiscriminada, asentamientos humanos y la agricultura

Tabla # 04. Recurso Fauna bajo presión

Murciélago	Deforestación
Venado	Deforestación
Armadillo (Cachicambo)	Deforestación
Guatusa	Deforestación
Raposa	Deforestación, asentamientos humanos
Puerco espín	Deforestación
Chucuri	Deforestación
Tigrillo	Deforestación, asentamientos humanos
Cusumbo	Deforestación
Cuchucho	Deforestación
Ardilla	Deforestación
Puerco zahino	Deforestación, caza indiscriminada
Oso	Deforestación, asentamientos humanos
Huirachuro	Deforestación
Tórtola	Deforestación
Garrapatero	Deforestación
Jilguero	Deforestación
Azulejo	Deforestación
Golondrinas	Deforestación
Gorrión	Deforestación
Loro	Deforestación, Agricultura
Carpintero rojo y blanco	Deforestación
Lechuza	Deforestación
Perdiz	Deforestación
Quinde o Colibrí	Deforestación
Mirlo	Deforestación
Pájaro brujo	Deforestación

Fuente: PDOT Pallatanga2014

Las especies de flora y fauna que se han descrito BAJO PRESIÓN son aquellas que se encuentran amenazadas, considerando la acción humana en actividades como la agricultura, la deforestación y asentamientos humanos.

Finalmente, las condiciones geográficas y climáticas, han posibilitado que Pallatanga tenga una importante biodiversidad, lo que puede ser gestionado adecuadamente para fortalecer el turismo de investigación, interpretación

ambiental, birdwatching, y otras actividades comunitarias en el contexto de turismo vivencial

2.2.3 HIDROLOGÍA

Según lo menciona el PDOT 2016, en información actualizada por el área técnica de ambiente del GAD Municipal, el cantón Pallatanga forma parte de la Cuenca del río Guayas en 99,83% y de un 0,17% de la cuenca del Pastaza El río Coco es el que presenta mayor disponibilidad de agua, 72%, y determina una oportunidad para desarrollar iniciativas productivas.

Los ríos Huitzitze y Coco por atravesar áreas pobladas están expuestos a la contaminación por diferentes ámbitos como lo son los sectores comerciales, industriales, alimenticios y de servicio. El río Coco es el receptor de las aguas residuales del área urbana, no existe un tratamiento de aguas residuales apenas el 35.96% de las viviendas dispone de acceso a la red pública de alcantarillado.

Seguidamente se detallan las amenazas, riesgos y acciones emprendidas para minimizar su impacto en el territorio:

Tabla # 05. Amenazas, riesgos y acciones

AMENAZAS	NATURALES	RIESGO	ACCIONES
	Deslaves	Peligro de accidentes	Plan de contingencia
	Inundaciones	Destrucción de viviendas y cultivos	Plan de contingencia
	Sismos	Daños estructurales viviendas, vías, pérdidas humanas	Plan de contingencia
	ANTRÓPICAS	RIESGO	ACCIONES
	Avance de la frontera agrícola	Pérdida de la cobertura vegetal, amenaza a la biodiversidad	Delimitación de zonas agrícolas y conservación de ecosistemas
	Incendios	Amenaza a la biodiversidad	Talleres de socialización, capacitación ciudadana
	Deforestación	Erosión de los suelos	Reforestación

Fuente: Unidad de Gestión de Riesgos 2022

2.3 FACTOR ECONÓMICO

2.3.1 ECONOMÍA LOCAL

La economía se basa en los sectores primario, secundario y terciario, por su ubicación geográfica goza de un clima ecuatorial mesotérmico semi-húmedo de alta montaña, que permite contar con productos de sierra y costa. La diversidad económica, como clave de la transición, es indisociable de una democratización económica que abarca varias dimensiones: el acceso a recursos en condiciones equitativas; la revalorización y el fortalecimiento de actores, territorios, procesos y relaciones económicas, especialmente de aquellos que han afrontado desventajas que determinan su empobrecimiento; y la participación directa en la toma de decisiones. Como fue el caso, en el año 2011, el producto fréjol seco se entregaba al programa alimentate Ecuador para atención de los niños de educación básica, sin embargo, el convenio duró dos años por lo que los precios se mantenían atractivos entregando márgenes de utilidad.

2.3.2 TRABAJO Y EMPLEO

La economía del cantón se basa en actividades de carácter agrícola y ganadero; mientras que las actividades de manufactura, construcción, comercio, educación y otras se desarrollan en el sector urbano. La PEA es 6.291 personas, 1.665 son actividades no identificadas; mientras que el número de personas ocupadas es de 4.626; 2.830 son hombres, 1.796 son mujeres, además se registra que el 2% de las personas ocupadas presentan alguna discapacidad, los trabajadores y empleados son de origen nacional, sea indígena o mestizo.

Tabla # 06. Población económicamente activa por rama de actividad

Rama de actividad (Primer nivel)	Casos	%	Acumulado %
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	2.869	45,60%	45,60%
Explotación de minas y canteras	2	0,03%	45,64%
Industrias manufactureras	135	2,15%	47,78%
Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado	4	0,06%	47,85%
Distribución de agua, alcantarillado y gestión de desechos	6	0,10%	47,94%
Construcción	198	3,15%	51,09%
Comercio al por mayor y menor	343	5,45%	56,54%
Transporte y almacenamiento	95	1,51%	58,05%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	134	2,13%	59,93%
Información y comunicación	23	0,37%	60,29%
Actividades financieras y de seguros	9	0,14%	60,44%
Actividades profesionales, científicas y técnicas	14	0,22%	60,66%
Actividades de servicios administrativos y de apoyo	15	0,24%	60,90%
Administración pública y defensa	103	1,64%	62,53%
Enseñanza	104	1,65%	64,19%
Actividades de la atención de la salud humana	38	0,60%	64,79%
Artes, entretenimiento y recreación	5	0,08%	64,87%
Otras actividades de servicios	53	0,84%	65,71%
Actividades de los hogares como empleadores	134	2,13%	67,84%
No declarado	277	4,40%	72,25%
Trabajador nuevo	81	1,29%	73,53%
Actividades no identificadas	1.649	26,21%	100,00%
Total	6.291	100,00%	100,00%

Fuente: PDOT Pallatanga 2014

2.3.3 RELACIÓN ENTRE SECTORES ECONÓMICOS: PRIMARIO, SECUNDARIO, TERCIARIO VS POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA VINCULADA EN CADA UNO DE ELLOS.

Los sectores primario, secundario y terciario, son de varios tipos, generación de materias primas, productos y servicios que se venden. Cada sector se apoya sobre el otro para funcionar y mantener la economía en niveles altos en la población.

Tabla # 07. Sectores de la economía

No	Sector		PEA	%
1	Primario	Agropecuario, minería	2.871	46%
2	Secundario	Manufacturera	504	8%
3	Terciario	Servicios	1.251	20%
4	Actividades no identificadas		1.665	26%
			6.291	100%

Fuente: PDOT Pallatanga 2014

El 46% corresponde al sector *Primario*, clasificado por la actividad agropecuaria, industria "extractiva". Éste incluye las industrias que producen o extraen materiales crudos, incluyen la industria minera, como el carbón, el hierro, materiales pétreos y el aceite, que son extraídos como material crudo. El 8% corresponde al sector *Secundario*, compuesto por la industria manufacturera o de transformación de las materias primas producidas en el sector o fuera de ella. El 20% corresponde al sector *Terciario*, la economía es la de servicios, las empresas de servicios no proporcionan un bien físico como el sector primario o el secundario, pero proporcionan valor.

No obstante que el cantón tiene un alto potencial hídrico, recursos y atractivos naturales, así como un alto potencial agrícola; estos elementos que generan la dinámica económica, pueden presentarse como una oportunidad para la asociatividad, el comercio justo y el ingreso de recursos económicos en las comunidades, de manera especial si se desarrollan emprendimientos turísticos ligados a la práctica agrícola, es decir emprender en el agroturismo como una actividad integradora, que potenciaría al desarrollo gastronómico en el territorio.

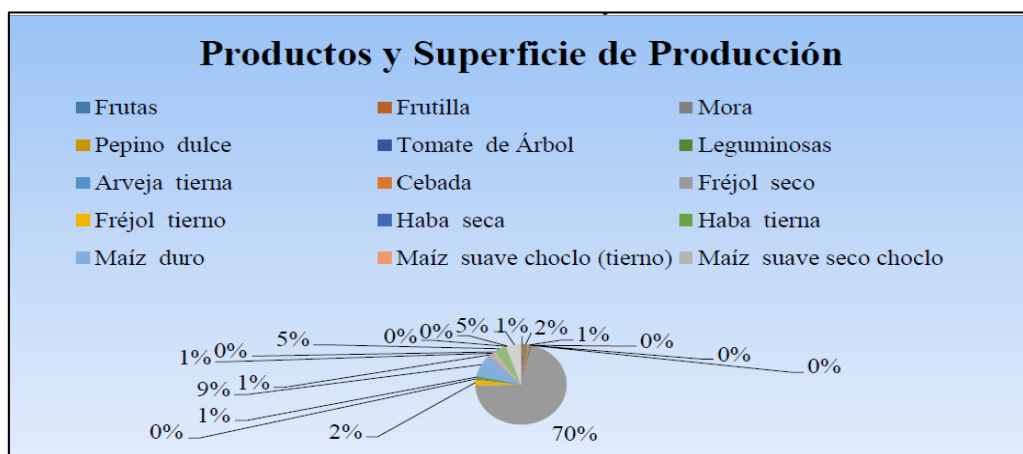
2.3.4 SISTEMA DE PRODUCCIÓN AGRÍCOLA

Los variados productos agrícolas que abastecen el mercado local y nacional, ocupan un espacio de producción de 3.946ha, constituida como la principal actividad agrícola y de ingresos en los habitantes del cantón. Las variedades de productos se desarrollan en la zona baja, media y alta que permiten entregar al mercado productos de calidad en frutas, leguminosas y tubérculos. Los índices de utilidad

están dados por la mayor inversión, esto es, en el tomate riñón se invierte 6.915,55 dólares, en la adquisición de 20.000 plántulas, proceso de producción, costos de mano de obra calificada y no calificada, materiales y fertilizantes empleados, da como resultado el 38,82% de utilidad en toda la temporada de productiva.

Se tiene al frejol seco, con un costo de producción de 993 dólares por ha, incluido semillas, mano de obra, control fitosanitario, se tiene un rendimiento de 675kg/ha, lo que da una rentabilidad del 17,25%. En la producción de la papa, que se desarrolla en la zona media y alta, tiene un costo de producción de 2.487 dólares por ha, en el cual se encuentra contemplado semillas, mano de obra y controles fitosanitarios, sin embargo, al final del período se tiene una rentabilidad del 20,63% en el proceso de producción. En la producción del maíz duro se invierte 930,40 dólares, contempla los costos de la semilla, mano de obra, y el control fitosanitario, al final del proceso productivo se tiene 31,66% de beneficio, los precios están dados por la oferta y la demanda de los productos.

Gráfico # 05. Productos y superficies de Producción



Fuente: PDOT Pallatanga 2014

Los cultivos transitorios comprenden 20 productos, detallados en el gráfico anterior: Principales Productos, distribuidos en 3.709,87ha en las tres zonas. En cambio, los cultivos permanentes comprenden 267ha, se desarrollan los siguientes productos: Aguacate, banano, cacao, café, capulí, caña de azúcar, guayaba, higo, lima, limón, mandarina, manzana, mora, naranja, papaya, plátano, taxo, tomate de árbol, naranjilla, pina, toronja, granadilla. Entre los tubérculos de gran valor medicinal como la Jícama y la caña agria, en la actualidad no se cultivan en gran escala, debido a que existe desconocimiento sobre la importancia de estos dos productos. Los cultivos del cantón cuentan con reducidos sistemas de riego que garantice la

producción en la temporada de verano, en las comunidades se conduce por canal abierto, lo que perjudica regar mayor número de hectáreas.

Foto # 03. Trilla de fréjol



Fuente: Unidad de Turismo GADMP

2.3.5 SISTEMAS DE PRODUCCIÓN PECUARIO

Dentro del cantón se tiene 6.265 cabezas de ganado vacuno, de los cuales 1.051 cabezas son de raza mestiza y 26 cabezas de ganado pura sangre, a diferencia de raza criolla. Se tiene 2.753 cabezas de ganado en producción, el ganado se encuentra registrado mediante el sistema del arete realizado por el MAGAP y Agrocalidad. El caso de Pallatanga, reflejado en el rendimiento y productividad de cada una de las especies, en vacunos se tiene 6.265 cabezas, de las cuales 2.753 cabezas de ganado se encuentran en producción con un rendimiento de 6,31Lt/vaca día, dando una productividad de 17.372 l/leche/día, de manera preferencial se desarrolla en los siguientes sectores la producción: Bayampamba, Bisniag, Chayahuan, Asociación de Productores, El Olivo (Asociación Agrícola y Ganadera), Gahuin Chico, Gahuin Grande Asociación de Productores, Guangashí la Tigra, Jalubí, Jesús del Gran Poder, Jipangoto La Dolorosa, Las Rosas, Los Santiagos, Malpote, Chiriyacu, Marcuspamba, Palmital, Panza Chico, Panza Redonda, San Francisco de Bushcud, San Francisco de Trigoloma, San Jorge Alto (consorcio de Frijoleros), San Jorge Bajo, San José del Pajón, San Juan de Trigoloma, San Miguel de Jipangoto, San Nicolás, Sucuso (Organización Social de Participación Nuevo Bilbao), Villabamba Alto, Yaguarcocha, Yaguarcocha Alto (Asociación Galte Ambrosio Laso).

Foto # 04. Ganado pura sangre



Fuente: PDOT Pallatanga 2014

Foto # 05. Ganado criollo



Fuente: PDOT Pallatanga 2014

2.4 FACTOR POLÍTICO

“Pallatanga fue el pueblo aborígen más importante que habitó el Valle de los Camayos o de los Encomenderos, al occidente de la actual provincia de Chimborazo.

Gracias a su posición estratégica recibieron algunas influencias de las culturas que florecieron en sus inmediaciones, como la Panzaleo, Puruhá, Cañari, Lausíes, Yaguachi y Chimbo”. Mediante la promulgación de la Ley No 26, publicada el 13 mayo de 1986, en el Registro Oficial No. 434, en el que se creaba el cantón Pallatanga y automáticamente entra en vigencia en esa fecha. Uno de los sueños que se hizo realidad después de un año de lucha en las diversas instancias del Estado.

Actualmente las autoridades municipales conforman el Concejo Municipal de la siguiente manera:

Tabla # 08. Dignidades cantonales

Dignidad	Nombre	Partido o movimiento político
Alcalde	Sr. Enrique Granizo Muñoz	Democracia Sí
Vicealcalde	Sr. Franklin Muñoz Granizo	Creo
Concejal	Lic. Martha Borja Gavidia	Pachacutick
Concejal	Sr. Robinson Granizo Haro	Pachacutick
Concejal	Sr. Enrique Daquilema	Democracia Sí
Concejal	Sr. Silverio Márquez	Cambio

Elaborado por: Unidad de Turismo GADM Pallatanga

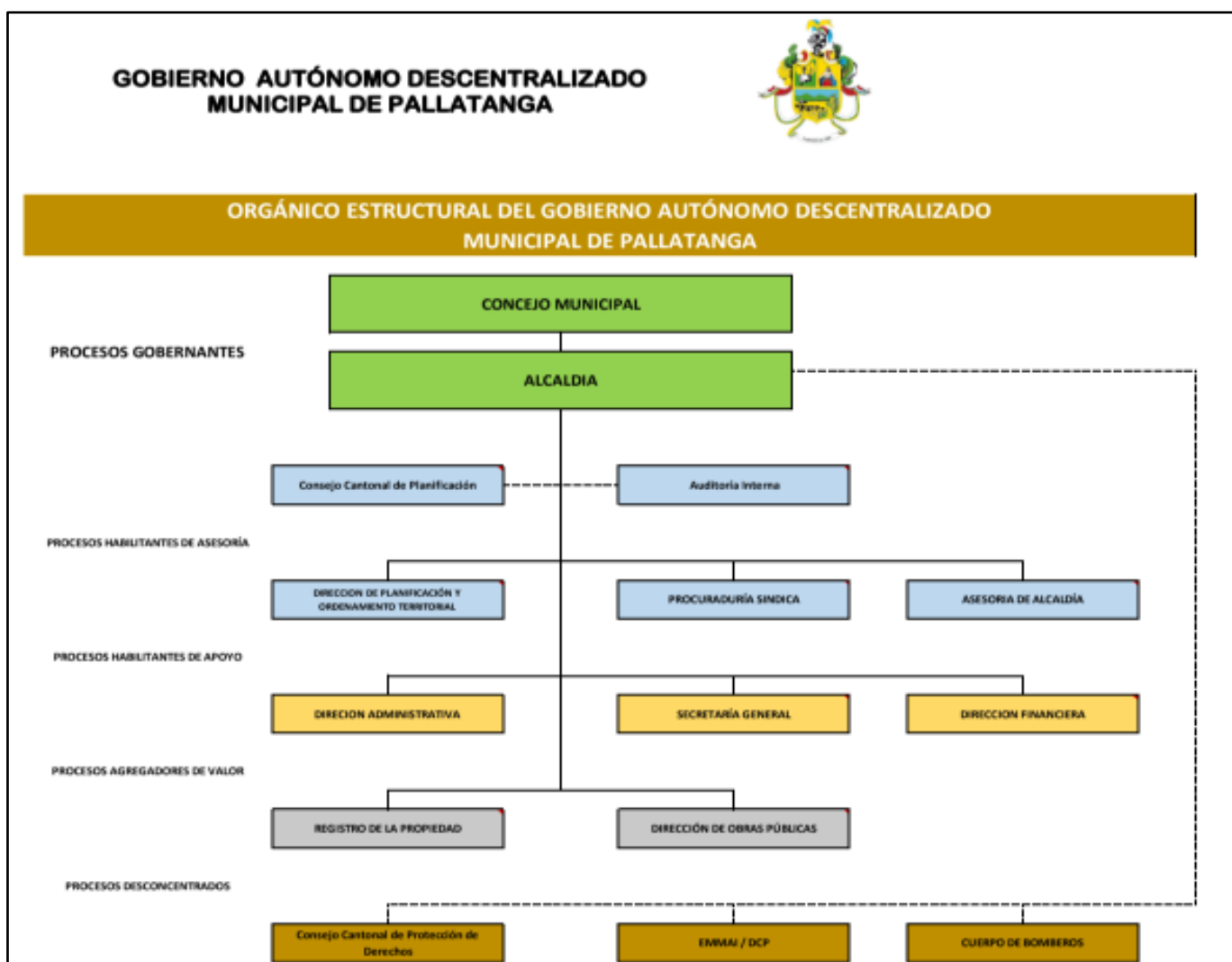
Además, de cargos de libre remoción determinados desde la Gobernación provincial, así se tiene en la Comisaría de Policía al Sr. Fabián Guamán y al Jefe Político el Abg. Javier Vimos.

De manera general, las instituciones dependientes del régimen estatal acantonadas en territorio son:

- Gad Municipal de Pallatanga.
- Jefatura Política.
- Comisaría de Policía.
- Policía Nacional.
- Distrito de Educación Pallatanga-Cumandá.
- Centro de Salud Pública.
- Oficina Técnica Ministerio de Agricultura.
- BanEcuador.
- Empresa Eléctrica Riobamba S.A sucursal Pallatanga.
- Oficina Técnica CNT.
- Unidad Judicial Multicompetente.
- Fiscalía.
- Notaría.
- Registro de la Propiedad.
- Cuerpo de Bomberos.
- Dispensarios IESS-Seguro campesino.
- Liga Deportiva Cantonal.

2.4.1 ORGÁNICO ESTRUCTURAL

Gráfico # 06. Orgánico Estructural Gad Pallatanga



Fuente: Manual de Funciones GADM Pallatanga 2017

Conforme el Manual de Funciones vigente, se determina que dentro del orgánico estructural la Unidad de Turismo forma parte de la Dirección de Planificación y Ordenamiento Territorial.

2.4.2 ORGÁNICO FUNCIONAL DE LA UNIDAD DE TURISMO

Según se detalla en el Manual de funciones vigente del GADM Pallatanga aprobado en el año 2017, se determinan como funciones de la Unidad de Turismo las siguientes:

Art. 21. De las Funciones específicas:

1. Controla y supervisa lo que dispone la ley de Turismo, las ordenanzas, reglamentos, y demás leyes en materia de turismo que se encuentran vigentes;
2. Actualiza periódicamente el catastro turístico del cantón, así como el inventario de los recursos naturales, patrimonio tangible e intangible, el mismo que deberá sujetarse a lo que dispone el INPC, el COOTAD, la Ley de Turismo y su Reglamento;
3. Elabora y presenta el Plan Operativo Anual de Turismo del Cantón, así como los reportes del catastro turístico, inventario de atractivos y acciones encaminadas a la promoción turística del Cantón ante los organismos competentes;
4. Califica, entrega y renueva las licencias anuales de funcionamiento de los prestadores de servicios turísticos del cantón. Controla y vigila las actividades turísticas en el cantón, en función del Reglamento establecido por el Ministerio de Turismo;
5. Dirige y planifica la actividad turística en el cantón en materia de investigación, estudios, promoción, capacitación, diseño y gestión de proyectos; y,
6. Dicta sanciones, en coordinación con el Ministerio de Turismo, a aquellos servicios o establecimientos turísticos que incumplieren las disposiciones de la Ley de Turismo y su respectivo Reglamento; y, las normas nacionales y locales vigentes.

2.4.3 DESCRIPCIÓN DE LA CAPACIDAD OPERATIVA DE LA UNIDAD DE TURISMO

El Gad Municipal de Pallatanga, es uno de los municipios más pequeños, por lo que la estructura orgánica funcional, es variable conforme el alcalde de turno. Para el año 2009, la gestión turística cantonal era desarrollada por el funcionario responsable de proyectos; en la siguiente alcaldía para el año 2012, se crea la unidad de turismo que también se encarga del área de ambiente, hasta ese momento al frente una sola persona. A partir del año 2014 en la siguiente administración municipal, se encarga al técnico de turismo también el área patrimonial, ahora con el apoyo de una asistente con conocimientos en turismo; para la actual administración a más de turismo y patrimonio, se encarga al técnico responsable la administración del Parque Acuático Pallatanga.

La Unidad de Turismo depende de la Dirección de Planificación y Ordenamiento Territorial, cuyo director al momento es el Arq. Danny Encarnación Castro, el técnico responsable de la Unidad de Turismo es el Mg. Javier Gonzalo Barahona Ibarra y la Asistente de este despacho es la Ing. Lleni Patricia Arias Jara. Algunos detalles se determinan en el siguiente cuadro:

Tabla # 09. Capacidad Operativa Unidad de Turismo

DIRECCIÓN	UNIDAD	NRO DE SERVIDORES	NOMBRE DEL PUESTO	PERFIL PROFESIONAL	EXPERIENCIA EN EL CARGO
Planificación y Ordenamiento Territorial	Turismo	1	Técnico de Turismo	Mg. Gerencia de Proyectos de Ecoturismo	12 años
		1	Asistente de Turismo	Ing. Administración de empresas turísticas	8 años

Elaborado por: Unidad de Turismo GADM Pallatanga

Dentro de las responsabilidades en el ámbito turístico se encuentran el cumplimiento de las Competencias transferidas desde el Gobierno Central, Planificación, Control, Regulación Y Promoción Turística; además del cumplimiento de las ordenanzas correspondientes como generar proyectos turísticos, articular procesos de desarrollo turístico con entidades públicas y privadas, entre las fundamentales.

La gestión patrimonial cantonal en cumplimiento de lo que determina la Ley de Cultura y Patrimonio es realizada por el Arq. Alexis Zavala.

Finalmente, uno de los principales atractivos turísticos es el Parque Acuático cuya Administradora es la Ingeniera Paola Granizo, a continuación, el despliegue de las responsabilidades establecidas en la ordenanza, como son:

Art. 8.- De la Administración y Mantenimiento.- La administración y mantenimiento del Parque Acuático Municipal estará a cargo de un Administrador, quien será designado por el Ejecutivo y coordinará con las siguientes Unidades y Direcciones: Turismo, Planificación, Obras Públicas en lo relacionado a su mantenimiento general de instalaciones, maquinaria y equipos, y todas las áreas que forman parte del mismo; Dirección Financiera en la dotación de recursos y recaudación de tributos; Dirección Administrativa referente a Compras Públicas; Cuerpo de Bomberos con su personal y equipamiento; Asesoría Jurídica en lo referente a temas legales; de requerirse personal operativo para su cabal funcionamiento, las designaciones se realizarán en base a lo que dispone el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización, la Ley Orgánica de Servicio Público y más disposiciones legales aplicables.

Son responsabilidades del Administrador del Parque Acuático las siguientes:

- a) Formular el Plan Estratégico Empresarial según sus propias orientaciones, coherentes con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial.

- b) Presentar los planes operativos anuales aprobados, hasta el 31 de octubre de cada año.
- c) Generar un mapa de riesgo anual, en coordinación con la unidad de riesgos.
- d) Impulsar las actividades que fortalezcan el desarrollo turístico del cantón.
- e) Recomendar la contratación del personal idóneo, necesario para el correcto funcionamiento del complejo.
- f) Vigilar, para el buen uso de los bienes y servicios que presta el parque acuático municipal.
- g) Recibir de cualquier usuario por escrito, toda queja, reclamo o denuncia que se relacione con el servicio prestado.
- h) Llevar el registro diario del número de personas que ingresan hacer usos de las instalaciones del parque acuático, además del personal que labora bajo su cargo.
- i) Coordinar el cuidado de las instalaciones y la integridad de los bienes existentes.
- j) Llevar los inventarios actualizados de los bienes inmuebles en coordinación con la guardalmacén, para mantener un control y buena conservación de los mismos.
- k) Coordinar los trabajos de mantenimiento y otros que tengan carácter de urgente.
- l) Realizar un proyecto de presupuesto anual de los gastos, mismo que conocerá la Dirección Financiera Municipal, a fin de que sea considerado en el presupuesto institucional, previa aprobación del consejo municipal.
- m) Tomar las medidas necesarias para precautelar la integridad física de los usuarios del Parque Acuático, y la seguridad de sus bienes.
- n) Mantener todas las normas sanitarias y de limpieza en todas las instalaciones del Parque Acuático.

- o) Solicitar a la Dirección Financiera la elaboración e impresión de los boletos, tiqueteras y otros mecanismos de control, con los debidos distintivos de la institución, que serán adquiridos sin excepción por parte de los usuarios.
- p) Las demás que determine la Administración Municipal.

Equipos de la Unidad de Turismo municipal

Al respecto se menciona que ante el limitado presupuesto municipal la Unidad de Turismo cuenta con:

- 2 laptops
- 1 impresora
- 1 cámara fotográfica

Ordenanzas e instrumentos de planificación turística

Para la planificación turística el Gad municipal Pallatanga cuenta con:

Tabla # 10. Capacidad Operativa Unidad de Turismo

INSTRUMENTO	ORDENANZA
Plan de Marketing Turístico (2014)	Ordenanza para regulación de actividades de turismo sostenible para el cantón Pallatanga(2011)
Plan de reactivación Turístico Post Covid (2021)	Ordenanza sustitutiva que regula los valores por el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento de los establecimientos turísticos (LUAF) en el cantón Pallatanga (2020)
Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2020)	
Convenio de Transferencia de Competencias Gad Pallatanga-Ministerio de Turismo (2008)	
Transferencia de atribuciones y funciones de la resolución 0001-CNC-2016 (2016)	
Convenio de Cooperación Interinstitucional Gad Municipal de Pallatanga-Escuela Superior Politécnica de Chimborazo (2021)	

Elaborado por: Unidad de Turismo GADM Pallatanga

2.5 FACTOR CULTURAL

Según INFOPLAN, Pallatanga cuenta con 7.534 habitantes, población mestiza que corresponde al 65.25%, indígenas por autodefinición el 30.87% que corresponde a 3557 habitantes el 65% pertenecen a la nacionalidad Puruhá, el 25% al Kichwa de la sierra y el 10% a las nacionalidades: Otavalos, Shiwiar, Shuar, Andoa, Waranka, Kañari y Saraguro; se definen como blancos 315 habitantes, que comprende el 2.72%; 67 afrodescendientes, 0.58%; 25 montubios, 0.22% y a otras nacionalidades el 0.36%.

Según encuesta realizada de los indígenas auto identificados del cantón hablan el idioma kichwa en su mayoría y los dos idiomas (Kichwa y el español) el 61.17%, se encuentran distribuidas en 22 comunidades.

2.5.1 PATRIMONIO CULTURAL TANGIBLE E INTANGIBLE

De acuerdo a los registros de Sistema Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador actualizado a 2021(SIPCE) se tienen los siguientes patrimonios por categoría:

Tabla # 11. Tipología del Patrimonio cantonal

CATEGORÍA	CANTIDAD
Patrimonio Mueble	4
Patrimonio Inmueble	13
Patrimonio Arqueológico	3
Patrimonio Inmaterial	71
Patrimonio documental	4

Elaborado por: Unidad de Turismo GADM Pallatanga

De manera general dentro del patrimonio inmaterial del cantón se mencionan como sobresalientes:

Cultivos ancestrales

Las actividades agrícolas ancestrales son practicadas por 19 comunidades, el 57% de ellos realizan las actividades agrícolas de manera tradicional, arado jalado por bueyes, y el 43% con azadón.

Tradiciones comunitarias

Aún se observa la solidaridad y unión. Sus habitantes van perdiendo sus tradiciones como las mingas y el “cambiamanos” o apoyo para actividades agrícolas y de la construcción, que luego es retribuido ese apoyo en beneficio del que primero ayudó.

Fiestas y Celebraciones

El 41% de las comunidades se identifican como católicos, 35% católicos y evangélicos y el 16% como evangélicos. El 70% de la ciudadanía de la zona urbana

son católicos y el 30% pertenecen a las diferentes religiones (adventista, Testigos de Jehová, Evangélicos y otros).

Fiestas religiosas

La celebración de las fiestas religiosas es motivo de unión comunitaria y reencuentro familiar, producto de la migración. La jocha es practicada por el 3% de las personas en la celebración de las fiestas religiosas y no religiosas.

Tabla # 12. Celebraciones Religiosas

Celebración religiosa	Fecha	Lugares	Comida típica
Niño Jesús	Diciembre	11	Hornado con mote y chicha
Virgen María	Agosto y Mayo	3	Fritada con choclo, humas con café
San Pedro	Junio	2	Papas con cuy, hornado, chicha y puro
San Francisco	Octubre y noviembre	2	Caldo de gallina criolla, colada morada
Virgen de las Mercedes	Septiembre y octubre	2	Hornado y caldo de gallina criolla
Virgen del Perpetuo Socorro	Noviembre	1	Caldo de gallina criolla y torta
Rey de Reyes	Enero	1	Hornado y chicha
Los 3 Reyes	Diciembre	1	Hornado y caldo de gallina
San Vicente Ferrer	Septiembre	1	Hornado
San Miguel	Septiembre	1	
Virgen de Lourdes	Agosto	1	Hornado, chicha
Virgen Inmaculada	Diciembre	1	Fritada, caldo de gallina criolla
Virgen del Agricultor	Agosto	1	Hornado con mote
San Alfonso	Septiembre	1	Fritada con choclo, humas con café
Campaña Evangélica	Febrero y Agosto	3	Caldo de gallina, hornado con papas, granos tiernos de la comunidad, arroz con carne de res.

Fuente: PDOT Pallatanga 2014

Leyendas

Las leyendas que aún se mantienen en la memoria colectiva se detallan a continuación:

Tabla # 13. Leyendas

Comunidad	Leyenda
San Juan de Trigoloma	Cuento del carnaval
San Miguel de Jipangoto	Duende
Nuevo Bilbao	Fecha de evacuación
Bushcud	Laguna encantada
Gahuín Chico	El Oso

Fuente: PDOT 2014

Gastronomía

Pallatanga, es un cantón eminentemente agrícola, la variada producción ha hecho que los emprendedores gastronómicos innoven unos y otros mantengan la gastronomía como parte de la transmisión oral de sus antepasados, así se puede mencionar los siguientes platos:

Foto # 06. Fritada



Fuente: Archivo U. de Turismo 2019

Descripción: Se coloca la carne de cerdo picada en trozos pequeños en una paila de bronce, preferentemente se añade pepas de ajo, comino en pepa y sal, el agua dependiendo de la cantidad de carne, algunos colocan cerveza, luego se cocina hasta que toda el agua o cerveza se seque, con una cuchara de palo se revuelve esporádicamente. Este procedimiento dura aproximadamente 30 minutos dependiendo de la cantidad.

Después, se agrega manteca de choncho misma que sale de la preparación del chicharrón, esto hará que se adhiera el sabor y la carne se dore. Se debe tener precaución para que la carne no se pegue ni se queme. Una vez lista, se sirve la fritada con mote, tostado, maduro frito, encurtido con lechuga y ají, también es frecuente servirlo con choclo cocinado.

Foto # 07. Arroz con Menestra de Fréjol y Carne



Fuente: <https://www.goraymi.com>

Descripción: La menestra de fréjol se sirve junto con arroz, plátanos patacones, ensalada y la proteína que su preferencia sea pollo, carne de res, carne de choncho, pescado o un huevo frito para la opción vegetariana. La menestra no sería un plato completo sin estos acompañamientos, el arroz absorbe los jugos de la menestra, los plátanos maduros le dan ese contraste dulce, la ensalada con tomate, cebolla curtida y aguacate, le dan ese toque de acidez y frescura. La mayoría de los restaurantes le dan la opción al cliente de escoger si desea carne, pollo, pescado para acompañar la menestra.

Foto # 08. Muchines de Yuca



Fuente: <https://cookpad.com/ec/recetas/11123443-muchines-de-yuca>

Descripción: Se pela, se lava y seca la yuca, luego se procede a rallarla, una vez rallada, se añade un huevo, cucharadita de mantequilla y sal al gusto, se mezcla bien y está lista la masa. Se ralla el queso, se da forma a los muchines (elíptica) rellenándolos con queso, una vez precalentado el aceite, se procede a freírlos. Para servirlos hay varias opciones, solos, o acompañados con una taza de café, otra manera de presentarlos es espolvoreados de azúcar o en otros casos bañados en miel de panela.

Foto # 09. Caldo de Gallina criolla



Fuente:<https://recetasdecomidaecuatoriana.com/caldo-de-gallina-criolla>

Descripción: El caldo de gallina criolla, es un plato muy simple, y tradicional en el cantón especialmente de consumo familiar, en cuanto a su preparación, el tiempo de cocción varía en función del tipo de presas a utilizar y la edad del animal por lo general mientras más vieja la cocción puede ser más larga, para suavizar la carne.

Para la preparación es simple, se cocina las presas de gallina con sal, luego se le añade la yuca, zanahoria, aliños, hierbas tradicionales, cebolla, finalmente una vez listo se lo sirve y se lo decora con hierbas de perejil o cilantro finamente picadas.

Foto # 10. Hornado



Fuente: www.laylita.com

Descripción: Se limpia bien la pierna de chanco y se la pone en una bandeja o un recipiente grande donde se lo pueda marinar. Se coloca el aliño con el ajo machacado, cebolla, y condimentos. Para darle ese color rojizo intenso también se puede agregar un poco de achiote molido a esta mezcla. Se aliña la carne realizando incisiones previas para garantizar su adecuada saborización. Se Agrega la cerveza (o chicha o la mezcla de cerveza con sidra y jugo de naranja) de 48 a 72 horas. Una vez horneada, sirva con los acompañantes de su preferencia, incluyendo mote blanco, curtido de cebolla y tomate, agrio, lechuga y ají criollo o salsa picante.

Foto # 11. Tortillas de Trigo asadas con café Pallatanguño



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=KG4pjLTCjPo>

Descripción: En un recipiente tamizar la harina con la sal, agregar la mantequilla y la leche poco a poco, amasar fuertemente hasta obtener una masa suave. Tomando porciones adecuadas de masa, hacer bolas y luego adelgazarlas con un bolillo sobre una tabla de amasar se coloca suficiente queso con rallado achiote. Asarlas en un tiesto (de no tenerlo, utilizar una sartén de teflón, hasta que tomen su color característico de ambos lados (ver foto) y servirse con un delicioso café

pallatanguero pasado en chuspa. Estas tortillas son tradicionales, aunque las puede encontrar en la zona urbana, nada mejor que servirse en la Cafetería de la Abuela en la Comunidad de Tricoloma.

Foto # 12. Dulce de fréjol



Fuente: Archivo U. de Turismo 2021

Descripción: Este dulce realizado por nuestras abuelitas utilizando distintas variedades de fréjol que se produce en el cantón, como canario, fréjol negro son los más utilizados, para la preparación se licua los frijoles cocidos y escurridos con 3 cucharadas de leche hasta tener una masa uniforme. Cuela para separar los restos de cáscara. En una olla, se mezcla la masa de frijol con el resto de la leche, el azúcar, el ron y el jugo de la naranja, se calienta hasta que comience a hervir, se debe mover constantemente. Una vez que hierve se baja la llama de fuego y durante una hora se lo cocina, una vez que puedas ver el fondo de la olla, el dulce ¡está listo! Se deja enfriar a temperatura ambiente y se sirve con galletas, pan o tortilla de harina.

Foto # 13. Sancocho de chancho



Fuente: www.cookpad.com

Descripción: Este caldo muy tradicional en los hogares pallatanguños para disfrutar en familia el fin de semana, el rabo de chancho le da un sabor peculiar junto con las yucas del cantón que tienen un sabor diferente y le agregan una textura adecuada a este sancocho, para la preparación, Aliñamos y ponemos a hervir en una olla de presión los rabos, con el ajo cortado en láminas gruesas. Luego pelamos y picamos los demás ingredientes se pone a cocinar en otra olla. Cuando ya estén los rabos lo añadimos a lo anterior y dejamos hervir para unir los sabores.

Foto # 14. Tortillas de Papa china



Fuente: <https://www.youtube.com/watch?v=jh999AqWslY>

Descripción: Este tubérculo es muy tradicional en la zona del subtrópico de la Provincia de Chimborazo, una vez cosechado, se lo lava, se lo pela y cocina con sal, una vez cocido se lo maja con algo de agua de la cocción y con mantequilla, cuando está lista la masa se le da la forma de tortilla y se le rellena con abundante queso coloreado con achiote, una vez listas las tortillas y precalentado el sartén ligero de aceite, se lo dora y se lo sirve con café filtrado pallatanguño. Algunas abuelitas acostumbran a asar en tiesto las tortillas.

Dentro de la gastronomía local se destacan otros platos innovadores como:

Foto # 15. Dulce de jigacho



Fuente: Archivo U. de Turismo 2019

Descripción: Esta fruta subtropical que la encontramos en las comunidades de Jalubí, Galán con mayor frecuencia, tiene un sabor exótico, para su preparación, se procede a pelar el jigacho y cortarlo en pedazos pequeños. Se espolvorea un poco de azúcar y dejar reposar. A parte se hierve 2 tazas de agua con el azúcar, la canela, los clavos de olor y el limón. Se añade el jigacho y se cocina a fuego lento hasta que la fruta esté transparente. Se retira del fuego y enfría durante 2 horas. Se lo sirve con pan, galletas o queso sin sal.

Foto # 16. Bizcocho de achira con crema de café



Fuente: Archivo U. de Turismo GADMP 2019

Descripción: La achira es una planta muy común del subtrópico, pero poco utilizada, dentro de la innovación gastronómica, una de las emprendedoras locales propietaria del Restaurante Rinconcito Pallatanguño, se atrevió a recuperar este conocimiento y su uso, entonces procedió a elaborar este delicioso biscocho y a decorarlo con crema de café, otro producto tradicional y en auge en nuestro cantón. La preparación no es complicada Se pone la mantequilla en la batidora y se le va echando el azúcar poco a poco, luego los huevos enteros (excepto dejando dos claras) y la vainilla. Se saca de la batidora y se continúa mezclando con una cuchara de madera, se va agregando 1/3 parte de almidón de achira y 1/3 parte de leche hasta terminarse. Se vierte en un molde grande y al horno por 40 minutos a 350 grados Fahrenheit.

Foto # 17. Sorbete de achira con leche/naranja



Fuente: Archivo U. de Turismo GADMP 2019

Descripción: Esta refrescante bebida es de fácil preparación, se hierve la leche a fuego lento, con especias de dulce, se le integra el almidón de achira y la esencia de vainilla, en otro recipiente se carameliza azúcar al gusto y se integra a la leche, se deja enfriar y se sirve al ambiente o con enfriada en la nevera para el verano.

Para tener una variante en la preparación se cambia la leche por agua y se saboriza con zumo de naranja cocinada, para servir se la enfría en la nevera o se coloca cubitos de hielo.

2.5.2 PATRIMONIO

Arte

Las habilidades artísticas son poco conocidas, al momento no existe intervención de las entidades competentes (Ministerio de Cultura, Turismo, MIES, GAD Provincial y otros).

Tabla # 14. Tipos de arte

Arte	Cantidad	Lugar
Artesanías	6	Guapo Santa Martha, Bayampamba, Jalubí, Galte Ambrosio Lasso, Bushcud, Bisniag.
Cantantes	14	Guangashí, Chachacoma, San Juan de Trigoloma, Retorno, Jiménez, El Olivo, San Miguel de Jipangoto, Galte Ambrosio Lasso, Sucuso Nuevo Bilbao, El Ingenio, Las Rosas, Gahuín Grande, Gahuín Chico, Bisniag, Los Santiagos.
Grupos de danza	9	Sillagoto, Jalubí, Chachacoma, San Juan de Trigoloma, Galte Ambrosio Lasso, Sucuso Nuevo Bilbao, El Ingenio, Bushcud, Bisniag
Pintor	2	Matriz

Fuente: PDOT Pallatanga 2014

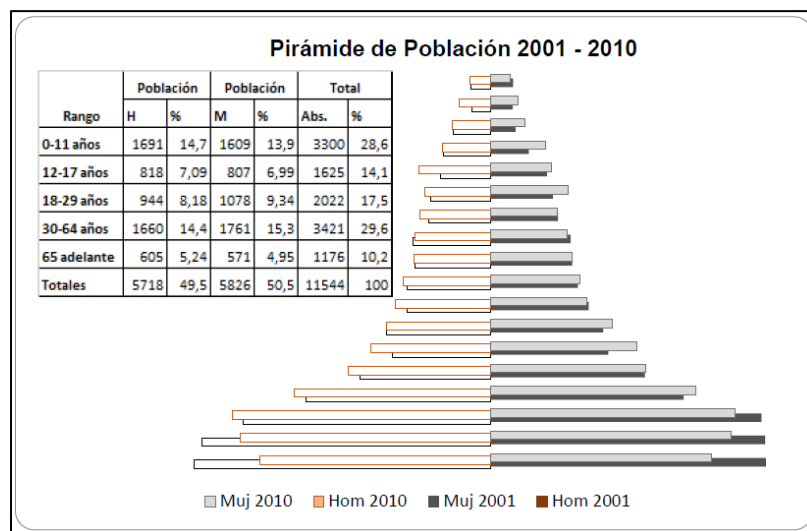
2.6 FACTOR SOCIAL

2.6.1 ESTRUCTURA DE LA POBLACIÓN

La composición de la población del cantón Pallatanga ha sido descrita mediante la pirámide poblacional que permite ver con claridad las características de la población por grupos de edad, en donde se identifica el número de hombres y mujeres de cada grupo quinquenal de edad, expresado en valores absolutos con respecto a la población total. Los rangos de edad, pertenecen a diferentes categorías como: niños (0 a 11 años), adolescentes (de 12 a 17 años), jóvenes (de 18 a 29 años), adultos (30 a 64 años), y adultos mayores (mayores de 65 años).

En la estructura poblacional en cuanto a los grupos edad, según la pirámide, observamos una parcial homogeneidad entre hombres y mujeres, observando una mínima mayoría de mujeres en relación a hombres, en los grupos de edad de: 18 a 29 años y de 30 a 64 años. La distribución poblacional en este caso es comprendida por niños(as) el 28,6%, adolescentes el 14.1%, jóvenes el 17,5%, adultos el 29,6 % y adultos mayores el 10,2%. Entre los grupos etáreos más representativos en el cantón se encuentran de niñas(os) 0-11 años con 28,6% y adultos de 30 a 64 años con 29,6%.

Gráfico # 07. Pirámide Poblacional



Fuente: PDOT Pallatanga 2014

2.6.2 DENSIDAD POBLACIONAL

La densidad de población denominada población relativa, se refiere al número promedio de habitantes de un área urbana y rural en relación a una superficie dada. En el cantón Pallatanga la densidad de población en el área rural es de 20,55 habitantes por kilómetro cuadrado, en cambio en la parte urbana la densidad población es de 1 347 habitantes por Km², esto demuestra que el sector más poblado del cantón es el área urbana. Este proceso de poblamiento ha generado el acelerado crecimiento de los barrios y los asentamientos humanos, que ha traído como consecuencia el crecimiento urbano desorganizado, la especulación de tierras urbanizables y el encarecimiento de las viviendas; al mismo tiempo la incapacidad de proveer los servicios básicos, la infraestructura y equipamiento de educación y salud; la degradación del medio ambiente y ocupación de las zonas de riesgo.

Tabla # 15. Densidad Poblacional

DENSIDAD POBLACIONAL			
		Población	
Población Rural	Km²	urbano	Km²
7.731	376,2	3.813	2,83
DENSIDAD	20,55	DENSIDAD	1347

Fuente: PDOT Pallatanga 2014

Población Económicamente Activa – PEA:

Pallatanga, es un cantón que no cuenta con parroquias, por lo que el análisis se realiza en función de la oferta general cantonal, así se tienen los siguientes resultados que se muestran en la siguiente matriz:

Tabla # 16. Relación PEA Cantonal

PEA	POBLACION TOTAL	PEA TOTAL	PEA TURISTICA
PROVINCIA	458581	200034	2386
CANTÓN	11544	5261	119
RELACIÓN	2,5%	2,6%	5,0%

Fuente: U. de Turismo 2022

Pallatanga representa respecto a la población total provincial el 2,5%, el análisis de la pea cantonal respecto a la total provincial el cantón representa el 2,6%; finalmente Pallatanga representa el 5,0% de la PEA Turística Provincial.

Distribución del PEA Turística por actividad

En relación a los datos de la matriz que antecede, se muestra en la siguiente matriz la distribución de la población económicamente activa en turismo y su relación con la provincia:

Tabla # 17. PEA Turística por actividad

PEA POR ACTIVIDAD ECONOMICA	PROVINCIA	PORCENTAJE	CANTÓN	PORCENTAJE	RELACIÓN
Alojamiento	644	27%	24	20%	4%
Alimentos & Bebidas	1503	63%	80	67%	5%
Recreación y esparcimiento	119	5%	12	10%	10%
Transporte	95	4%	1	1%	1%
Operación Turística	24	1%	2	2%	8%

Fuente: PDOT Provincial 2021

Respecto a la oferta turística provincial por actividad económica se tiene que la actividad con mayor PEA es la correspondiente a Alimentos y Bebidas y Pallatanga representa el 5% a nivel provincial; seguido por los servicios de alojamiento que representa el 4% de la oferta provincial. El tercer rubro corresponde a Recreación y esparcimiento con el 10% de la oferta provincial, le siguen la operación turística con el 8% y la operación turística con el 1%.

2.6.3 COBERTURA DE SERVICIOS BÁSICOS AGUA

Área urbana

Según lo determina el PDOT 2016, el abastecimiento de agua en el sector urbano, de acuerdo al censo poblacional de 2010, tiene un total de 1.041 viviendas, 857 viviendas se abastecen de la red pública que representan el 82,32%, mientras que 18 viviendas se aprovisionan de pozos que equivale al 1,73%, 163 viviendas se aprovisionan de ríos o vertientes que corresponden al 15,66% y tres viviendas se abastecen por otros mecanismos la cual representa apenas el 0,29%.

Área rural

En lo referente al servicio de agua para consumo humano, según datos del INEC de 1.932 viviendas del sector rural, 1.317 viviendas se abastecen de ríos, vertientes y acequias, esto pone en riesgo la salud de la población. La falta de tratamiento del agua antes de beberla provoca enfermedades infecciosas, por no poseer en sus viviendas agua potable (red pública), inodoro y alcantarillado. Finalmente, otras viviendas se abastecen de pozos o la obtienen en de la lluvia o albarradas.

El 90% de servicios turísticos se concentra en la cabecera cantonal, por lo tanto, contar con dotación de servicios básicos en este caso el agua de consumo doméstico, garantiza que los prestadores de servicios de alojamiento y alimentos & bebidas, pueden generar un servicio adecuado al visitante.

ENERGÍA ELÉCTRICA

Área urbana

El servicio de energía eléctrica es proporcionado por la Empresa Eléctrica Riobamba que cuenta con una oficina técnica y de cobranza en el cantón; según los datos del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial se cuenta con una cobertura del 97%, 1.015 viviendas; 26 viviendas no tienen energía eléctrica que representa el 3%. Esto nos indica que el sistema de energía eléctrica en el sector urbano es eficiente.

Área rural

La proveedora de servicio de energía eléctrica al sector rural es la Empresa Eléctrica de Riobamba S.A., el mayor número de viviendas están conectadas a la red de energía eléctrica, es decir 1.650 clientes cuenta con esta fuente; y 270 viviendas no poseen el servicio de energía. Lo que nos demuestra que EERSA en el sector rural es todavía deficiente.

Si se analiza la provisión de este servicio básico, el 100% de servicios turísticos cuenta con este, lo que genera seguridad tanto en el cliente como en el prestador de servicios, sin embargo, en el sector rural debe fortalecerse la colocación de energía eléctrica en las áreas consolidadas.

ALCANTARILLADO

Área urbana

Actualmente, de los 1142 usuarios de Pallatanga sólo 884 (79,44%) cuentan con nuevas conexiones domiciliarias de aguas servidas, de los cuales 191 (20,55%) usuarios no están conectados a la red de alcantarillado sanitario. La ubicación geográfica de las viviendas no permite realizar una conexión para estos usuarios, por lo que se ampliará la red de alcantarillado para insertar a estos usuarios, temporalmente privados de este servicio.

Respecto al alcantarillado pluvial según la información de la Dirección de Obras públicas Municipales existen 884 acometidas domiciliarias que corresponde al 90,49% de cobertura, a nivel del área urbana. Actualmente para la zona rural se planifica inversión para la dotación del alcantarillado inexistente en el 100% de la zona rural.

La administración actual respecto a este servicio básico y para fortalecer la actividad turística y saneamiento ambiental, ha contratado la construcción de la planta de tratamiento y ampliación del sistema de alcantarillado, beneficiando a un promedio de 600 familias de la zona urbana, mejorando de esta manera la calidad de vida y por ende la actividad turística mediante la dotación y mejoramiento de los sistemas sanitarios.

ELIMINACIÓN DE DESECHOS SÓLIDOS

Área urbana

El sistema de eliminación de residuos sólidos del área urbana es mediante carro recolector con 1.011 viviendas, que representan el 97,12%, otro sistema es la basura que lo arrojan a terrenos baldíos o quebradas, siete viviendas que representan el 0,67%, 19 viviendas por incineración o quema de basura cerca de sus terrenos, el 1,83%; una vivienda entierra la basura, el 0,10%; tres viviendas botan los desperdicios al río, acequia o canal, el 0,29. En conclusión, el mayor porcentaje de basura del sector urbano se elimina a través del recolector, quedando el cantón totalmente atendido.

Área rural

Al no existir unidades para la recolección de basura en el sector rural, la mayor parte de los habitantes queman la basura, el 54,24%, y un menor porcentaje arrojan la basura a los terrenos baldíos o quebradas, el 19,41%; es así que el cantón cuenta con un carro recolector que apenas recoge parte de las comunidades que están cerca del perímetro urbano, 14,08%; otros habitantes optan por arrojar la basura a los ríos, acequias o canales, contaminando las cuencas del sector, lo que a futuro podría generar un brote de enfermedades.

El problema de la eliminación de desechos sólidos afecta directamente a los espacios rurales donde no llega el servicio de recolección de basura, pese a los esfuerzos municipales y capacitaciones realizadas en la zona rural respecto al manejo y gestión de desechos, se crea un impacto negativo que afecta al desarrollo de la actividad turística.

COBERTURA TELEFÓNICA E INTERNET

Del total poblacional tienen internet Banda ancha 4G (60%), internet por fibra óptica (25%), además prestan sus servicios de internet cuatro operadoras móviles como CNT, MOVISTAR, CLARO, TUENTI. El 90% de la población cuenta con un aparato de telefonía celular lo que genera un alto nivel de comunicación.

El servicio de telefonía fija es proporcionado por CNT, la cobertura en el área urbana es del 24%, en el área rural la cobertura de telefonía fija es nula, sin embargo, hay domicilios que cuentan con telefonía satelital.

Localmente existen dos proveedores privados del servicio de internet, uno de ellos brinda su servicio por fibra óptica; el Gobierno municipal ha implementado 1 punto de internet público urbano, ubicado en el parque central.

TRANSPORTE E INFRAESTRUCTURA VIAL

Pallatanga está atravesada por 34 km de vía hormigonada de primer orden de gestión estatal, internamente la zona Urbana cuenta con 60% vías de primer y segundo orden, la zona rural el 90% de tercer orden; estas últimas son intervenidas anualmente por la Prefectura de Chimborazo conforme sus competencias.

Se cuenta con 30 unidades de dos cooperativas de camionetas, 24 unidades de taxis de tres cooperativas, y 6 mototaxis correspondientes a una cooperativa, las camionetas y taxis atienden 24/7, extra cantonalmente se cuenta con 10 empresas de transporte que brindan sus servicios en frecuencia durante las 24 horas.

2.6.4 COBERTURA DE SALUD

La ciudad cuenta con un Subcentro de Salud que es administrado por el Ministerio de Salud Pública y su horario de atención es de domingo a jueves de 08h00 a 16h00 con una infraestructura en buen estado, pero deficiencias en el mobiliario y equipamiento para un óptimo funcionamiento del Subcentro.

El espacio físico del Subcentro es de 4.540 m² y un área de construcción de 621,33 m², con un espacio libre de 3.918,68 m² para otras construcciones, en este espacio funciona Odontología, Laboratorio, Medicina General, residencia para médicos y una bodega. Tomando en cuenta que la capacidad de atención es de un médico por cada 1.000 habitantes, si el sector urbano tiene una población de 3.813, lo que significa que el Subcentro de Salud necesita por lo menos tres médicos, solo para el sector urbano. Las enfermedades se desarrollan en cualquier tiempo, día o noche, en poblaciones concentradas, por cada Subcentro de Salud se debe cubrir un radio de acción de 800 metros a la redonda, en nuestro caso es necesaria la ampliación y elevar de categoría, para la atención a los habitantes, que en muchas ocasiones atiende a pacientes de Bucay, Cumandá y Chillanes. La infraestructura actual no cumple con los requerimientos y especificaciones técnicas establecidas en las normas de atención de salud. Sin embargo, esta infraestructura ha sido repotenciada en el año 2020, para mejorar el servicio de salud y la calidad de atención, la ciudadanía no se encuentra satisfecha ya que este equipamiento no satisface las necesidades cantonales.

Foto # 18. Clínica de especialidades Pallatanga



Fuente: <https://www.salud.gob.ec/wp-content/uploads/2020/09/PPT-RENDICI%C3%93N-DE-CUENTAS-06D03-CUMANDA.pdf>

Actualmente, el cantón cuenta con los siguientes establecimientos como parte del sistema de salud y seguridad:

- 1 Centro de Salud Tipo B
- 2 Subcentros comunitarios
- 3 Clínicas privadas
- 4 Farmacias
- 1 Unidad de Policía
- 1 Cuerpo Bomberos

Se cuenta el Plan de Seguridad Ciudadana y el Consejo de Seguridad Cantonal aprobado mediante la ORDENANZA QUE CREA Y REGULA EL CONSEJO DE SEGURIDAD CIUDADANA MUNICIPAL DEL CANTÓN PALLATANGA. (2020) Ante cualquier contingencia o emergencia se activa de manera inmediata el Comité de Operaciones Especiales (COE) mismo que cuenta con seis mesas técnicas y es presidido por el Alcalde, lo que permite brindar seguridad al turista y visitante.

2.6.5 EDUCACIÓN

Según datos de INEC 2010 la asistencia a la educación Básica por la población estudiantil de Pallatanga es de 91,49% (1822); de los cuales 94,05% es del sector urbano y 90,40% corresponde al sector rural, casi el 10% de población del área rural no asisten a este nivel; en el bachillerato la asistencia es de 37,65% (575); de los cuales 52,94% corresponde al área urbana y un 29,88% al área rural; apenas la cuarta parte de la población estudiantil del área rural se benefician del bachillerato.

En cambio, la asistencia a la educación superior es apenas el 9,82% (384), de esta población el 16,98% es urbano y 5,42% es rural. La asistencia a los niveles de educación en comparación con la provincia marca una enorme diferencia especialmente en los niveles de bachillerato y superior, en el bachillerato a nivel provincial es mayor al 50%; en cambio en el cantón es apenas del 37,65%; la situación se empeora mucho más cuando observamos el nivel superior, la población de Pallatanga apenas el 9,82% se beneficia de este servicio, en cambio en la provincia casi el 30% de la población se beneficia de la educación superior. Esta realidad obedece a la mala distribución de los servicios de educación especialmente de los niveles de bachillerato y educación superior; primordialmente en la parte rural no existe establecimientos educativos que presta servicios de bachillerato, esto limita que la población estudiantil tenga acceso a este nivel de educación. Así mismo no existe ningún establecimiento del nivel superior por lo tanto la población estudiantil de este nivel se queda al margen de la educación superior provocando la migración. El **analfabetismo** de las mujeres en el cantón **PALLATANGA** es del 18.9% y en los hombres es del 12.7%.

Una población con una educación adecuada, proyecta en el visitante, respeto, cultura, apoyo inmediato, e incluso se ha trabajado procesos de anfitriones

turísticos, que es positivo, sin embargo, la educación es una política pública nacional que depende de los presupuestos, tal vez el principal problema de educación se refleja en el entorno rural en donde podría haber incidencia negativa en la relación turista-poblador.

2.7 TIPOS DE TURISMO Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

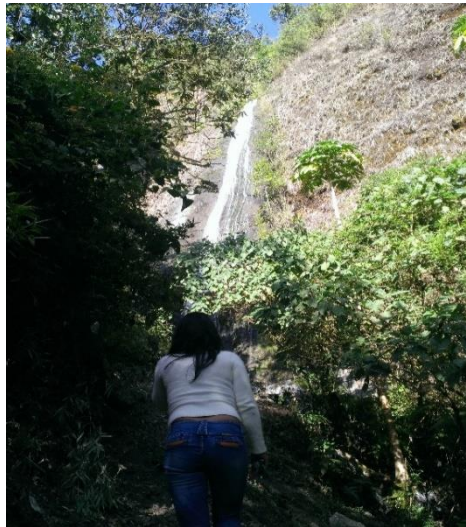
2.7.1 TIPOS DE TURISMO

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.

En el territorio se practican los siguientes tipos de turismo:

Turismo de Naturaleza

Foto #.19. Sendero ecológico Santa Rosa



Fuente: Archivo U. Turismo GAD Pallatanga

Busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza. Principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural.

Este tipo de turismo tiene 3 grandes derivaciones: El **ecoturismo** que se desarrolla en áreas naturales y que tiene como fin la apreciación y conocimiento de la naturaleza; El **turismo de aventura**, tiene como principal motivo, realizar actividades recreativas que representen un esfuerzo emocional y físico; y por último el **turismo rural** donde se busca la convivencia e interacción con la gente propia del lugar, conociendo su cultura y formas de vida. Este tipo de turismo se lo puede vivir en la comunidad de Jalubí.

Foto #. 20. Canyoning



Fuente: Archivo GADM Pallatanga

Astroturismo

El astroturismo se ha convertido en los últimos años en una modalidad de turismo sostenible de gran valor. Es una actividad que se lleva a cabo sobre todo en los municipios pequeños y poco poblados donde no hay desarrollo industrial. Son territorios que también cuentan con unos escasos niveles de contaminación lumínica y de polución. Este aspecto es clave para la observación astronómica. Esta experiencia se la puede disfrutar en el Bosque Protector El Corazón en la Comunidad de Jalubí, previa reserva con el prestador del servicio.

Foto # 21. Astroturismo El Corazón



Fuente: Archivo Proy. Rural Edén Trébol Alto

Aviturismo

El turismo ornitológico, también llamado orniturismo, turismo de observación de aves o aviturismo, es la actividad que implica desplazarse desde un sitio de origen hacia un destino específico con el interés de observar la avifauna local en su entorno natural. Usualmente deja un incentivo económico para el destino, la comunidad receptora y los guías locales. Esto implica que los pájaros deben volar libres y no estar enjaulados; así mismo, se supone que las especies que se van a observar deben de ser propias del lugar y no deben de ser aves introducidas, domesticadas o habitar en granjas de reproducción con fines de aprovechamientos comerciales (mascotas, alimento, ornamentación) (Rivera 2006). Este tipo de turismo se lo puede realizar en el Bosque Protector el Corazón en la comunidad de Jalubí.

Foto # 22. Colibrí pico espada



Fuente: Archivo Proy. Edén Trébol Alto

2.7.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) indica que; Todos aquellos bienes y servicios que por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las actividades de la demanda, y plantea que, un recurso turístico constituye la existencia de un conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación que hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda

El Ministerio de Turismo del Ecuador, órgano rector de la actividad turística en el país tiene entre sus atribuciones elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información, potestad que la ejercerá por sí mismo, desconcentradamente, en coordinación con las instituciones del régimen seccional autónomo a favor de las cuales se han transferido competencias en materias turísticas, y en cualquier caso, podrá contratar con la iniciativa privada en los términos establecidos en este reglamento.

Así también, la Resolución No. 0001-CNC-2016 del Consejo Nacional de Competencias en la sección I, artículo 8, numeral 5 establece como atribución de la Autoridad Nacional de Turismo el “Administrar el inventario de atractivos turísticos nacionales, que incluye el inventario de atractivos turísticos de áreas naturales protegidas remitido por la Autoridad Nacional Ambiental”. Mientras que en la sección II, artículo 13, numeral 3 establece en el marco del desarrollo de actividades turísticas corresponde a los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos el “Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su

circunscripción, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo.”

Para el cumplimiento de estas normas, el Ministerio de Turismo del Ecuador, desarrolló en el Año 2017, La “Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos en Ecuador”, establece los lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo de productos turísticos. Mientras que, para definir espacios turísticos se considera criterios de asociatividad, tamaño de la superficie y distribución de elementos complementarios. El Manual para la realización del inventario de Atractivos y generación de Espacios Turísticos en Ecuador se divide en dos partes:

- Primera parte: Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos
- Segunda parte: Guía para el levantamiento de Atractivos Turísticos.

Al respecto se analiza lo pertinente al **Patrimonio Turístico del cantón Pallatanga**, de acuerdo a la dirección de desarrollo del MINTUR (2012) se plantea que el patrimonio turístico de un país se debe determinar a partir de la integración de cuatro componentes: Atractivos turísticos, Planta turística (Equipamiento e Instalaciones), Infraestructura y Superestructura Turística.

Tabla # 18: Atractivos Turísticos

1. CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS	EXISTENCIA EN EL TERRITORIO		CANTIDAD	PORCENTAJE %
	SI	NO		
CATEGORÍA				
1.1. SITIOS NATURALES				
Montañas	X		6	23%
Planicies				
Desiertos				
Ambientes Lacustres	X		3	12%
Ríos	X		10	38%
Bosques	X		3	12%
Aguas Subterráneas				
Fenómenos Espeleológicos				
Fenómenos Geológicos				
Costas o Litorales				
Ambientes Marinos				
Tierras Insulares				
Sistema de Áreas Protegidas				

1.2. MANIFESTACIONES CULTURALES				
Históricas	X		2	8%
Etnografía	X		2	8%
Realizaciones Técnicas y Científicas				
Realizaciones Artísticas Contemporáneas				
Acontecimientos Programados				
TOTAL ATRACTIVOS			26	100%

Elaborado por: **Unidad de Turismo GADMP**

Fuente: **PDOT Turismo 2016**

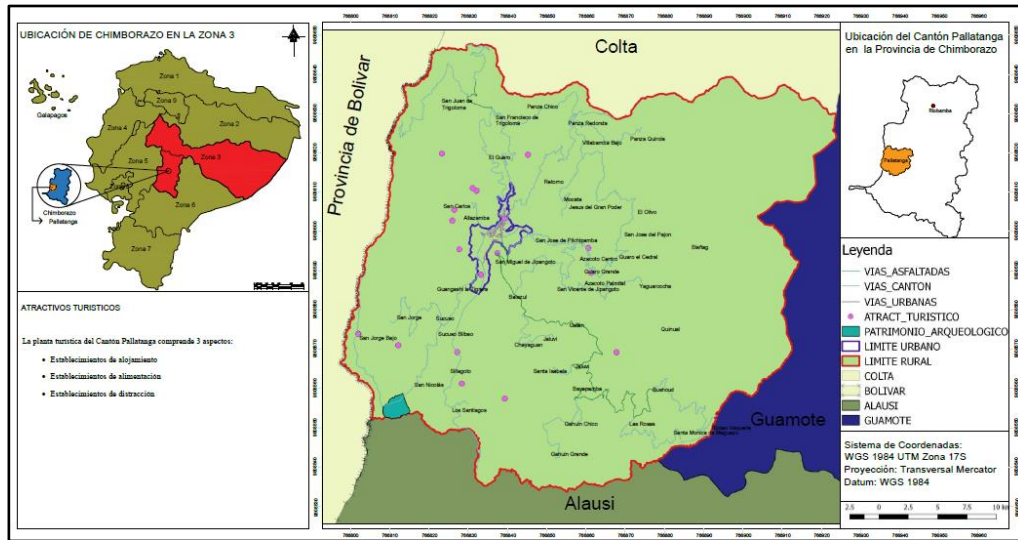
De los atractivos turísticos naturales del cantón Pallatanga en la Categoría **SITIOS NATURALES** se cuenta con el 38% **TIPO RÍOS**, en donde en el **SUBTIPO CASCADAS** existe un número igual a 10; mientras que el **TIPO MONTAÑAS** representa el 23% mismo que en el territorio se identifican en el **SUBTIPO MIRADOR** en un número de 6; el **TIPO BOSQUES** representa el 12% que en el territorio corresponde al **SUBTIPO BOSQUE NUBLADO OCCIDENTAL** en número de 3, el **TIPO AMBIENTES LACUSTRES** representa el 12% y se identifican en el **SUBTIPO RÍOS** en un total de 3 en el territorio.

Finalmente, el 8% de los atractivos turísticos de la Categoría manifestaciones culturales corresponde al **TIPO HISTÓRICAS**, mismas que en el territorio se encuentran identificadas en el **SUBTIPO ARQUITECTURA CIVIL** y **SITIO ARQUEOLÓGICO** con un atractivo respectivamente; mientras que, el **TIPO ETNOGRAFÍA** representa también el 8% y se identifica en el territorio en los **SUBTIPOS COMIDAS Y BEBIDAS TÍPICAS** y **FERIAS Y MERCADOS**, con un atractivo respectivamente.

De los 26 atractivos turísticos considerados³ que se encuentran inventariados en el cantón se tiene que el 85% corresponde a Sitios Naturales y el 15% de atractivos a Manifestaciones culturales. Respondiendo a la tipología desarrollada por Bullón en 1990.

³ Diagnóstico Turístico Provincial-Plan de Turismo para el Buen Vivir de la Chimborazo 2014

Mapa # 04. Atractivos Turísticos



Fuente: PDOT Pallatanga 2020

Tabla # 19: Comparativo de incidencia de atractivos turísticos

Provincial	269	100%	Cantonal	26	9,70%	% INCIDENCIA	%
Natural	143	53%	Natural	22	8,18%		15,38%
Cultural	126	47%	Cultural	4	1,49%		3,17%

Elaborado por: Unidad de Turismo GADMP

Fuente: PDOT Turismo 2014

Del análisis de la tabla que precede se puede manifestar que la incidencia de los atractivos turísticos en el desarrollo provincial llega a un porcentaje de 9,7%, determinando que el 8,18 corresponde a atractivos naturales y 1,49% a atractivos culturales; si se consideran los atractivos turísticos naturales de la provincia, la relación de los existentes en el cantón Pallatanga corresponde al 15,38%. Para las Manifestaciones Culturales, se considera que de su total provincial que llega a 126 manifestaciones culturales, apenas corresponde al 3,17% de las presentes en el cantón Pallatanga.

Para el 2020, desde la Unidad de Turismo en función los limitados presupuestos y estrategias para fortalecer los atractivos turísticos y su visitación en territorio, se ha determinado trabajar en los atractivos que tienen mayor visitación, además del Parque Acuático que entró en operación a mediados de diciembre de 2019.

Por tanto, los atractivos turísticos de interés de esta administración son los siguientes:

1.- CASCADA YAGUARCOCHA

La Cascada Yaguarcocha, se encuentra ubicada en el cantón Pallatanga provincia de Chimborazo, a 40 minutos del centro cantonal, a una altitud de 2278 msnm. La caída de agua de 30 metros, se fusiona con su entorno endémico de flora y fauna. En ella se pueden realizar actividades como senderismo, interpretación ambiental, fotografía, birdwatching. El contacto con la naturaleza brinda una experiencia que sobrecoge al visitante por el entorno natural, mucho más si se atreve a recorrer el trayecto hasta el sendero en bicicleta.

Foto # 23. Cascada Yaguarcocha

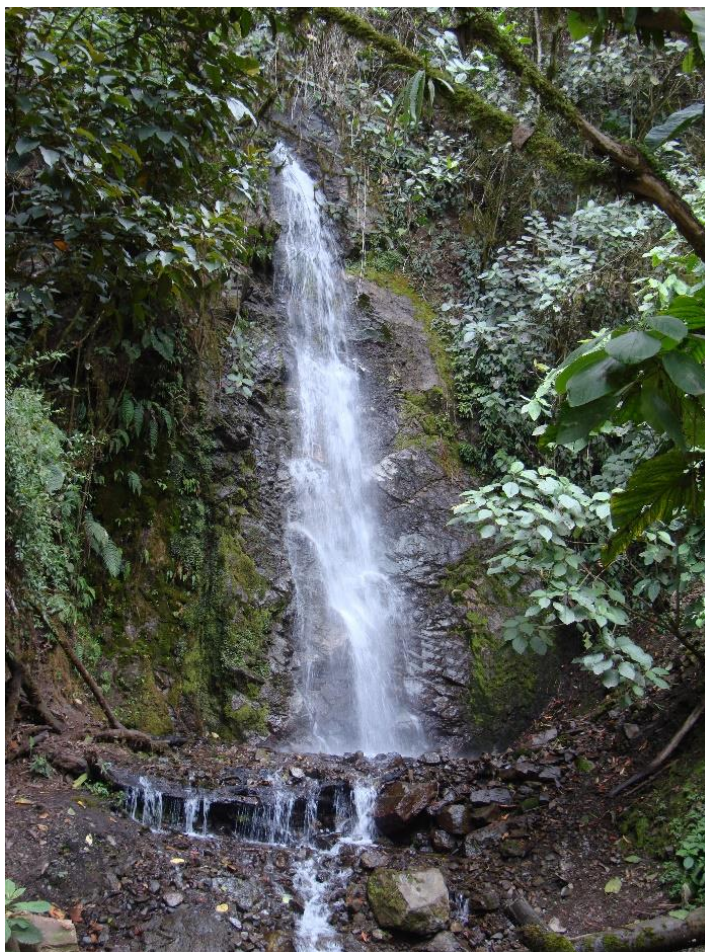


Fuente: Archivo U. Turismo 2020

2.- CASCADA GUANGASHÍ LA TIGRERA

La Cascada Guangashí-La Tigrera es la caída de agua más cercana al centro poblado y por ende la más visitada presenta dos caídas cada una de 16 metros, el sendero que conduce a las cascadas tiene una distancia de 756 m, se puede disfrutar de una caminata en la naturaleza, observar flora, fauna, paisaje, hacer fotografía, bañarse en la cascada y también de deportes de aventura como canyoning, al ser la más cercana al centro poblado, se puede acceder con facilidad a los servicios de alimentación, alojamiento y transporte.

Foto # 24. Cascada Guangashí-La Tigrera



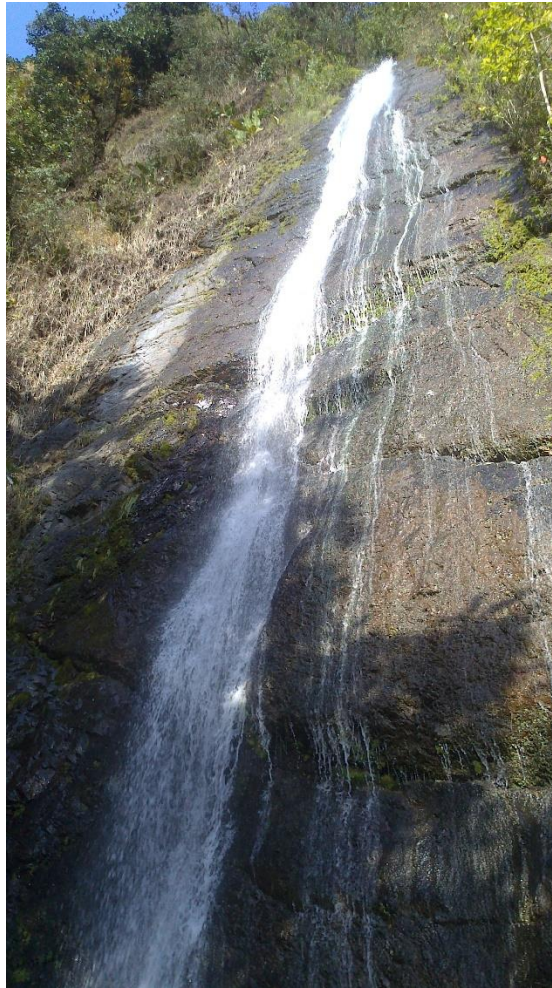
Fuente: Archivo U. Turismo 2020

3.- CASCADA SANTA ROSA

La cascada Santa Rosa es una de las más importantes del cantón, su sendero ecológico implica una travesía de 1200 m en donde se pueden observar cultivos

tradicionales, flora, fauna, bosque primario, orquídeas, y hacer fotografía. Es otra de las caídas de agua cercanas al cantón Pallatanga, la soberbia pared de la cascada es de piedra y tiene una altura aproximada de unos 35 m, para los servicios de alojamiento, alimentación y transporte se accede en el centro urbano.

Foto # 25. Cascada Santa Rosa



Fuente: Archivo U. Turismo 2020

4.- BOSQUE PROTECTOR EL CORAZÓN- ASTROTURISMO

Esta reserva protegida, es de carácter privado y la única en el cantón, alberga especies importantes de flora y fauna, el hospedaje tipo camping. Se realizan charlas de bioconstrucción, paseos guiados, avistamiento de aves, senderismo, astroturismo, turismo rural, se encuentra a 30 minutos del centro urbano en la comunidad de Jalubí.

Foto # 26. Bosque Protector El Corazón



Fuente: Archivo Proy. Edén Trébol Alto 2020

5.- PUENTE CORNELIO DÁVALOS

Esta imponente infraestructura, se encuentra a 8 Km, de la ciudad de Pallatanga, recorriendo por la vía panamericana hacia el Sur se encuentra el puente Cornelio Dávalos, más conocido como “Sal si Puedes”, según pobladores, ésta quebrada se cruzaba antiguamente con los burros de carga, si uno de los animales caía, le era imposible sobrevivir. Tiene una longitud de aproximadamente 190m, y una profundidad aprox. 180 m, y solamente el cruzar sobre el puente, transmite una sensación para los amantes al vértigo, ocasionalmente se realiza salto bungee.

Foto # 27. Puente Cornelio Dávalos



Fuente: Archivo U. Turismo 2020

PARQUE ACUÁTICO PALLATANGA

El Parque Acuático Pallatanga, es el nuevo atractivo turístico del cantón, ubicado en el centro urbano, cuenta con todos los servicios básicos, conectividad y acceso, ofrece servicios de parqueaderos (2), canchas deportivas al aire libre, cancha sintética, laguna artificial, piscinas para niños, toboganes y olas, además de la zona húmeda, con sauna, turco, hidromasaje, polar, baños de cajón, piscinas para adulto y niño, además servicio de guardianía y bar. Se busca convertirlo en un dinamizador de flujo turístico hacia los distintos atractivos turísticos locales.

Sin embargo, de aquello, la administración fortalece los procesos de formación de la planta turística cantonal, así como también busca mejorar la oferta turística analizando la integración de nuevos atractivos turísticos de manera especial para fortalecer el turismo rural y comunitario.

Foto # 28. Parque Acuático Pallatanga



Fuente: Archivo U. Turismo 2020

2.8 ANÁLISIS DE LA PLANTA TURÍSTICA DEL CANTÓN PALLATANGA

La planta turística cantonal, está conformada por establecimientos de alojamiento, alimentos & bebidas, recreación, operación turística, transporte turístico; a continuación, se realiza un análisis comparativo respecto al PDOT actualizado a 2014.

2.8.1 ALOJAMIENTO

Tabla # 20 Análisis plurianual de la planta turística

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	PERÍODO						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
1. INSTALACIONES Y SERVICIOS							
ALOJAMIENTO	-	-	-	-	-	-	-
Hoteles	-	-	-	-	-	-	-
Moteles	-	-	-	-	-	-	-
Hosterías	4	4	4	2	1	1	1
Pensiones	1	1	1	-	-	-	-
Apartamentos	-	-	-	-	-	-	-
Hostal	1	2	2	1	1	1	1
Cabañas	-	-	-	-	-	-	-
Refugios	-	-	-	-	-	-	-
Complejo Vacacional	-	-	-	-	-	-	-
Campamento Turístico	-	-	-	-	-	-	-
SUBTOTAL	6	7	7	3	2	2	2

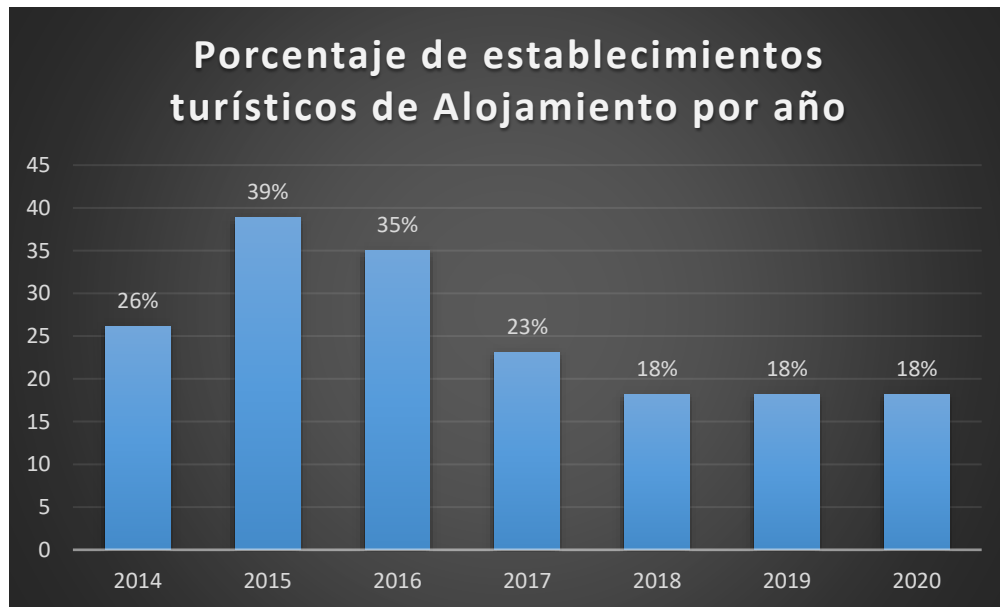
Elaborado por: Unidad de Turismo GADMP

Fuente: U. Turismo 2014-2020

De acuerdo a la normativa establecida por el ente rector de turismo MINTUR (2014), de la clasificación de establecimientos turísticos se presentan 3 tipos en el territorio, Hostería, Pensión (Residenciales) y Hostal, es importante aclarar que se analizan los establecimientos de alojamiento que se hallan regularizados por el Ministerio de Turismo y controlados por el Gad Municipal Pallatanga.

Durante los años de análisis los establecimientos de alojamiento que no han cumplido la normativa ministerial, han salido del catastro turístico cantonal y han pasado a ser regidos por la intendencia de Policía (Ministerio del Interior).

Gráfico # 08. Porcentaje plurianual de establecimientos turísticos



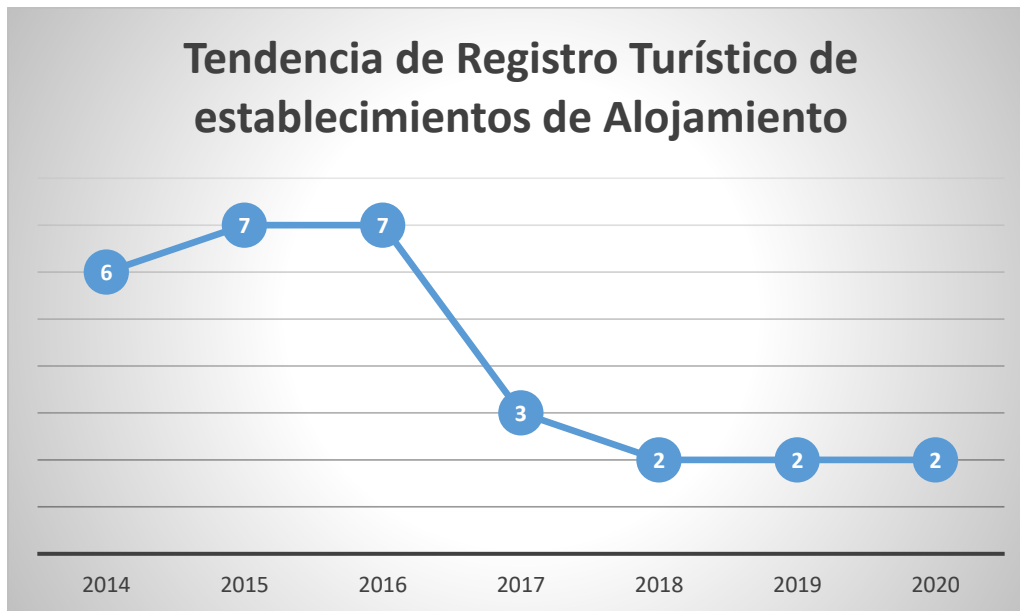
Fuente: U. Turismo GAD Pallatanga 2020

Para el caso de establecimientos de alojamiento, hay que manifestar que, a partir del año 2006, mediante la firma del convenio de Descentralización turística firmado entre el ente rector MINTUR y el Municipio de Pallatanga, se adopta como obligatorio el cobro de la Tasa de Licencia de Funcionamiento de Establecimientos turísticos (LUAF) generando la normativa correspondiente en el año 2012. Hasta la creación de este cuerpo legal, pese al convenio mencionado, no se cumplía la normativa ni control gubernamental ni municipal al respecto

Para el presente análisis se consideran los establecimientos que se hallan registrados en el catastro turístico ministerial, que maneja la Unidad de Turismo institucional, así se puede evidenciar en la gráfica que con base al año 2014 son los años 2015 y 2016 donde se refleja un crecimiento del 13 y 11 % respectivamente.

A partir del año 2017, hasta la actualidad se evidencia un decrecimiento de 3% (2017) y de 8% (2018 al 2020) constante durante estos 3 últimos años.

Gráfico # 09. Tendencia plurianual de establecimientos turísticos LUAF



Fuente: U. Turismo GAD Pallatanga 2020

Tabla # 21 Características de la planta turística

NOMBRE	ACTIVIDAD	CLASIFICACIÓN	CATEGORÍA	HABITACIONES	TOTAL CAMAS/MESAS	PLAZAS	TOTAL DE MESAS SERVICIOS
MILLIGUAYCO	ALOJAMIENTO	HOSTERÍA	PRIMERA	23	38	51	33
DI CARLO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	TERCERA	0	0	0	13
PARADERO SABOR LATINO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	CUARTA	0	0	0	13
LE COCO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	TERCERA	0	0	0	8
LE COCO	ALIMENTOS Y BEBIDAS	BAR	TERCERA	0	0	0	8
TOTAL				23	38	51	75

Fuente: Catastro Mintur 2022

Con los datos registrados, se puede concluir respecto al servicio de alojamiento, que muestra una tendencia a la baja, respecto al registro turístico; esto responde al limitado presupuesto que poseen los propietarios de los establecimientos para cumplir los requisitos establecidos en el Reglamento de Alojamiento reformado por el Ministerio de Turismo; por tanto los establecimientos que salen del catastro turístico cantonal pasan a ser regularizados por el Ministerio del Interior sin cumplir estándares mínimos de calidad en el servicio e instalaciones.

Foto # 29. Hostería Millihuayco



Fuente: <http://turismomill.com/>

2.8.2 ALIMENTOS Y BEBIDAS

Los establecimientos de Alimentos & Bebidas, también forman parte de la planta turística cantonal y se los determina dentro de la siguiente clasificación:

Tabla # 22. Análisis plurianual de Establecimientos de Alimentación y Bebidas

TIPO DE ESTABLECIMIENTO	PERÍODO						
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
INSTALACIONES Y SERVICIOS							
ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS	-	-	-	-	-	-	-
Restaurante	13	8	10	7	4	4	4
Cafetería	2	2	2	2	2	2	2
Bar (Karaoke-Discoteca)	-	-	-	-	1	1	1
Bar (Picantería)	-	-	-	-	-	-	-
Fuente de Soda	1	1	1	1	2	2	2
Drive Inn	-	-	-	-	-	-	-
SUBTOTAL	17	11	13	10	9	9	9

Elaborado por: Unidad de Turismo GAD Pallatanga 2020

De los seis subtipos que determina la clasificación ministerial, cuatro tipologías se encuentran presentes en territorio, así restaurantes son los predominantes, seguidos de cafetería, le sigue fuentes de soda y finalmente Bar.

Estos establecimientos al igual que los de alojamiento, se encuentran regulados por el Ministerio de Turismo, mientras que en territorio los controla y regula el Gad Municipal de Pallatanga a través de la Unidad de Turismo en coordinación con el ente rector. El correspondiente análisis recoge estadísticas con base al catastro turístico cantonal desde el año 2014 hasta la actualidad.

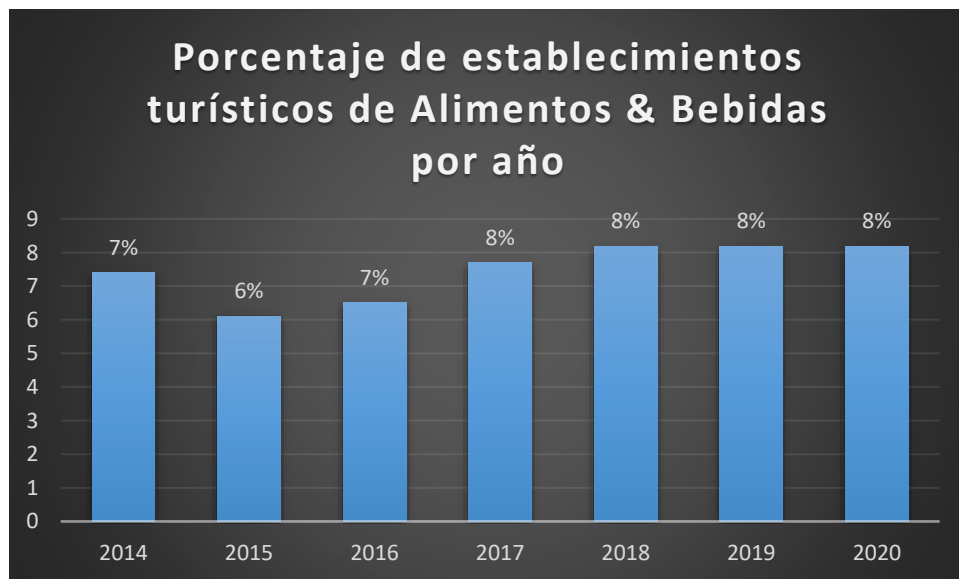
Foto # 30. Oferta alimentación Restaurante Sabor Latino



Fuente: Archivo Go Raymi 2020

Seguidamente el análisis porcentual de los establecimientos de manera anual, en donde la gráfica demuestra:

Gráfico # 10. Porcentaje plurianual de establecimientos A&B



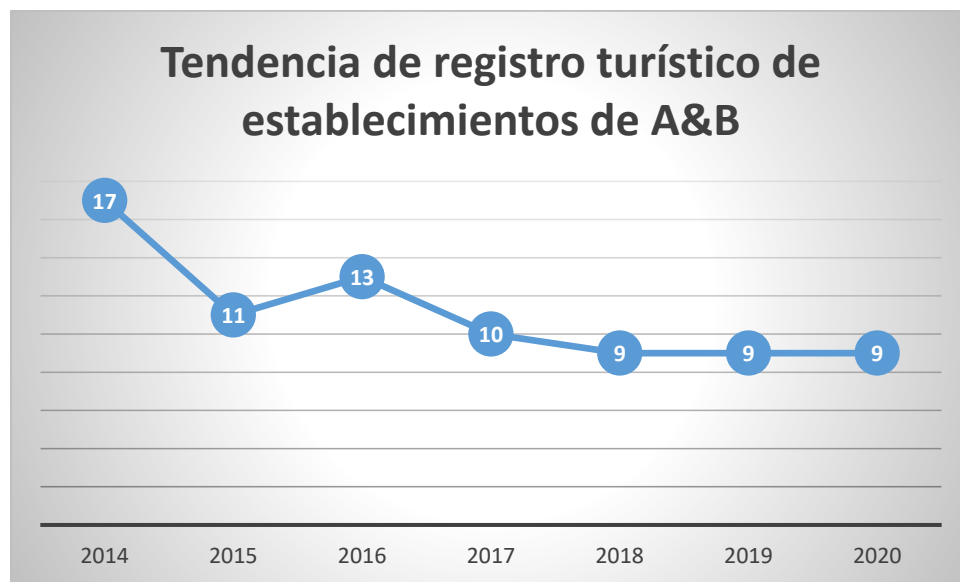
Fuente: U. Turismo GAD Pallatanga 2020

Durante estos siete años, se demuestra un promedio de presencia de establecimientos de Alimentación & Bebidas igual al 7,4%; se nota un porcentaje estabilizado a partir del año 2017 hasta el año actual, lo cual implica que de una o de otra manera estos establecimientos son sostenibles y han ido incrementando de a poco en el territorio.

Los años 2014 y 2016 son los años en los que conforme el catastro turístico cantonal existe una mayor presencia de la tipología restaurantes, los tres últimos años esta tipología se ha mantenido, sin embargo, ha decrecido en un 60% respecto al inicial de 13 establecimientos en el año 2014.

La siguiente gráfica demuestra la línea tendencial respecto a los establecimientos de Alimentos & Bebidas en territorio.

Gráfico # 11. Tendencia plurianual de establecimientos de A&B



Fuente: U. Turismo GAD Pallatanga 2020

Los años 2014 y 2016, muestran picos de tendencia alta con 17 y 13 establecimientos, los años 2015 y 2017 la tendencia baja y a partir del año 2018 se mantiene la línea de tendencia con 9 establecimientos en territorio.

Esta tendencia se mantiene en los tres últimos años, ya que no se ha aprobado en territorio la nueva ordenanza para el Cobro de LUAF, conforme las últimas modificaciones del reglamento de Alimentos y Bebidas reformado.

Foto # 31. Oferta Bar Lé Coco



Fuente: Archivo Go Raymi 2020

Tabla #23. Catastro Turístico Cantonal 2020

Actividad Turística	Tipo de Actividad	Registro	Nombre	Propietario
ALOJAMIENTO	HOSTERIA	608501002	MILLIGUAYCO	INMOBILIARIA ROGRA S.A.
ALOJAMIENTO	HOSTAL	608501183	LA POSADA DE FLOR	PACHECO TOABANDA DOLORES NARCISA
COMIDAS Y BEBIDAS	BAR	608501527	LE COCO	OLMEDO MARQUEZ ALEXANDRA SUSANA
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	608501193	MINI MARKET LIZBETH	TORRES BUÑAY OLGA YESENIA
COMIDAS Y BEBIDAS	CAFETERIA	608501201	TORTILLAS DE LA ABUELA LAS	ARMIJO LUCIO IRMA HERMINA
COMIDAS Y BEBIDAS	FUENTE DE SODA	608501526	LE COCO	OLMEDO MARQUEZ ALEXANDRA SUSANA
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	608501150	DI CARLO	PIÑA NARVAEZ CARLOS DANIEL

COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	608501205	MATEITO	URGILEZ NARANJO GRECIA MARIBEL
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	608501194	PARADERO SABOR LATINO	LEMA QUINATA ANA LUISA
COMIDAS Y BEBIDAS	RESTAURANTE	608500434	PARADERO EL CHINITO	RODRIGUEZ CRUZ GALO

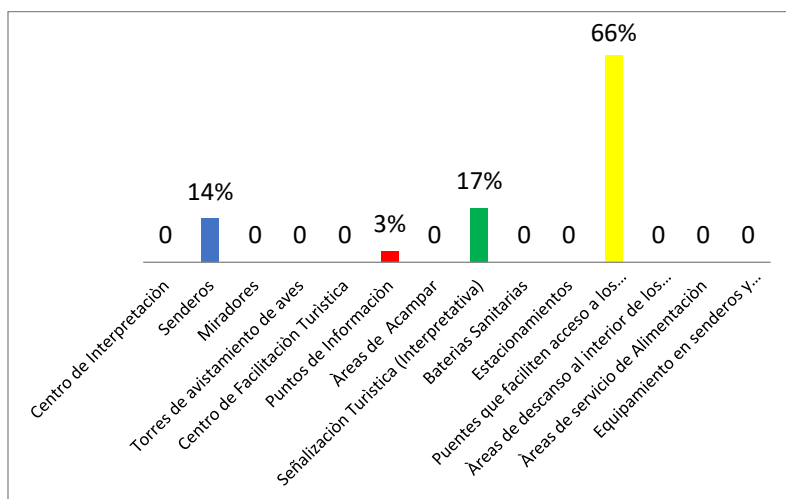
Fuente: U. Turismo GAD Pallatanga 2020

2.8.3 FACILIDADES TURÍSTICAS

Estas, permiten brindar seguridad, comodidad y satisfacción al visitante durante su recorrido; a continuación, se determinan las facilidades del territorio inicialmente en el año 2014, en donde se ha intervenido con el apoyo del Gad Municipal Pallatanga y Gad Provincial Chimborazo.

Si se analiza lo referente a las facilidades turísticas del cantón, como un subcomponente de la planta turística, hay que hacer mención que se han potencializado 4 rutas de turismo sostenible⁴, buscando el fortalecimiento de la red social de turismo sostenible cantonal; entonces las estadísticas siguientes hacen referencia a las facilidades turísticas existentes en estas rutas de turismo, de donde se tienen la siguiente información sobre el equipamiento técnico como facilidades turísticas:

Gráfico # 12: Porcentajes Facilidades Turísticas



Elaborado por: Equipo PDOT Turismo 2014

Fuente: U. de Turismo GADMP

⁴ Archivos proyecto Red Social de Turismo Sostenible Pallatanga 2011

Se considera que de acuerdo a las categorías establecidas para el análisis en el territorio se determinan únicamente las facilidades turísticas que se pueden implementar, algunos de ellos ya existentes y otros en proceso de implementación. De acuerdo a la gráfica se determinan altos porcentajes en implementación de señalética interpretativa, senderización, puentes para acceso turístico en senderos e información turística (iTUR Municipal).

Tabla # 24. Indicadores Facilidades Turísticas

COMPONENTE	VARIABLES	INDICADORES TURÍSTICOS POSITIVOS	INDICADORES TURÍSTICOS NEGATIVOS
PLANTA TURÍSTICA CANTONAL	FACILIDADES GENERALES	-	-
	Centro de Interpretación	-	0%
	Senderos	14%	-
	Miradores	-	0%
	Torres de avistamiento de aves	-	0%
	Centro de Facilitación Turística	-	0%
	Puntos de Información	-	3%
	Áreas de Acampar	-	0%
	Señalización Turística (Interpretativa)	17%	-
	EQUIPAMIENTO PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO	-	-
	Baterías Sanitarias	-	0%
	Estacionamientos	-	0%
	Puentes que faciliten acceso a los Senderos	66%	-
	Áreas de descanso al interior de los Senderos	-	0%
	Áreas de servicio de Alimentación	-	0%
	Equipamiento en senderos y miradores para seguridad del turista como pasamanos	-	0%

Elaborado por: Equipo PDOT Turismo 2014

Fuente: U. de Turismo GADMP

Para el año 2016, dentro del fortalecimiento institucional y turístico, se implementa la oficina de información turística iTUR, conforme a los lineamientos emitidos por el ente rector de turismo nacional, de igual manera se implementan 16 señales turísticas tipo pictograma en varios espacios y servicios del área urbana.

Foto # 32. Oficina iTUR



Fuente: Archivo U. de Turismo 2019

Para el año 2020, para la operación del Parque Acuático Pallatanga la administración municipal determina la implementación de señalética informativa, restrictiva y de riesgos en este atractivo turístico, de manera que se brinde seguridad al usuario.

Esta implementación fue general, en todas las áreas de servicio, bar, parqueadero, piscinas externas, spa, baños, duchas, vestidores, cuarto de máquinas; para este segundo semestre del año, se prevé colocar señalética turística externa al atractivo, desde la vía panamericana (Av. Velasco Ibarra, y en las comunidades Sillagoto y Trigoloma, como ingresos desde Guayaquil y Riobamba respectivamente.

Actualmente uno de los problemas en territorio es la formación de guías turísticos, pese a existir profesionales en el área, no existe en el territorio una operadora turística local.

En este sentido, a través del Comité de Gestión Turística Provincial, se trabaja en la formación de guías turísticos locales que garanticen la práctica de un turismo adecuado y seguro.

2.8.4 TRANSPORTE

Tabla # 25. Infraestructura turística cantonal

COMPONENTE INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA		
3.1 TRANSPORTE	EXISTENCIA EN EL TERRITORIO	ESTADO

CATEGORÍA	SI	NO	
3.1.1 TERRESTRE			
Red de Carreteras	X		BUENO/ REGULAR
Servicios para el Automotor	X		BUENO
Servicios para el turista	X		REGULAR
Señalización de Destino	X		REGULAR
Servicios de Transportes	X		BUENO
Terminal de Autobuses		X	-

Elaborado por: Unidad de Turismo GAD Pallatanga

Fuente: Unidad de Turismo GAD Pallatanga 2020

Se puede llegar en transporte público y privado desde la mayoría de las ciudades del país, Riobamba y Guayaquil son los centros poblados de mayor importancia, y a través de estas dos ciudades y sus principales vías de comunicación conectan a Pallatanga con el resto del país. Las cooperativas de transporte público que circulan y sirven al cantón Pallatanga desde las ciudades de Riobamba, Ambato, Guayaquil son: Patria, Riobamba, San Francisco, Macas, Chimborazo, Colta, Ñuca Llacta, Cita Express, Flota Pelileo, Trasandina, Cevallos, Ejecutivo Ecuador. Es importante determinar que en Pallatanga no existe un terminal terrestre pues el movimiento se realiza en las terminales terrestres de las ciudades de Guayaquil y Riobamba.

Tabla # 26. Rutas y costos transporte interprovincial

Rutas	Origen	Destino	Tipo de Transporte	Valor Pasaje \$
Ruta 1	Pallatanga	Quito	Bus Interprovincial	6.50
Ruta 2	Pallatanga	Guayaquil	Bus Interprovincial	5.00
Ruta 3	Pallatanga	Riobamba	Bus Interprovincial	2.50
Ruta 4	Pallatanga	Ambato	Bus Interprovincial	4.00
Ruta 5	Pallatanga	Cumandá	Bus Interprovincial	1.00
Ruta 6	Pallatanga	Bucay	Bus Interprovincial	1.00
Ruta 7	Pallatanga	El Triunfo	Bus Interprovincial	3.00
Ruta 8	Pallatanga	Sto. Domingo de los Tsáchilas	Bus Interprovincial	8.50

Elaborado por: Unidad de Turismo

2.8.5 COMUNICACIONES

Tabla # 27. Estado de situación sistema de comunicación cantonal

3.2 COMUNICACIONES	EXISTENCIA EN EL TERRITORIO		ESTADO
	SI	NO	
CATEGORÍA			
Servicio Postal/Courier	X		BUENO
Internet	X		MUY BUENO
Telefonía Fija	X		MUY BUENO
Telefonía Móvil	X		BUENO

Elaborado por: **Unidad de Turismo GAD Pallatanga**

Fuente: **Unidad de Turismo GAD Pallatanga 2020**

El servicio de telefonía fija se brinda en el cantón por el Estado a través de la Corporación Nacional de Telecomunicaciones (CNT). La telefonía se concentra en la zona urbana con 706 líneas, esto representa una cobertura del 60% del total de viviendas, mientras el sector rural registra un 2% de atención.

En telefonía móvil se registran 1753 líneas dentro del área urbana y rural, en los últimos años el crecimiento de la telefonía móvil ha sido exponencial, a tal punto que actualmente los abonados se registran con un 97 % en modalidad prepago y el 3% están en la modalidad mediante contratación de planes.

Tabla # 28. Matriz de instalaciones de infraestructura

Categoría	Tipo	Subtipo	Información
Transporte	Terrestre	Red de carreteras	Nombres: Panamericana Sur (Riobamba Guayaquil)
		Servicios para el auto (turismo)	Número: Diez
		Señalización	Tiene/no tienen: Tiene
		Terminales de buses	Número: 0
		Red ferroviarias	Número: 0
		Gasolineras	Número: Dos
		Red de calles identificadas	Tiene /no tiene: Tiene
	Aéreo	Aeropuertos	Nombres: No Tiene/no tienen oficinas de información turística: No

			Tiene/no tienen servicios de alimentación y bebidas: No	
			Distancia: N/A	
		Aerolíneas	Nombre: N/A	
			Itinerarios: N/A	
			Frecuencias: N/A	
		Otros Servicios aéreos	Tiene /no tiene: no tiene	
		Acuático	Puerto	Tiene /no tiene: no tiene
			Terminal de pasajeros	Tiene /no tiene: no tiene
			Cruceros	Nombre: N/A
				Itinerarios: N/A
Frecuencias: N/A				
Comunicaciones	Postales	Código postal	Código postal: 060302	
	Telegráficos	Telégrafo	Tiene /no tiene: N/A	
	Telefónicas	Servicio telefónico fijo y móvil	Nombres: CNT, Claro, Movistar, Tuenti	
		Hotspots	Número: Uno	
	Internet	Operadoras	Nombres: CNT, Pallatanga TV-Internet	
Sanidad	Agua	Potable	Tiene /no tiene: No tiene	
		Entubada	Tiene /no tiene: Tiene	
		Tratada	Tiene /no tiene: Tiene	
		Pozo	Tiene /no tiene: no tiene	
		De lluvia	Tiene /no tiene: no tiene	
		No existe	Tiene /no tiene: no tiene	
		Otros	Tiene /no tiene: no tiene	
	Alcantarillado	Público	Tiene /no tiene: Tiene	
		Pozo	Tiene /no tiene: Tiene	
		No existe	Tiene /no tiene: Tiene	
		Otro	Tiene /no tiene: no tiene	
	Recolección de basura	Vehículos recolectores	Número: Uno	
		Días y Horarios	Lunes a Viernes de 07h00 a 16h00	
		Salud	Hospitales	Número: 0
	Farmacias		Número: Siete	
Clínicas	Número: 0			
Centros de Salud	Número: Uno			
Energía	Luz	Interconectada	Tiene/no tienen: Tiene	
		Generador	Tiene/no tienen: no tienen	
		Energía Alternativa	Tiene/no tienen: no tienen	
		No existe	Tiene/no tienen: N/A	

		Otros	Tiene/no tienen: N/A
	Combustibles	Empresas de gas	Número: Dos

Fuente: **Ministerio de Turismo 2022**

Tabla # 29. Matriz de instalaciones

Categoría	Tipo	Número	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
De agua y Playa	Marinas	-	-	-	-	-
	Espigones	-	-	-	-	-
	Muelles	-	-	-	-	-
	Carpas o tiendas	-	-	-	-	-
	Torre Salvavidas	-	-	-	-	-
	Sombrillas	-	-	-	-	-
	Vestuarios	-	-	-	-	-
	Reposaderas/Sillas	-	-	-	-	-
	Duchas públicas	-	-	-	-	-
	Baños públicos	-	-	-	-	-
	Basureros	-	-	-	-	-
Observación submarina	-	-	-	-	-	
De montaña	Miradores	-	-	-	-	-
	Senderos	8	-	-	X	-
	Funiculares	-	-	-	-	-
	Telefericos	-	-	-	-	-
Generales	Piscinas	3	X	-	-	-
	Vestuarios	6	X	-	-	-
	Juegos infantiles	0	-	-	-	-
	Campos de Golf	-	-	-	-	-
	Canchas de Tenis	-	-	-	-	-
	Pasarelas/puentes	1	-	X	-	-
	Gimnasios	3	X	-	-	-
	Pistas para correr	-	-	-	-	-
	Otras instalaciones deportivas	2	-	X	-	-
Otras instalaciones	3	X	-	-	-	

Fuente: **Ministerio de Turismo 2022.**

3. DIAGNÓSTICO TURÍSTICO DEL SECTOR

3.1. ANÁLISIS EXTERNO

3.1.1. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

3.1.1.1 Demanda Turística Internacional

La Organización Mundial del Turismo (OMT) señala que el ingreso de turistas para el año 2020 podría disminuir en un 20% y 30%. Con estos antecedentes Ecuador se vería disminuido en sus principales mercados emisores (EEUU, Perú, Colombia y España), lo que se traduce en una disminución de cerca de 450 mil visitantes internacionales.

Las afectaciones derivadas por la aparición del coronavirus (COVID-19) en todo el mundo, no solo porque ha provocado una gran cantidad de contagios y muertes, sino un impacto negativo y desesperanzador en la actividad turística y obviamente en la economía nacional.

El turismo mundial experimentó un incremento del 4% en 2021, en comparación con 2020 (415 millones frente a 400 millones). Sin embargo, las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) se mantuvieron un 72% por debajo de las de 2019, el año previo a la pandemia, según las estimaciones preliminares de la OMT. Son cifras que siguen a las de 2020, el peor año en los anales del turismo, cuando se registró un descenso del 73% en las llegadas internacionales.

El primer número de 2022 del **Barómetro de la OMT del Turismo Mundial** indica que el aumento de la tasa de vacunación, combinado con la disminución de las restricciones de viaje debido a una mayor coordinación transfronteriza y a nuevos protocolos, han ayudado a liberar la demanda reprimida. El **turismo internacional repuntó moderadamente** en la segunda mitad de 2021, siendo las llegadas en los trimestres tercero y cuarto un 62% inferiores a las anteriores a la pandemia. Según datos limitados, las llegadas de turistas internacionales en diciembre fueron un 65% inferiores a las de 2019. Está por ver aún el verdadero impacto de la variante omicron y de la ola de contagios de COVID-19.

El ritmo de la recuperación sigue siendo lento y desigual en las distintas regiones del mundo, debido a los diferentes grados de las restricciones a la movilidad, las tasas de vacunación y la confianza de los viajeros. Europa y las Américas registraron los mejores resultados en 2021 en comparación con 2020 (+19% y +17% respectivamente), pero ambos siguen estando un 63% por debajo de los niveles prepandémicos.

Por subregiones, el Caribe registró los mejores resultados (+63% por encima de 2020, aunque un 37% por debajo de 2019), con algunos destinos acercándose a los niveles prepandémicos o superándolos. La Europa Mediterránea Meridional (+57%)

y América Central (+54%) también disfrutaron de un repunte significativo, pero siguen estando un 54% y un 56% respectivamente por debajo de los niveles de 2019. América del Norte (+17%) y Europa Central y Oriental (+18%) también superaron los niveles de 2020.

Mientras tanto, África experimentó un aumento del 12% en las llegadas en 2021 en comparación con 2020, aunque siguen siendo un 74% inferiores a las de 2019. En Oriente Medio las llegadas disminuyeron un 24% respecto a 2020 y un 79% respecto a 2019. En Asia y el Pacífico las llegadas siguieron siendo un 65% inferiores a los niveles de 2020 y un 94% si se comparan con los valores anteriores a la pandemia, ya que muchos destinos siguieron cerrados a los viajes no esenciales.

La contribución económica del turismo en 2021 (medida en producto interior bruto directo del turismo) se estima en 1,9 billones de dólares de los EE.UU., por encima de los 1,6 billones de dólares de 2020, pero todavía muy por debajo del valor prepandémico de 3,5 billones de dólares. Los ingresos por exportaciones del turismo internacional podrían superar los 700.000 millones de dólares en 2021, una pequeña mejora respecto a 2020 debido al mayor gasto por viaje, pero menos de la mitad de los 1,7 billones de dólares registrados en 2019.

Se estima que los ingresos medios por llegada alcanzarán los 1.500 dólares en 2021, frente a los 1.300 dólares de 2020. Esto se debe al gran ahorro acumulado y a la mayor duración de las estancias, así como al aumento de los precios del transporte y del alojamiento. Francia y Bélgica registraron descensos comparativamente menores en el gasto turístico, con un -37% y un -28%, respectivamente, con respecto a 2019.

Según el último **Grupo de Expertos de la OMT**, la mayoría de los profesionales del turismo (61%) ven mejores perspectivas para 2022. Mientras que el 58% espera un repunte en 2022, sobre todo durante el tercer trimestre, un 42% prevé un posible repunte solo en 2023. Una mayoría de expertos (64%) espera ahora que las llegadas internacionales **no vuelvan a los niveles de 2019 hasta 2024 o después.**

3.1.1.2 Demanda Turística Nacional

A lo largo de la historia en estas últimas dos décadas, la actividad turística ha sido golpeada por un sin número de situaciones, que se manifiestan seguidamente, así: en 2003, con el Síndrome Respiratorio Agudo Grave (SARS), la crisis económica mundial de 2009 y el terremoto en Ecuador en 2016; este último tuvo un impacto significativo que tardó casi 6 meses para su recuperación.

La resiliencia del turismo al ser una actividad creciente y constante, se ve afectada, pues a todo nivel y en todo espacio se han determinado restricciones que limitan en ciertos casos hasta el 100% de determinadas actividades turísticas.

Los investigadores de la Universidad Particular de Loja (2020) determinan que el posible impacto en el sector turístico para este año puede ser considerablemente mayor al 20% o 30%. Según la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (Enemdu) del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), a 2019 fueron más de 600 mil personas las que declararon como su ocupación el Turismo, la gran mayoría mujeres, así se presentan dos posibles escenarios al respecto:

Escenario 1: Al disminuir en 20% en el sector de la industria turística, se estima que se pierden un total de 88 829 puestos de trabajo.

Escenario 2: Al disminuir en 30% en el sector de la industria turística, se estima que se pierden un total de 133 230 puestos de trabajo.

La planta turística en el país está formada en un 90% por Mipymes (medianas y pequeñas empresas). El 80% de estas se ven afectadas por la situación actual de la pandemia, desde los ámbitos laboral, productivo y económico. Los sectores más afectados son los de servicios de operación turística, guías turísticos, restaurantes, alojamiento y eventos.⁵

Los ecuatorianos planean realizar turismo dentro del país durante el 2021. Un estudio arroja que el 54% de un total de 8.329 encuestados está dispuesto a viajar internamente después del 2020. Siendo esta una estadística que proyecta que en Ecuador la industria se beneficiará.⁶

Hoy por hoy, los turistas buscan emprender viajes en 2021 para visitar los maravillosos destinos que tiene el país. Tomando en cuenta que habrá una vacuna en los próximos meses que aporta al sentido de seguridad, por tal razón, la calidad de los servicios turísticos, la oferta diferenciada de los destinos, la innovación de productos y la seguridad turística son esenciales para la reactivación turística interna ante la realidad actual.

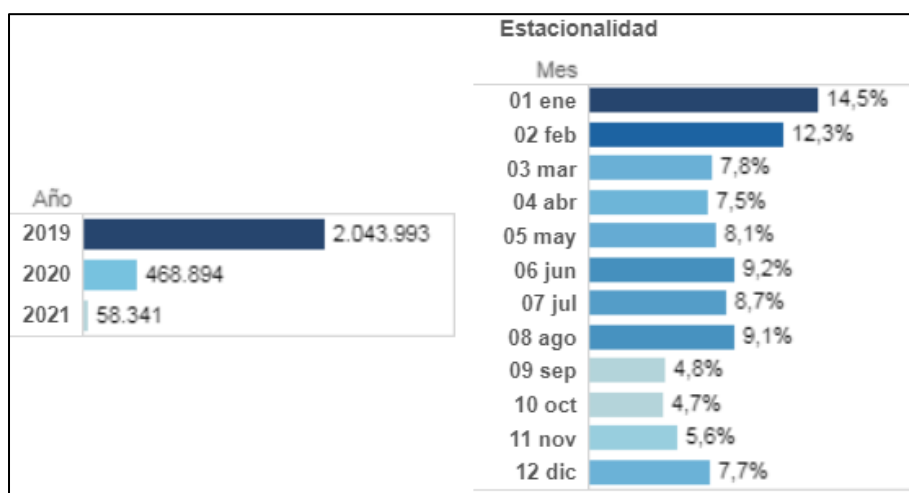
El Ministerio de Turismo del Ecuador a través de la Dirección de Inteligencia de Mercados, estimó mes a mes, desde marzo 2020, el impacto con respecto a la pérdida por concepto de ingreso de divisas extranjeras, dado el cierre de fronteras y demás limitantes de movilidad que se tomaron para frenar los efectos de la pandemia en Ecuador; sin embargo, con el pasar de los meses, la flexibilización de las medidas y la evolución de la pandemia en el país, se vio la necesidad de contar

⁵ Publicación Turística UTPL 2020

⁶ <https://www.metroecuador.com.ec/ec/estilo-vida/2020/12/22/el-turismo-de-ecuador-se-recarga-en-2021-hay-formas-de-viajar-y-conocer-nuevos-espacios-con-respeto-a-la-pandemia.html>

con un estudio del nuevo comportamiento del turismo nacional. Bajo este contexto, el Ministerio de Turismo, junto con el apoyo de la Universidad Central del Ecuador, trabajaron para consolidar un grupo público privado de universidades a nivel nacional, mismas que apoyarían a la construcción del estudio de comportamiento del turismo nacional pre y post COVID-19. Bajo esta idea, el estudio en mención, busca evidenciar el comportamiento del turista nacional antes y después de la afectación de la pandemia, generar una línea de tendencia con respecto a las variantes de comportamientos, analizar cuáles son sus gustos y preferencias en cuanto a desplazamientos y destinos, y conocer la motivación principal que tendría para poder realizar un viaje turístico durante 2020 y 2021.⁷

Gráfico #13. Relación plurianual Turistas Internacionales (Porcentaje)



Elaborado por: MINTUR

Fuente: Visualizador Estadísticas turísticas MINTUR 2021

El análisis respecto a la gráfica que antecede, determina que, en el año 2020, el turismo receptivo representó el 23% respecto a la llegada de turistas en 2019; y para el año 2021 hasta el primer trimestre se refleja un arribo de un 3% respecto al año 2019, evidenciando que la pandemia ha generado un decremento sustancial y por ende una grave contracción de la economía y cierre de establecimientos turísticos en el país.

Si se considera que el turismo es un rubro importante en la cartera económica nacional, no es ajeno el impacto negativo generado por el Covid-19, es por ello que desde la cartera de estado se han generado una serie de estrategias para promover el movimiento turístico internacional, como es el sello de seguridad Safe travels, el

⁷https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/DespuesCovid/Comportamiento-Covid-VERSION-FINAL_JSP.pdf

control sanitario de turistas (pruebas Covid-19 y mecanismos de cuarentena y aislamiento) en aeropuertos respecto a su ingreso y salida.

Gráfico # 14. Ranking de Llegadas migratorias a Ecuador 2020

Ord.	País de nacionalidad - residencia	Código Iso	Continente	Viaje %	Viajes
1	Estados Unidos de América	USA	América	29,96%	140.484
2	Colombia	COL	América	18,21%	85.400
3	Perú	PER	América	9,58%	44.926
4	España	ESP	Europa	8,06%	37.785
5	Canadá	CAN	América	2,88%	13.523
6	Chile	CHL	América	2,88%	13.507
7	Venezuela (República Bolivariana de)	VEN	América	2,61%	12.260
8	México	MEX	América	2,14%	10.050
9	Alemania	DEU	Europa	2,08%	9.735
10	Argentina	ARG	América	1,93%	9.050
11	Francia	FRA	Europa	1,69%	7.918
12	Brasil	BRA	América	1,60%	7.500
13	Italia	ITA	Europa	1,47%	6.888
14	Reino Unido	GBR	Europa	1,44%	6.740
15	Países Bajos	NLD	Europa	1,33%	6.217
16	Cuba	CUB	América	1,08%	5.064
17	Panamá	PAN	América	1,05%	4.917
18	China	CHN	Asia Oriental Y El Pacifico	1,04%	4.892
19	Filipinas	PHL	Asia Oriental Y El Pacifico	0,84%	3.929
20	Suiza	CHE	Europa	0,61%	2.866

Elaborado por: MINTUR

Fuente: Visualizador Estadísticas turísticas MINTUR 2021

La estadística reflejada en el web institucional de la autoridad nacional de turismo (MINTUR) arroja las nacionalidades del turista que ha arribado al país durante el año 2020, así se analiza las estadísticas: el 65,81% de arribos, están dominados por 4 nacionalidades, que en su orden son: Estados Unidos, Colombia, Perú, España respectivamente.

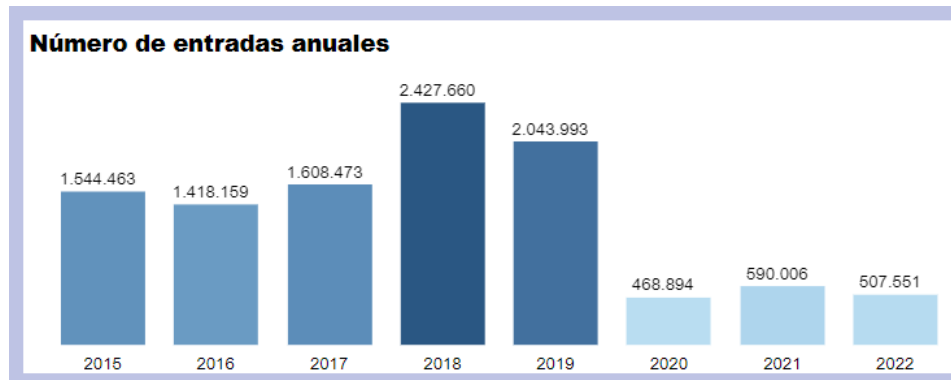
El top ten de arribos que se presenta en la gráfica, representa al 92,46% de arribos, mientras que el 7,54% corresponde a otras nacionalidades en menores porcentajes.

De la totalidad del top 20, se tiene el siguiente porcentaje de arribos internacionales por continente: América: 73,92%, Europa: 17,58% y Asia Oriental y el Pacífico: 1,88%.

La llegada de turistas al Ecuador al menos desde el 2015 hasta la actualidad se refleja en el siguiente gráfico, en donde se puede determinar que durante los años 2018 y 2019 se superó la barrera de los 2 millones de turistas; durante la pandemia un descenso de ingresos de un 75% respecto al 2019, una vez levantadas las

restricciones a la actualidad se evidencia un ingreso de un 25% respecto al total anual 2019 en prepandemia.

Gráfico # 14. Llegada de turistas 2015-2022



Elaborado por: MINTUR

Fuente: <https://servicios.turismo.gov.ec/entradas-y-salidas-internacionales>

GEOVIT

Es el geoportal de viajes turísticos al interior del país desarrollado por el Ministerio de Turismo. De acuerdo a la información de este portal, los ecuatorianos realizaron más de 52 millones de viajes internos en el 2018.

Estos viajes dinamizaron la economía en USD 2 800 millones. El dato fue entregado por la Coordinación General e Investigación del Ministerio de Turismo.

Para el ministerio, el turismo interno hace referencia a los desplazamientos con fines turísticos realizados por los residentes en el país. GeoVit indica que, en los nueve feriados del año pasado, se realizaron 13.2 millones de viaje. Estos viajes fueron, sobre todo, a ciudades como Quito, Guayaquil y Cuenca. Los días de asueto reactivaron la economía en USD 425,8 millones.⁸

El Ministerio de Turismo conjuntamente con algunos centros de educación superior del país, desarrollaron un estudio de comportamiento del turista nacional en el escenario del Covid-19, mismo que arroja los siguientes datos:

Tradicionalmente, el ecuatoriano, antes de la pandemia, tenía un comportamiento muy marcado en cuanto a la estadía promedio en el destino, de 2 a 4 noches; sin embargo, bajo la nueva normalidad, los encuestados indican que su estadía promedio disminuiría a al menos una noche, independientemente de su ocupación,

⁸ Mintur 2019

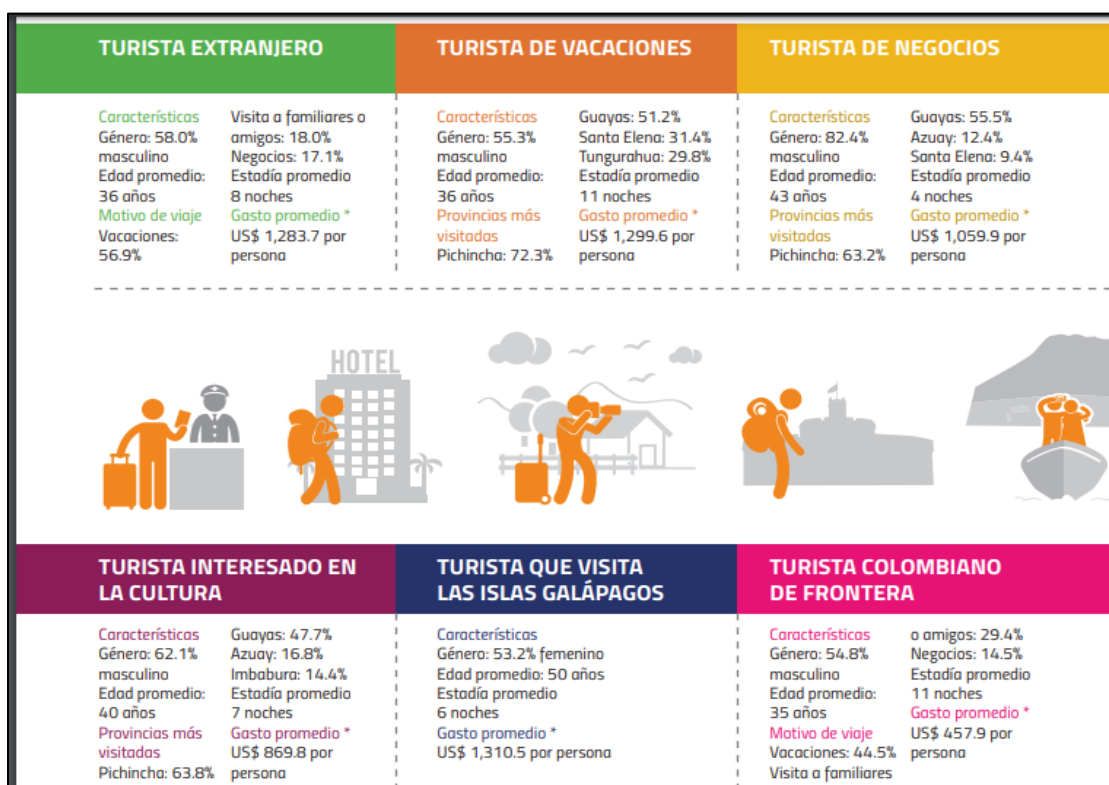
excepto para los adultos mayores, cuyo comportamiento permaneció constante al tradicional. Por otra parte, si se analiza este comportamiento en cuanto al ingreso mensual que se tiene, se evidencia que el número de noches que las personas están dispuestos a quedarse disminuye para quienes tienen menores ingresos económicos. Esto ligado al costo que involucra los servicios de hospedaje, y que la situación económica del mundo se ha visto alterada. Los residentes de la mayoría de las provincias encuestadas, toman como destino turístico a la región Costa del país. Por otra parte, independientemente de la ocupación, y antes y después de la pandemia, la preferencia por viajar al litoral del Ecuador prevalece. Pero si se observa por rango de edad, se muestra que los “Adultos”, toman como lugar turístico preferido al Extranjero, esto, antes y después de la pandemia. También se pudo evidenciar que 5 de cada 10 personas tienen planificado realizar un viaje a partir de 2021; esto ligado a la incertidumbre, protocolos, cierre de fronteras, e inseguridad que produce el viajar en la actualidad, dada la crisis mundial.

Dado la importancia que los viajeros le dan a los protocolos de bioseguridad al momento de realizar un viaje, los destinos deben centrar su atención en la adecuada aplicación, comunicación y socialización de los mismos. El desarrollo del turismo interno es tarea de todos, por lo cual, los GAD del país incentivarán a la llegada de visitantes, mostrando destinos bioseguros. Debido a la importancia que las personas dan al poder viajar con la familia, se debe fomentar una oferta turística para estos grupos; se podría considerar la aplicación de descuentos o paquetes familiares. De este modo, los lugares que ofrezcan estos incentivos impulsarán de mejor manera a sus destinos. Debido a que el número de noches que las personas están dispuestas a quedarse en un viaje disminuyó, se debe tomar en cuenta dentro de la oferta turística, la generación de viajes con respecto a excursiones y de al menos una noche; de igual forma, establecer precios asequibles para garantizar una mayor afluencia de turistas en lo que resta de 2020. La oferta turística debe centrarse en los destinos localizados en la región Costa del país, y en los destinos de naturaleza, áreas protegidas, reservas naturales y demás. La marcada preferencia de las personas hacia estos destinos, crea una oportunidad importante para la diversificación de productos y servicios. Finalmente, dada la respuesta de la gran mayoría de encuestados en posponer sus desplazamientos turísticos a destinos internacionales, es una gran oportunidad para que procesos de innovación puedan ser generados por parte de la oferta turística. El Ecuador como tal tiene todos los destinos que se buscan bajo esta nueva normalidad y el hecho de re inventarse y buscar nuevos nichos de mercado, nuevos productos y servicios, nuevos tipos y formas de comercialización son factores fundamentales para reactivar el aparato productivo turístico en el país.

3.1.1.3 Perfil del Turista Internacional

La información oficial de la autoridad de turismo (MINTUR) refleja el estudio de perfil del turista extranjero hasta el año 2017⁹, mismo que se ha considerado como información base en la construcción del Plan de Turismo 2030. En este sentido se identifican dos variables principales la primera por la actividad que realizan y la segunda por la procedencia, por lo que se tiene:

Gráfico # 16. Perfil del turista



⁹<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>

TURISTA BRITÁNICO		TURISTA ESPAÑOL		TURISTA ARGENTINO	
Características	Visita a familiares o amigos: 7.3%	Características	o amigos: 24.9%	Características	o amigos: 17.2%
Género: 52.9% masculino	Negocios: 6.2%	Género: 60.3% masculino	Negocios: 19.3%	Género: 62.1% masculino	Negocios: 13.2%
Edad promedio: 41 años	Estadía promedio 12 noches	Edad promedio: 32 años	Estadía promedio 14 noches	Edad promedio: 39 años	Estadía promedio 9 noches
Motivo de viaje	Gasto promedio *	Motivo de viaje	Gasto promedio *	Motivo de viaje	Gasto promedio *
Vacaciones: 80.7%	US\$ 1,064.6 por persona	Vacaciones: 49.2%	US\$ 1,455.8 por persona	Vacaciones: 61.5%	US\$ 1,136.2 por persona
		Visita a familiares		Visita a familiares	
TURISTA BRASILEÑO		TURISTA CHILENO		TURISTA COLOMBIANO	
Características	Visita a familiares o amigos: 37.3%	Características	o amigos: 24.6%	Características	o amigos: 28.4%
Género: 65.1% masculino	Negocios: 8.1%	Género: 58.9% masculino	Negocios: 11.0%	Género: 56.4% masculino	Negocios: 21.5%
Edad promedio: 41 años	Estadía promedio 5 noches	Edad promedio: 35 años	Estadía promedio 7 noches	Edad promedio: 37 años	Estadía promedio 9 noches
Motivo de viaje	Gasto promedio *	Motivo de viaje	Gasto promedio *	Motivo de viaje	Gasto promedio *
Vacaciones: 49.0%	US\$ 1,318.4 por persona	Vacaciones: 59.2%	US\$ 738.5 por persona	Vacaciones: 41.1%	US\$ 639.2 por persona
		Visita a familiares		Visita a familiares	

Elaborado por: MINTUR

Fuente: Plan Nacional de Turismo 2030

Sin embargo, el impacto al turismo a consecuencia del Covid-19, ha generado que los destinos tengan que repensar la oferta turística, adaptándose a las características, circunstancias, protocolos de bioseguridad, innovación; de manera que se pueda satisfacer al turista; como parte de este análisis se consideran las nuevas tendencias del turista.

La oficina comercial de Ecuador en París en su boletín de inteligencia de negocios respecto a las tendencias del mercado de turismo post pandemia informa que “Según la Asociación francesa de agencias de viaje la planificación de viajes y vacaciones tomará más tiempo, elementos a considerar y menos riesgos que enfrentar”. El turista europeo, se tomará más tiempo y será más responsable a la hora de tomar sus decisiones de viaje. Salud y bienestar serán los principios que rijan sus decisiones, destinos, y composición de grupos o formatos de viaje.

Con estos nuevos aspectos a considerar en la toma de decisiones, según el boletín de tendencias de eurotravel news la oferta o proveedores, entre ellos los ecuatorianos, deberán considerar al menos seis tendencias emergentes hacia las cuales se canalizarían ajustes de productos y servicios: wilderness (celestial

scapes), nomadic (glampervan journeys), eco (cultivacations), wellness (longevity retreats), authentic (community immersion) and mindfull (coworking-camps).

La pandemia trajo presión emocional, psicológica, ansiedad, encierro, miedos y necesidades personales truncadas o limitadas. Para el 2021 estos aspectos serán muy relevantes a la hora de tomar decisiones en los viajeros. La demanda buscará ofertas impregnadas de sensaciones de libertad, cambio de “aires” y ambiente, tiempo de calidad con amigos y la familia. Para los proveedores esto significa, entre otros aspectos, medidas de higiene rigurosas y permanentes, flexibilidad en los sistemas de reservas, o apoyos distintos (espirituales, psicológicos) a los tradicionales en sus paquetes de servicios. Otro aspecto que mutará por la misma dinámica adaptativa del sector y sus viajeros es que la oferta dejará de ser un commodity para transformarse en un medio o herramienta de crecimiento personal, felicidad, paz y tranquilidad emocional con alto valor añadido.

El ecoturismo como opción tiene una relación directa con el menor impacto al planeta, la reducción del consumismo, conectarse con la naturaleza y apoyar lo local. El desafío para los operadores es la de diseñar la combinación adecuada y diferente que incluya, por ejemplo, vacaciones en granjas que producen alimentos por temporada o que trabajan con comunidades aledañas en modelos colaborativos agrícolas o ganaderos inclusivos con modelos productivos de economía circular y cuidado del agua, recursos naturales o recuperación de fuentes naturales, preservación o recuperación de bosques o zonas afectadas por la gestión abusiva del ser humano.

En conclusión, el viajero consciente es la herencia de la pandemia. No aplica a todo el universo de viajeros, pero marca una gran parte para la industria.

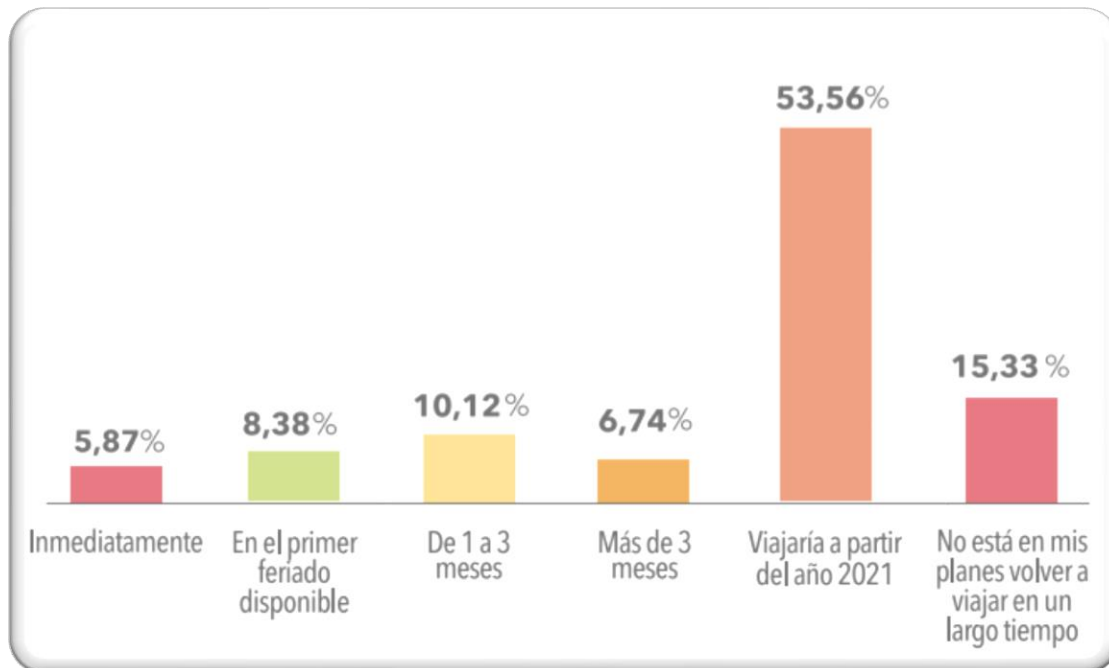
El proceso de reestructuración de ésta seguirá hasta el 2022 sin que haya garantía de que las fronteras vuelvan a cerrarse o se mantengan semi-abiertas. En principio, viajar será casi un bien suntuario – una experiencia que requerirá planificación y meditación muy distinto a lo que la industria ha estado acostumbrada. La evidencia muestra que el comportamiento de compra y toma de decisiones de los viajeros no será igual al 2019 y por tanto la oferta debe definir cómo readaptarse.¹⁰

¹⁰ file:///C:/Users/TURISMO-01/Downloads/PROEC_BIC2020_12_-PARIS.pdf

3.1.1.4 Perfil del turista nacional

En el 2020, el Ministerio de Turismo conjuntamente con algunos centros de educación superior del país, desarrollaron un estudio de comportamiento del turista nacional en el escenario del Covid-19 (**Nueva Normalidad**) mismo que arroja los siguientes datos:

Gráfico # 17. Período de tiempo para viaje

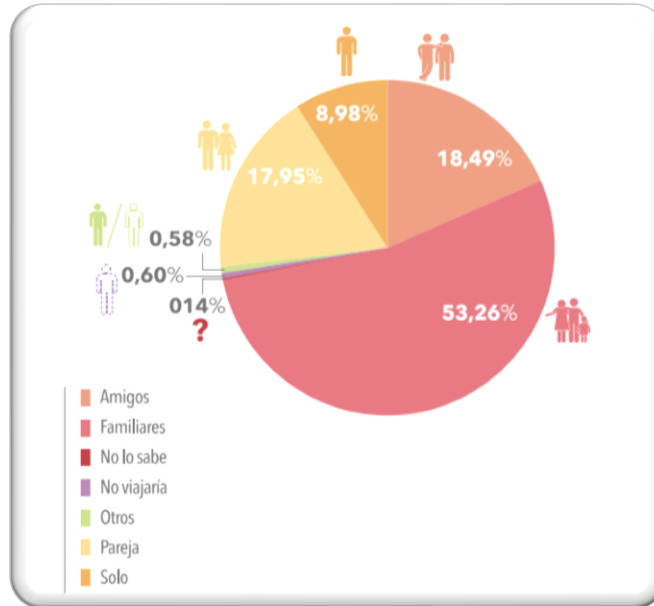


Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados MINTUR

Fuente: Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la Nueva Normalidad (agosto 2020) Ecuador.

El indicador más elevado indica que el turista ecuatoriano viajaría a partir del 2021, sin embargo, fue para el feriado nacional de Difuntos que se permitió viajar como efecto del proceso de vacunación y cumplimiento de determinadas restricciones sanitarias.

Gráfico # 18. Compañía para su viaje

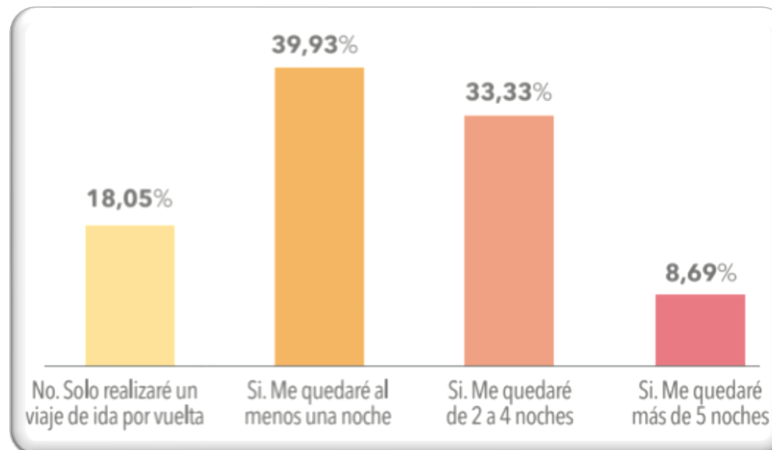


Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados MINTUR

Fuente: Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la Nueva Normalidad (Agosto 2020) Ecuador.

El 90% de turistas, tiene definido con quien viajar, predominan en su orden la familia, los amigos y en pareja.

Gráfico # 19. Promedio de noches de estadía

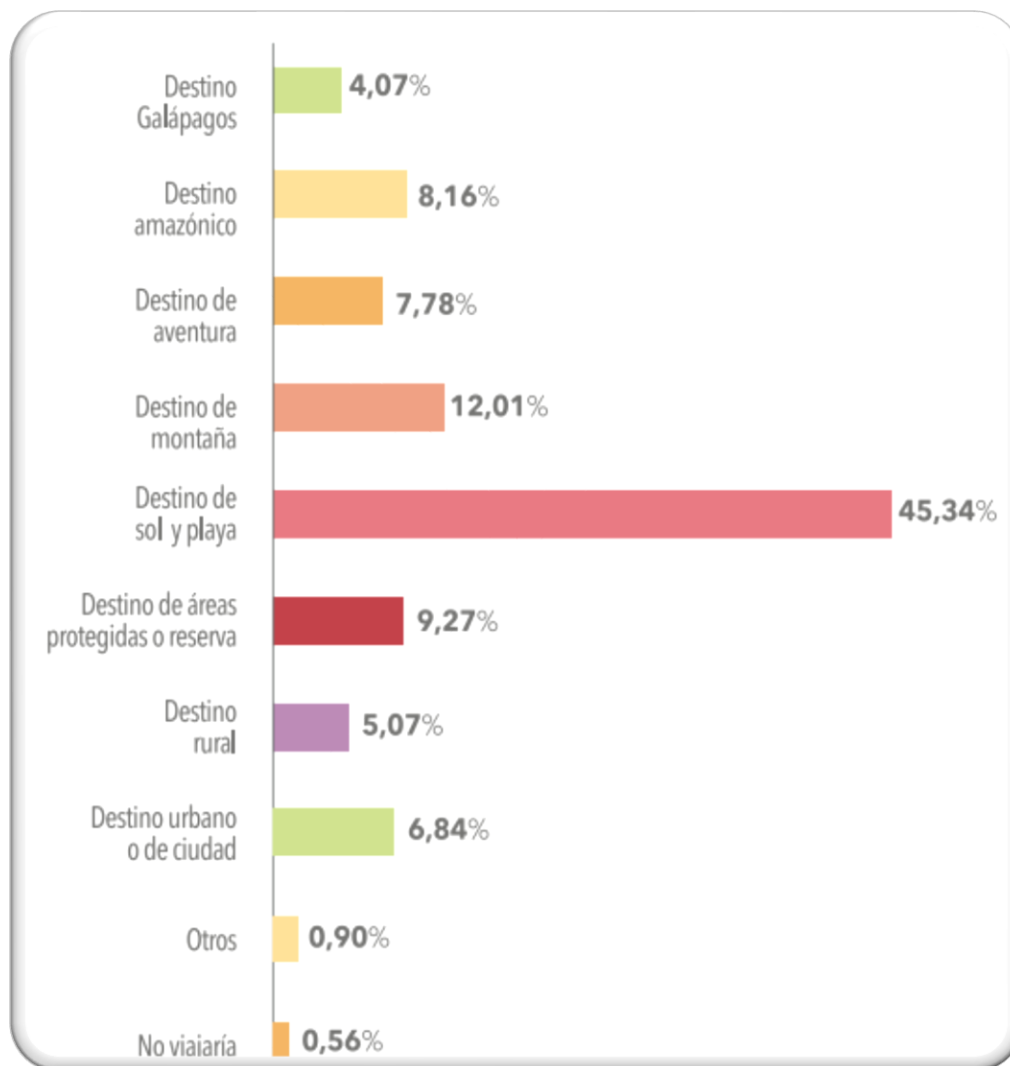


Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados MINTUR

Fuente: Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la Nueva Normalidad (agosto 2020) Ecuador.

El indicador dominante determina que al menos una noche pernochará el turista, sin embargo, no lejano con el 33% la opción de pernoctar entre 2 y 4 noches, es muy importante.

Gráfico # 20. Preferencia de destino turístico para viaje

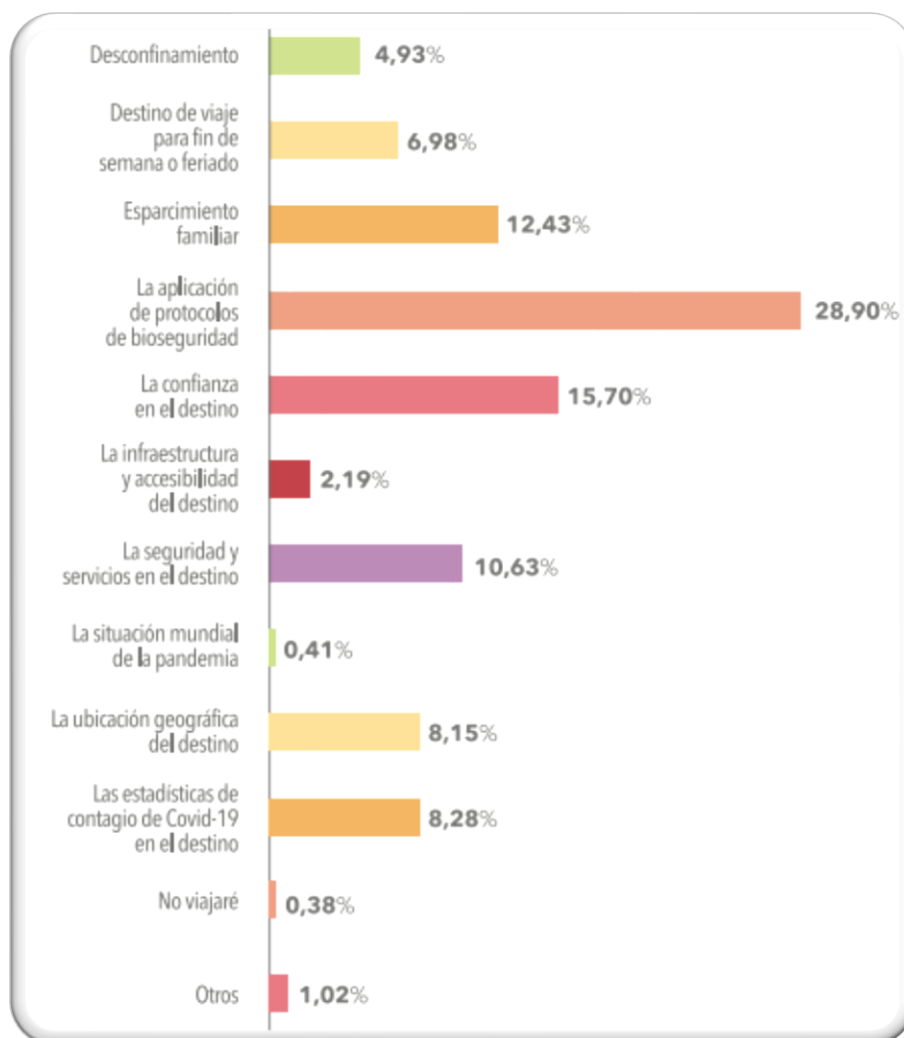


Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados MINTUR

Fuente: Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la Nueva Normalidad (agosto 2020) Ecuador.

Sigue siendo de preferencia el destino de sol y playa, sin embargo, un 26% de turistas prefiere destinos al aire libre como áreas protegidas, destinos de montaña y destinos rurales, que merecen ser potenciados para diversificar la oferta en los territorios.

Gráfico # 21. Factor motivacional de viaje



Elaborado por: Dirección de Inteligencia de Mercados MINTUR

Fuente: Encuesta de Comportamiento de Viajes de Turismo Interno pre COVID-19 y bajo la Nueva Normalidad (agosto 2020) Ecuador.

Se identifican cuatro principales factores motivacionales para el viaje, la aplicación de protocolos de bioseguridad, esparcimiento familiar, confianza en el destino y seguridad y servicios en el destino turístico, claramente justificados con la presencia del COVID 19 y la necesidad de salir del encierro cumpliendo los protocolos de bioseguridad, así como manteniendo y exigiendo los mismos en el destino a visitar.

3.1.1.4 Demanda Turística del cantón Pallatanga

El cantón Pallatanga, ha pasado a ser considerado como un potencial turístico provincial a partir del año 2010, cuando la Corporación para el Desarrollo de las Cuencas de los Ríos Chanchán y Chimbo (CODECH)¹¹ determina una estrategia de turismo, a través de la gestión de Corredores de Turismo Sostenible, determinándose para los cantones de Pallatanga y Cumandá el Corredor de Turismo Sostenible Paraíso Subtropical. Para el año 2010, se desarrolla el estudio de Potencial turístico, en donde se determina que a ese momento se tiene una visita turística de 10800 turistas; sin embargo, al momento se han trabajado en proyecciones fundamentados en dicha estadística, por lo tanto, a 2019, se tiene una proyección de llegada de 13056 turistas. Si se realiza un análisis integral de la incidencia en el territorio, se obtiene:

Tabla # 30. Comparativo estadísticas visitas turísticas

<i>TURISTAS PAIS</i>	2607692	0,50%
<i>TURISTAS PROVINCIA</i>	139992	9,33%
<i>TURISTAS CANTÓN</i>	13056	

Elaborado por: Unidad de Turismo 2019

Estos se han obtenido del Ministerio de turismo y proyecciones de la provincia, luego del proceso de actualización del PD&OT, y algunas estrategias asumidas en las dos últimas administraciones municipales, se presenta seguidamente la proyección de turistas generada a partir del estudio para la construcción del Parque Acuático Pallatanga (2016), misma que se refleja en el modelo de gestión del mismo.

Foto # 33. Ciclistas-Ruta Turística San Jorge Bajo



Fuente: Colectivo Chimborazo en Bicicleta 2019

¹¹ Dependencia de carácter interinstitucional GADP Chimborazo y GADsM Colta Guamote Chunchi, Alausi, Pallatanga y Cumandá

Los datos más actualizados respecto a la demanda turística, se evidencian en el Plan de Negocios del Parque Acuático, donde se ha proyectado la demanda turística futura.

Con la base de 12448 turistas, se ha procedido a determinar la proyección de la demanda potencial de turistas que visitarían el parque acuático de Pallatanga, considerando que se tiene un incremento del 1,2% anual, contando con 13.056 turistas a partir del año 2019 donde entra en funcionamiento el proyecto. Para lo cual se utilizó el procedimiento de proyección lineal aplicando la siguiente fórmula:

Fórmula para la actualización de la población por línea recta:

$$P_n = P_o * (1 + i) ^ N$$

Donde:

P_n = A la población actualizada.

P_o= A la población del año base.

i = La tasa de incremento poblacional

n= Año de actualización

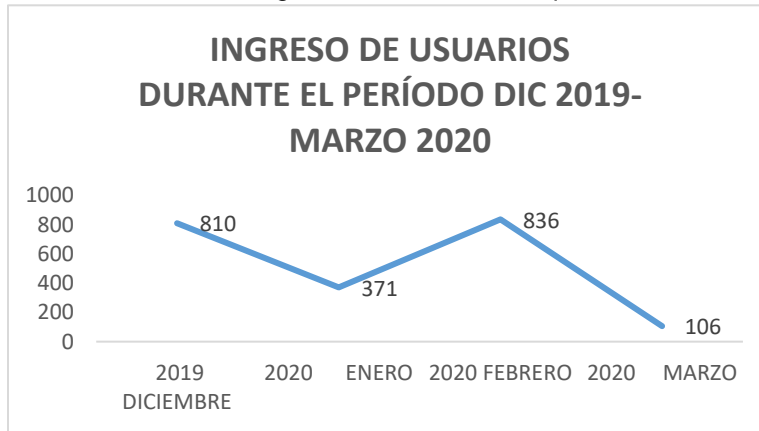
Tabla # 31. Determinación de la demanda potencial de turistas.

AÑO	# Turistas (Crecimiento 1,2%)
AÑO 2015	12.448
AÑO 2016	12.597
AÑO 2017	12.748
AÑO 2018	12.901
AÑO 2019	13.056
AÑO 2020	13.213
AÑO 2021	13.371
AÑO 2022	13.532
AÑO 2023	13.694
AÑO 2024	13.858
AÑO 2025	14.025
AÑO 2026	14.193
AÑO 2027	14.363

Fuente: Plan de Negocios Parque Acuático Pallatanga 2019

Una vez que se ha aperturado el Parque Acuático Pallatanga se han generado estadísticas importantes que, junto a las estadísticas generadas respecto a la procedencia, sirven para generar acciones y estrategias para segmentos de mercado; así se tiene:

Gráfico # 22. Ingreso de usuarios Parque Acuático

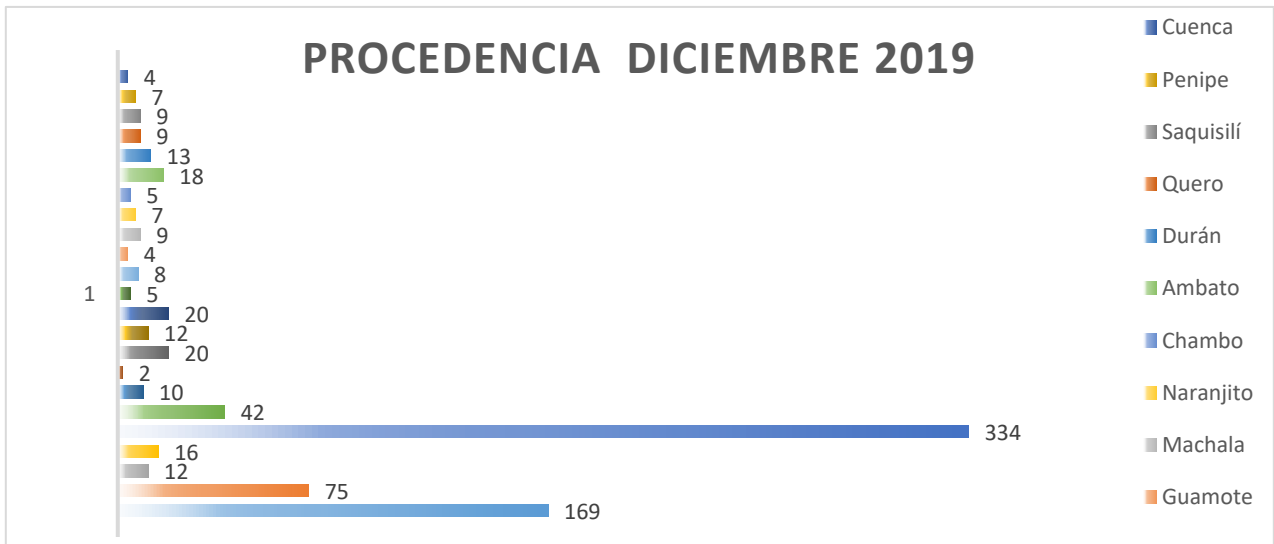


Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático 2020

Esta gráfica, permite observar la afluencia de turistas durante el período que ha permanecido abierto para la atención al público, se puede evidenciar dos picos importantes con una afluencia de 1646 usuarios durante los meses de diciembre 2019 y febrero 2020 que corresponden a dos hitos importantes, la apertura coincidente con un feriado nacional y el Carnaval que es el feriado vacacional más importante del país. Por la situación de emergencia que atraviesa el país, se pudo aperturar las dos semanas de marzo, a ello responde ese bajo índice de ingresos.

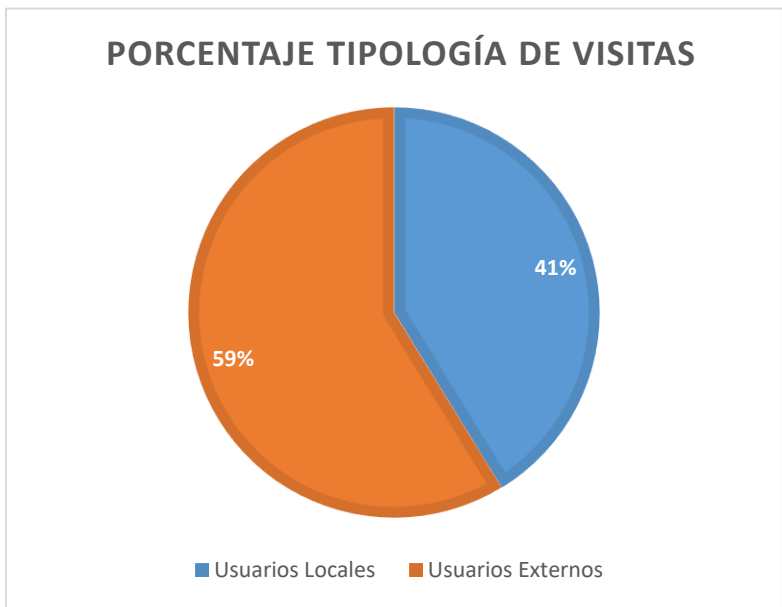
MES DE DICIEMBRE 2019

Gráfico # 23. Procedencia Usuarios Parque Acuático Pallatanga



Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático 2020

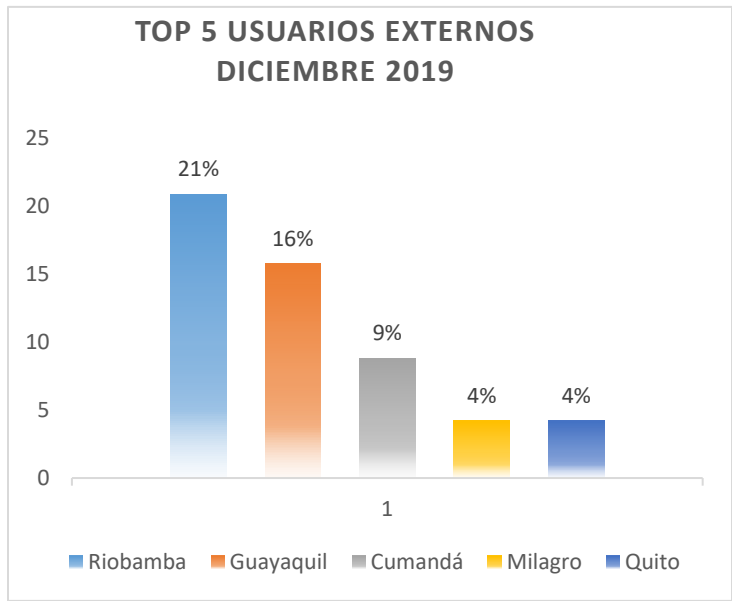
Gráfico # 24. Tipología de visitas



Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático 2020

Una vez segregados los datos de visitantes locales y usuarios externos que han visitado el Parque Acuático durante el mes de diciembre de 2019, se aprecia que el segmento dominante es el visitante externo con 59%, superior con 11 puntos respecto al usuario local.

Gráfico # 25. Porcentaje de procedencia

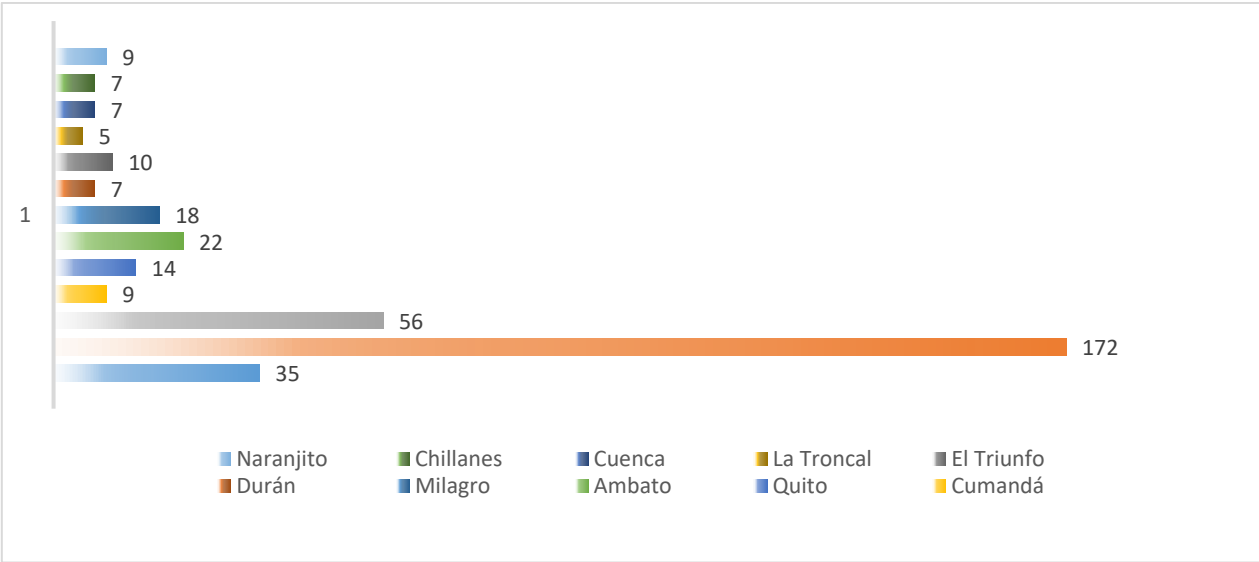


Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático 2020

La gráfica representa el porcentaje de procedencia de usuarios al Parque Acuático durante el mes de diciembre, este dato permite identificar los mercados turísticos del Ecuador que hay que fortalecer y dirigir la promoción turística mediante estrategias adecuadas.

MES DE ENERO 2020

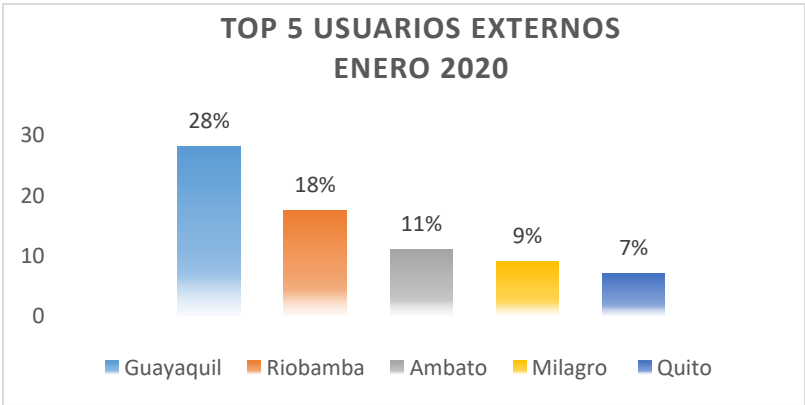
Gráfico # 26. Procedencia Visitas enero 2020



Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático 2020

Para el mes de enero luego de salir de un feriado nacional largo (navidad y fin de año 2019), se identifica a tres ciudades como las de mayor procedencia al parque acuático.

Gráfico # 27. Porcentaje visitas enero 2020

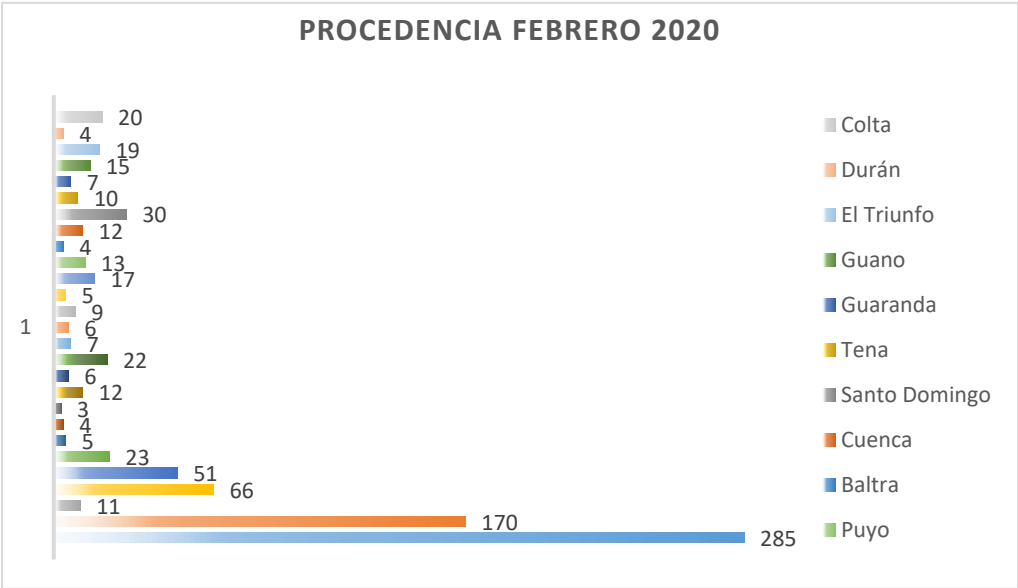


Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático 2020

Se mantiene el 80% de ciudades de procedencia respecto al mes de diciembre de 2019, sin embargo, hay un repunte interesante de 12 puntos porcentuales del usuario guayaquileño y de 5% del usuario milagreño.

MES DE FEBRERO 2020

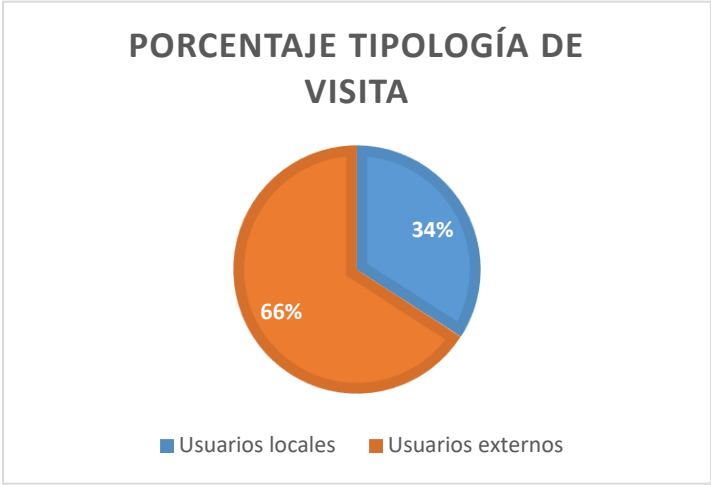
Gráfico # 28. Procedencia visitas Parque Acuático Pallatanga



Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático 2020

Durante el mes de febrero el país disfruta del feriado más importante a nivel nacional como es el Carnaval.

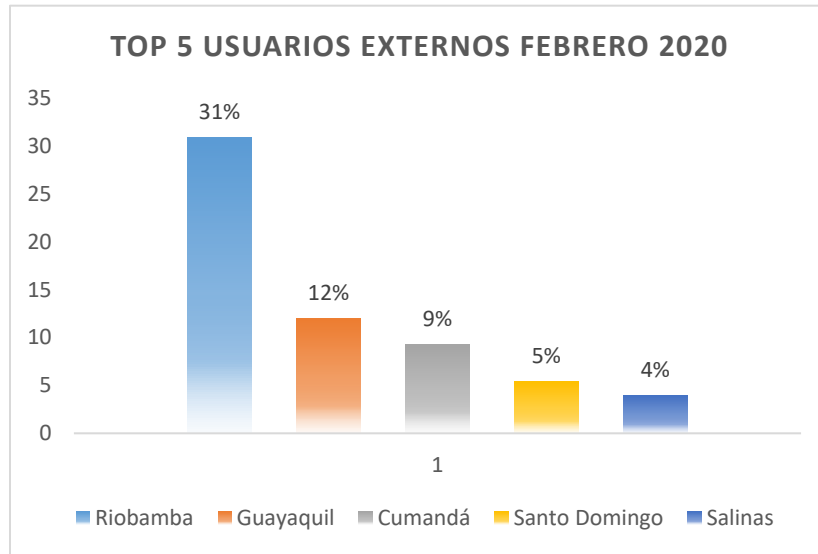
Gráfico # 29. Tipología de visitantes



Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático 2020

Se mantiene la tendencia del porcentaje de turistas externos respecto a la visita; con un repunte como resultado del feriado nacional; pues se incrementó en 7% respecto al mes de diciembre de 2019 y en 12% respecto al mes de enero de 2020.

Gráfico # 30. Procedencia visitantes

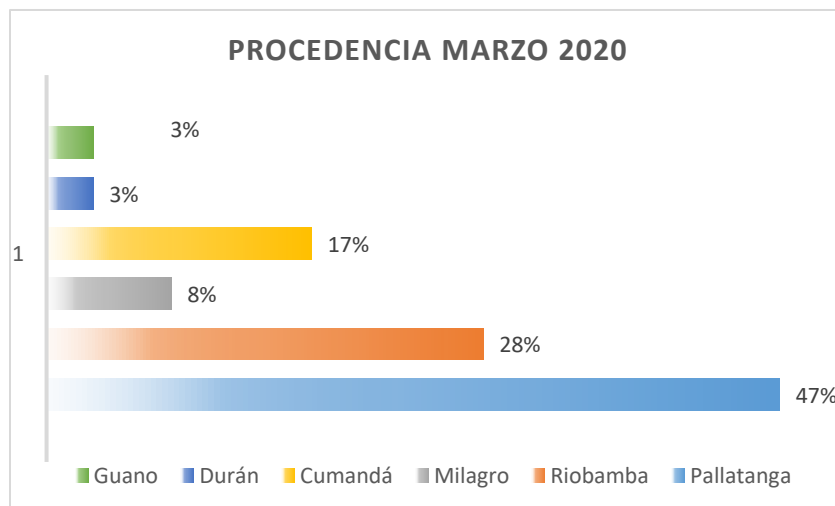


Fuente: Plan Estratégico de Turismo 2020

Respecto al mes anterior hay un incremento del 13% del usuario procedente de Riobamba y un decremento del 16% del usuario guayaquileño; se integran a la estadística 3 nuevas ciudades.

MES DE MARZO 2020

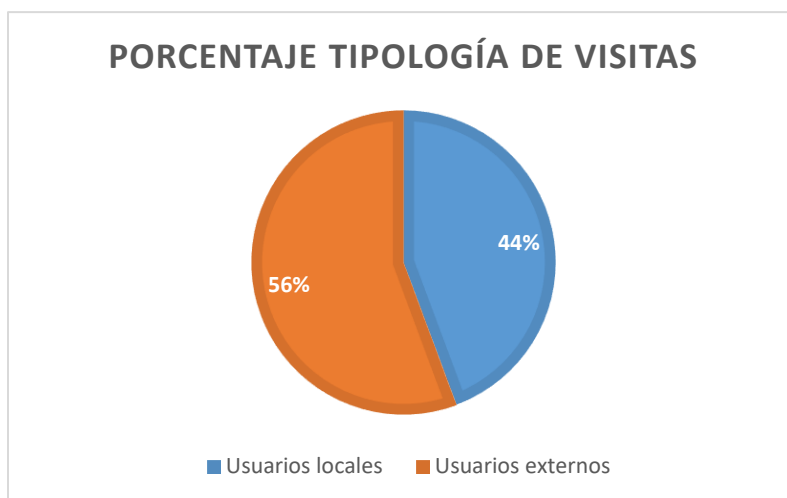
Gráfico # 31. Procedencia de visitantes Parque Acuático Pallatanga



Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático Pallatanga 2020

Durante este mes se apertura dos semanas por decisión de la máxima autoridad para salvaguardar la seguridad del usuario y el personal municipal ante la arremetida del COVID 19. Es un mes muy inusual y por primera vez el usuario local tiene importante presencia en el centro recreacional.

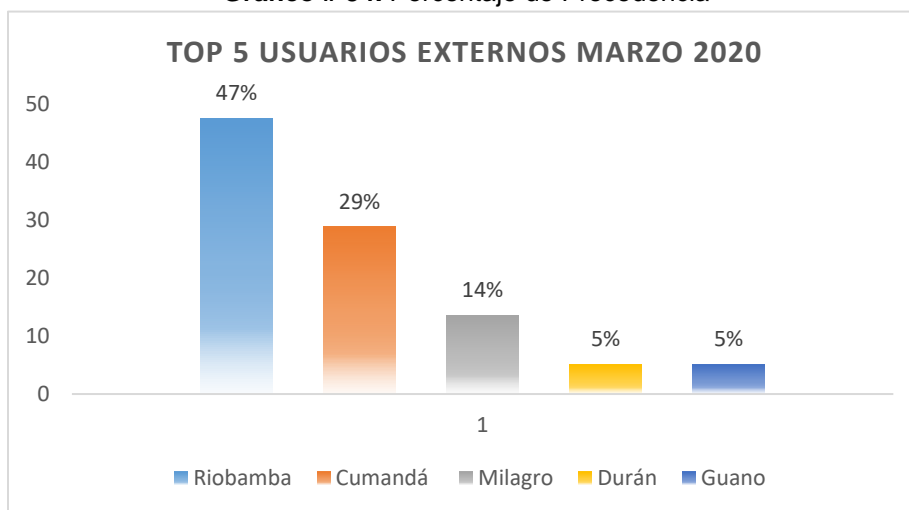
Gráfico # 32. Porcentaje de visitas



Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático Pallatanga 2020

Pese a la importante presencia del usuario local, se sigue manteniendo mayor porcentaje de utilización el visitante externo con 12% sobre el local.

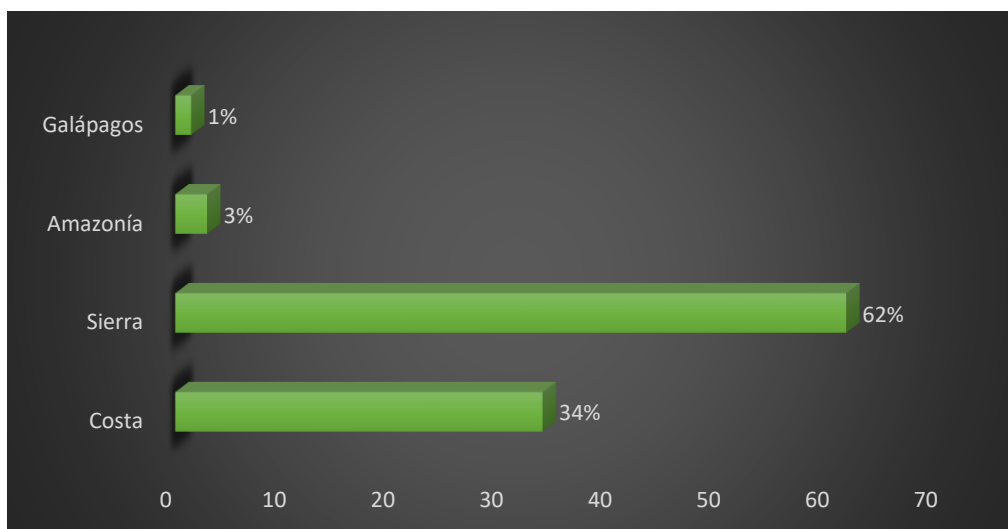
Gráfico # 34. Porcentaje de Procedencia



Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático Pallatanga 2020

Se identifica una presencia muy importante el usuario riobambeño de 31%, 18% y 21% en los 3 primeros meses, mostrando un incremento de 16%, 29% y 26% respectivamente; además aparece un nuevo mercado como Guano.

Gráfico # 35. Procedencia regional de usuarios



Fuente: Plan Estratégico Parque Acuático Pallatanga 2020

De los usuarios procedentes de 60 ciudades incluida Pallatanga para la estadística regional, se observa que los usuarios en su mayoría proceden de la región sierra, que se muestra superior a la región costa con 28%, las regiones Amazonía y Galápagos presentan estadísticas muy irrelevantes, por tanto, no se consideran mercados atractivos.

Análisis para el futuro

El Parque Acuático Pallatanga, fue concebido como un atractivo turístico a partir del cual se distribuya el flujo turístico a los demás atractivos turísticos y por ende se genere dinamización económica por las actividades turísticas que se realicen.

La ubicación geográfica del cantón y especialmente el clima, han generado que, de diciembre 2019 a marzo 2020, se levante una estadística importante respecto al ingreso de visitantes, los servicios más utilizados, la procedencia de visitantes; esta última refleja la visita del 62% de la región sierra y el 34% de la región costa; esta estadística respecto a los picos de llegada se evidencia un incremento por los días feriados durante los meses de funcionamiento.

La Pandemia llegó para quedarse y tuvo un efecto negativo en las actividades turísticas, cerraron establecimientos turísticos, incrementó la informalidad, creció el desempleo; sin embargo, a 14 meses de la pandemia se puede evidenciar la llegada de turistas especialmente a la zona de cascadas y a realizar actividades al aire libre.

Al momento el Parque Acuático Pallatanga se encuentra fuera de operación; más, dentro de una de las estrategias de reactivación está el fortalecimiento de dos corredores de turismo que conectan a las comunidades de la zonas: alta, media y

baja hasta y desde el Parque Acuático Pallatanga, de manera que el flujo turístico se disperse hacia estas zonas territoriales y se desarrollen las actividades turísticas que se generan a través de la empresa privada, ya sea camping, ciclismo, cuadrones, astroturismo, birdwatching, senderismo, turismo vivencial, agroturismo.

El futuro del turismo en el territorio, depende de varios factores, el más importante el proceso de vacunación que se lleva adelante desde el Ministerio de Salud; más, es fundamental que, mediante un proceso articulado, se fortalezca el sistema turístico cantonal, de manera que la permanencia turística que se espera, realmente se convierta en una experiencia satisfactoria.

Impulsar el turismo en territorio, se convierte en un gran reto, especialmente en cantones pequeños como Pallatanga, pues, factores como el limitado presupuesto, hacen que la gestión realizada no surta el efecto esperado. Sin embargo, el comité de Gestión Turística Provincial, se convierte en un gran apoyo para las iniciativas locales y ejecución articulada de acciones.

3.1.2 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Cantón Cumandá

Tabla # 32. Generalidades cantón Cumandá

Nombre del GAD	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Cumandá.		
Fecha de creación del cantón	El Congreso Nacional mediante ley 138, publicada en el registro oficial, N° 862 del 28 de Enero de 1992, crea el Cantón Cumandá.		
Población total al 2014	Según el último censo de población y vivienda de 2010, Cumandá posee 6.343 hombres y 6.579 mujeres dando un total de 12.922 habitantes. Se considera además que en el Cantón Cumandá se tiene una tasa de Crecimiento poblacional del 3,54% lo que representa que para el año 2014 Cumandá cuenta con 14.851 habitantes aproximadamente.		
Extensión	160.10 Km ²		
Límites	Norte: Parroquias Multitud y Sibambe perteneciente al Cantón Alausí. Sur: Parroquia Aventura del Cantón Cañar, provincia de Cañar Este: Parroquia Huígra del Cantón Alausí, provincia de Chimborazo. Oeste: Parroquia Santa Rosa del Cantón Chillanes, provincia de Bolívar, Cantón General Antoino Elizalde (Bucay) y Cantón Marcelino Maridueña de la Provincia del Guayas		
Rango altitudinal	El rango altitudinal es de 300 hasta los 1.900 metros sobre el nivel del mar aproximadamente.		
Temperatura	Varía entre los 16 a 26 °C.		
Ubicación geográfica	El Cantón Cumandá está ubicado al sur occidente de la provincia de Chimborazo, en las estribaciones de la cordillera occidental. Geográficamente se encuentra desde los 70 grados 0 minutos, 79 grados 15 minutos de longitud oeste y 2 grados 6 minutos hasta 2 grados 16 minutos de latitud sur.		
COORDENADAS	Ubicación	UTM	Coordenadas Geográficas
	Norte	9'764.000	2° 08' 19" Latitud Sur 79° 02' 38" Longitud W
	Sur	9'747.750	2° 16' 52" Latitud Sur 79° 04' 09" Longitud W
	Este	724.500	2° 12' 06" Latitud Sur 78° 12' 06" Longitud W
	Oeste	679.800	2° 11' 08" Latitud Sur 79° 23' 01" Longitud W

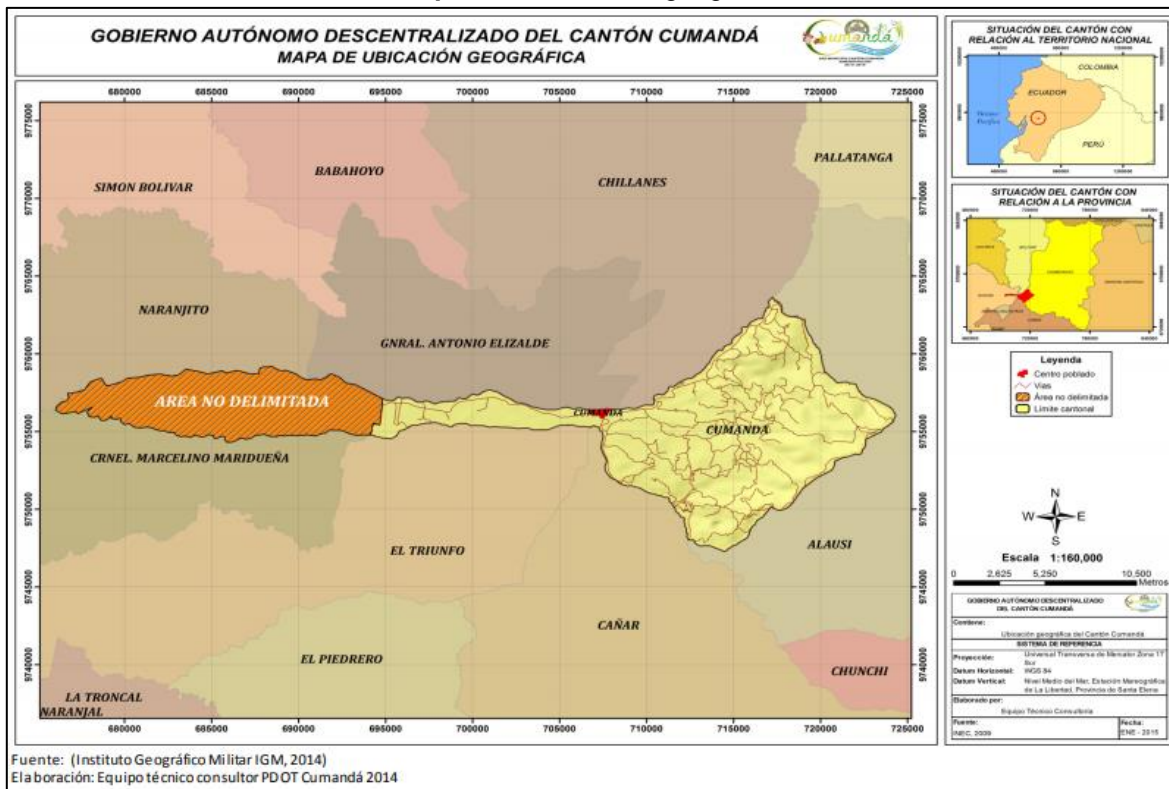
Fuente: PDOT Cumandá 2014

Se encuentra en la frontera con la Provincia del Guayas en el extremo sur occidental de la provincia, a tres horas de Riobamba siguiendo la Panamericana Sur en la vía a Guayaquil. Debido a su clima tropical es posible encontrar productos agrícolas de la Costa. Este lugar está atravesado por el ferrocarril del sur. El parque central de Cumandá está adornado con flores exóticas. La gruta de la Virgen de los Dolores,

el mirador, el coliseo de gallos, son los lugares de encuentro de los visitantes. Suncamal es un recinto ubicado a 1500 msnm.

Es un mirador natural de Cumandá. En este trayecto se puede disfrutar de las deliciosas puntas, miel y la sabrosa melcocha. A pocos metros de la ciudad se encuentran los ríos Chimbo y Chanchán, en los que se puede practicar la pesca deportiva. La Isla, el Bosque Protector Santa Rosa, Bosque Protector Chilicay, y Manuelita, son lugares mágicos. Seguidamente más datos de interés:

Mapa # 05. Ubicación geográfica



Fuente: PDOT Cumandá 2014

El cantón Cumandá presenta el siguiente cuadro de atractivos naturales:¹²

¹²http://app.sni.gob.ec/sin/link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660001760001_ACTUALIZACION%20PDOT%20CUMANDA%202014-2019_15-03-2015_23-51-47.pdf

Tabla # 33. Atractivos turísticos del cantón Cumandá

ATRATIVOS NATURALES					
N:	ATRATIVO	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
1	Bosque Primario Chilicay	Sitio Natural	Bosque	Ceja de Selva occidental	II
2	Bosque Protector Santa Rosa	Sitio Natural	Bosque	Ceja de Selva occidental	II
3	Bosque Nogalero	Sitio Natural	Bosque	Bosque Montano Bajo Occidental	I
4	Cascada Chilicay	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	II
5	Chorrera del Diablo	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
6	Cascada Encanto de la Princesa	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
7	Cascada Paila de Oro	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
8	Cascadas piedras Gemelas	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
9	Cascada Gotas de Lluvia	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
10	Cascada Oreja de Piedra	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
11	Cascada Piedra Negra	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
12	Cascada vestido de Novia	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Cascada	I
13	Cuernos de Venado	Sitio Natural	Fenómeno Geológico	Escarpa de Falla	I
14	Mirador Llalla Cocha	Sitio Natural	Montaña	Mirador	I
15	Poza de Santa Rosa	Sitio Natural	Ambiente Lacustre	Laguna estacionaria	I
16	El Chorro	Sitio Natural	Rio	Riachuelo	II
17	Río Chimbo	Sitio Natural	Rio	Rápidos	II
18	Río Chanchán	Sitio Natural	Rio	Rápidos	II
19	Río San Pablo	Sitio Natural	Rio	Rápidos	II
20	Río La Lucía	Sitio Natural	Rio	Riachuelo	II
21	Río Chilicay	Sitio Natural	Rio	Riachuelo	I

Fuente: GAD Municipio Cantón Cumandá 2014
Elaboración: Departamento de Avalúos y Catastros y Equipo técnico de Consultoría PDOT Cumandá 2014..

Fuente: PDOT Cumandá 2014

Como se indicó anteriormente el 67,74% de los atractivos identificados pertenecen a la categoría de sitios naturales y el 32,26% están catalogados en la categoría de manifestaciones culturales. Por lo que, mediante el fomento del Agroecoturismo se puede propiciar la conservación de los ecosistemas e impulsar una alternativa económica sustentable y amigable con la naturaleza encaminada a mejorar la calidad de vida y el buen vivir de los recintos que en ellos se encuentran. Actividades como caminatas, cabalgatas, observación de aves, fotografía, camping, deportes de aventura como: rappel, canyoning, boying, se pueden realizar en estos sitios naturales; por el momento, en el 61,29% de éstos atractivos no se realiza ningún tipo de actividad. A través del agroecoturismo se puede enlazar las pequeñas fincas y Haciendas en los recintos cercanos para brindar alojamiento y alimentación sana y nutritiva mediante la producción limpia de alimentos y el rescate de la agrodiversidad.

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial actual menciona la oferta de servicios siguiente:

Tabla # 34. Inventario Planta turística Cumandá

<p>Cumandá ofrece el servicio de dos hoteles de nivel medio bajo en el centro urbano y tres hosterías en la zona rural, en donde existe también un servicio de hospedaje en cuatro haciendas. En cuanto a restaurantes, Cumandá tiene concentrado este servicio en el casco urbano (14 restaurantes), con poca cobertura en la zona rural. Existe también 3 complejos turísticos- balnearios al servicio de un turismo local y zonal</p> <p>Servicios</p> <p>Tabla 117. Inventario planta turística del canton.</p>				<p>Alimentos y bebidas</p>	<p>Restaurantes</p>		Picantería el sabrosón																																				
<p>Inventario planta turística del canton</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Tipo</th> <th>Subtipo</th> <th>Nombre</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="10">Alojamiento</td> <td>Hotelero</td> <td>Hotel</td> <td>Hotel Metropol's</td> </tr> <tr> <td>Hotelero</td> <td>Hotel</td> <td>Hotel Olympus</td> </tr> <tr> <td rowspan="4">Extra-hotelerero</td> <td rowspan="2">Hostería</td> <td></td> <td>El paraíso del buen vivir</td> </tr> <tr> <td></td> <td>Ecoaventura suncamal</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Hacienda</td> <td></td> <td>La playita</td> </tr> <tr> <td></td> <td>La envidia</td> </tr> <tr> <td rowspan="6"></td> <td rowspan="6"></td> <td rowspan="6"></td> <td>San francisco</td> </tr> <tr> <td>San Vicente</td> </tr> <tr> <td>Surucay</td> </tr> <tr> <td>Asadero el bolillo</td> </tr> <tr> <td>Asadero el chonero</td> </tr> <tr> <td>Asadero la chimenea</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Cevichería alta mar</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td></td> <td>Cevichería el dorado</td> </tr> </tbody> </table>							Categoría	Tipo	Subtipo	Nombre	Alojamiento	Hotelero	Hotel	Hotel Metropol's	Hotelero	Hotel	Hotel Olympus	Extra-hotelerero	Hostería		El paraíso del buen vivir		Ecoaventura suncamal	Hacienda		La playita		La envidia				San francisco	San Vicente	Surucay	Asadero el bolillo	Asadero el chonero	Asadero la chimenea				Cevichería alta mar		
				Categoría	Tipo	Subtipo	Nombre																																				
Alojamiento	Hotelero	Hotel	Hotel Metropol's																																								
	Hotelero	Hotel	Hotel Olympus																																								
	Extra-hotelerero	Hostería		El paraíso del buen vivir																																							
				Ecoaventura suncamal																																							
		Hacienda		La playita																																							
				La envidia																																							
				San francisco																																							
				San Vicente																																							
				Surucay																																							
				Asadero el bolillo																																							
Asadero el chonero																																											
Asadero la chimenea																																											
			Cevichería alta mar																																								
			Cevichería el dorado																																								
				<p>Recreación y esparcimiento</p>	<p>Instalaciones deportivas</p>	<p>Balnearios creados</p>	Restaurante papillón																																				
							Karaokes	Complejo turístico olympus																																			
				<p>Discotecas</p>			Complejo turístico la victoria																																				
							Bar - karaoke pipas bar																																				
							Complejo turístico piedra grande																																				
							Bar - karaoke Oasis																																				
							Bar - restaurante El chozón																																				
							Planeta																																				

Fuente: GAD Municipal Cumandá 2014
Elaboración: Departamento de Avalúos y Catastros y Equipo Técnico Consultor PDOT Cumandá 2014.

Fuente: PDOT Cumandá 2014

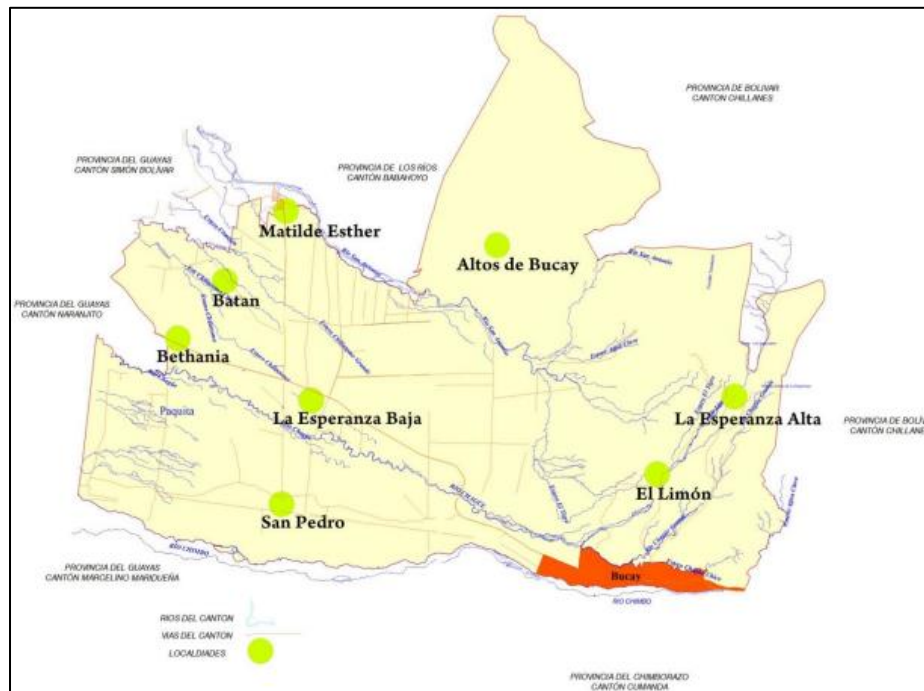
Cantón Antonio Elizalde-Bucay

General Antonio Elizalde, conocido también como Bucay, es un cantón de la provincia del Guayas en la República del Ecuador. Su territorio tiene una extensión aproximada de 154 km² y su población es de 10.000 habitantes de los cuales 6.000 viven en su cabecera cantonal.

Bucay es considerado un gran "Paraíso" de enormes recursos naturales. Está situada en un ramal de la Cordillera Occidental al pie del Río Chimbo a 320 m.s.n.m. y es el punto de encuentro de la Provincias del Guayas, Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Cañar. Su nombre Oficial es General Antonio Elizalde, más conocido como Bucay (nombre original) tiene una extensión de 154 kilómetro cuadrados. Su temperatura promedio es de 24°C Bucay es el gran escenario perfecto de ríos, laderas, montañas, naturaleza de viva expresión, aves tropicales, colibríes, cascadas, rica gastronomía, haciendas ganaderas y cacaoteras, ecoturismo e inolvidables aventuras. Desde la ciudad de Guayaquil hasta llegar a Bucay la carretera principal (en la vía: Guayaquil Durán El 26 El Triunfo Bucay) está bien señalizada. El viaje guarda muchas emociones y más aún cuando nos acercamos a Bucay, alrededor podemos admirar los grandes ramales de los Andes penetrando a la costa ecuatoriana, verdes laderas, ríos, vendedores de frutas a orillas de la carretera, enormes árboles y decenas de haciendas ganaderas. En esta

vía; llegamos a la población de Cumandá, Provincia de Chimborazo, un pequeño puente y el Río Chimbo separan a Bucay de este fascinante "punto de encuentro" entre las Provincias del Guayas y Chimborazo. En Cumandá la parada es obligatoria, junto al puente del lado derecho (previo a llegar o cruzar a Bucay) se encuentra un pequeño y tradicional restaurante especializado en "Fritada", aquí usted podrá degustar este delicioso plato típico de la gastronomía ecuatoriana (carne de cerdo frita en su propia grasa acompañado de mote y plátano frito) a precios muy cómodos. Cuatro generaciones de una misma familia han mantenido este modesto restaurante donde además podrá disfrutar el gran panorama andino junto al Río Chimbo; que abre su paso hacia el encuentro con el gran territorio de Bucay.

Mapa # 06. Ubicación Geográfica



Fuente: PDOT Gral. Antonio Elizalde 2014

Para tener un viaje completo y placentero al visitar Bucay, estas son las cinco experiencias que no se puedes perder:

Foto # 34. Ubicación Geográfica



Fuente: <https://www.pachakay.com/pachakay/>

Parque Turístico Pachakay

Visitar y recorrer Pachakay, actualmente conocido como Mundo San Rafael. Un espacio que tiene 2.200 hectáreas dedicadas a zona agrícola, y 16 de Parque Turístico.

Mirador del Carmen

Admirar la ciudad de Bucay desde el Mirador Virgen del Carmen. Con casi 7 metros de altura, la imagen de la virgen llama la atención de los devotos, y las personas que vistan esta localidad.

Comunidad Shuar

Conocer la comunidad shuar. Aquí se puede escuchar a los habitantes hablar en su lengua nativa, compartir con ellos danzas tradicionales, y conocer las costumbres ancestrales.

Foto # 35. Comunidad Shuar



Fuente: <https://www.goraymi.com>

Las Siete Cascadas

Tanto en Bucay como en los sitios cercanos existen cerca de 40 cascadas. Recorrer todas en un solo día es imposible. Las más cercanas a la cabecera cantonal son las 7 caídas de agua del deseo. Para subir se utiliza un camino pedregoso en verano y lleno de lodo en invierno. Si quiere hacerlo con mayor seguridad requiere de un guía cuyos servicios se pueden contratar en la parte plana donde se ubica un pequeño restaurante. Para llegar a la primera cascada se debe pasar por un puente de madera. El sendero es muy húmedo y resbaloso.

Cascadas de Bucay

Visitar Piedra Blanca, El Armadillo y otras decenas de cascadas. Lugares para observar el descenso del agua, realizar canyoning y disfrutar de un ambiente natural.

Descenso en bicicleta

Recorrer diversas rutas en medio de la naturaleza, atravesar pequeños ríos, y conocer la flora y fauna del sector.

Mirador Turístico

En el mirador de la lotización Bellavista II se destaca una imagen de 6 metros de alto de la Virgen del Carmen, patrona del cantón y símbolo del gran fervor religioso local. Fue construida gracias al aporte económico de la Asociación de Bucayenses residentes en Estados Unidos. Contacto: Dirección de Turismo del Municipio local.

Balneario de Agua clara

Es una caída de agua ubicada en la vía a Santa Rosa, dentro de la cabecera cantonal. Las cristalinas aguas del río Chimbo y las formaciones montañosas de fondo complementan el hermoso paisaje del lugar. Contacto: Dirección de Turismo del Municipio local.

Malecón del Río Chimbo

Situado en la av. Raúl Banderas, cuenta con juegos para los niños, áreas verdes, piletas y un amplio parqueadero. Es un caudaloso río, perfecto para la práctica de deportes como el rafting, kayaking y el Tubing.

Bosque Húmedo la Esperanza

Mantiene un bosque secundario subtropical con una importante variedad de flora y fauna para la observación. Elevaciones de hasta 1.200 metros sobre el nivel del mar dan lugar a la formación de cascadas ideales para la práctica de canyoning y otros deportes de aventura como trekking y ciclismo de montaña.

Trapiches y degustación

Recomendamos visitar los trapiches artesanales de caña de azúcar para apreciar su transformación en panela, confites y el aguardiente local conocido como Bucaina o Puntita. Participe de la extracción artesanal del jugo de caña de azúcar por medio de los trapiches artesanales.

Deportes Extremos en Bucay

Tubing

La aventura del Tubing en Bucay ofrece diversión sin límites. El Tubing o regatas consiste en una emocionante excursión por el río, parecido al Rafting, con la diferencia que este deporte (Tubing) es un deporte que te permite disfrutar del recorrido y la aventura.

Foto # 36. Tubing



Fuente: <https://www.goraymi.com>

El Tubing en Bucay es un deporte de aventura que consiste en descender varias personas en una embarcación que se forma con tubos o boyas que se atan unos a otros. Se dejan llevar por el río disfrutando del paisaje, de la ventura de los rápidos, los chapuzones de agua en el rostro, y la seguridad del viaje río abajo, con equipos que son necesarios, como; casco, chaleco salvavidas, y zapatos livianos.

Es una actividad que puede ser disfrutada en familia o bien con amigos. no es necesario conocimientos previos, ni una forma física especial, lo que lo hace apto para personas de todas las edades, sin embargo se necesita muchas ganas de divertirse y un gran sentido de aventura, y te aseguramos que la pasarás genial.

Canopy

En el cantón Bucay se puede encontrar la localidad Recinto la Esperanza que recibe a sus turistas con los brazos abiertos para compartir sus atractivos naturales, una de sus actividades relevantes es el Canopy. Se toma como punto de referencia de

salida desde Guayaquil se toma la vía la Puntilla cruzando el Puente de la Unidad Nacional, hasta Durán. Luego se toma la Vía al Triunfo hasta Naranjito. Luego la autopista Naranjito-Bucay. Distancia: 101 Km, 1h 30 min del centro de la ciudad dependiendo del tráfico, es un lugar lleno de magia, el mismo que se lo puede disfrutar solo o con grupo de personas.

Fiestas

Por la celebración de la cantonización el 9 de noviembre se realizan una serie de eventos como la Feria de la Lolita en donde se rescatan la cultura montubia. En julio en honor a Nuestra Señora del Carmen se realiza una cabalgada que atrae a los hacendados de la zona.

Peleas de gallos, en las festividades del 12 de octubre y 25 de agosto, se acostumbra por tradición concurrir al coliseo de gallos para presenciar las peleas, que conllevan interesantes apuestas entre los asistentes.

Rodeo montubio, de igual forma en las festividades de octubre y agosto se realizan los conocidos rodeos montubios con la participación de todas las haciendas de la zona.¹³

Análisis intercantonal

Las condiciones geográficas, así como la distancia, son factores determinantes para definir que tanto los cantones de Cumandá y Antonio Elizalde, se convierten en competencia directa para el cantón Pallatanga; los dos cantones tienen las mismas características geográficas, climáticas, ambientales y socioeconómicas, haciendo notar que se encuentran más cerca Guayaquil que es el principal mercado turístico además de la zona austral Cuenca, son si se desea sus elementos diferenciadores.

Sin embargo, el cantón Pallatanga presenta diferencias competitivas que lo hacen importante al momento de tomar una decisión de viaje, entre ellas se menciona:

El clima, que es transicional (subtropical), la biodiversidad considerando los pisos climáticos, lo que a su vez le convierte al cantón en un productor agrícola.

Respecto a los atractivos turísticos se cuenta con 86 cascadas que van siendo fortalecidas paulatinamente, cuenta con un Bosque protector El Corazón que alberga especies endémicas de la región.

La unión de la región costa y sierra en la zona suroccidental de Chimborazo se la realiza a través de un importante atractivo turístico y patrimonio nacional como es el Puente Cornelio Dávalos, que además es el puente con la segunda mayor

¹³ Ministerio de Turismo del Ecuador

profundidad a nivel nacional, lo que le hace atractivo para la práctica de deportes extremos.

Se cuenta con un Parque Acuático que busca convertirse en un dinamizador de flujo turístico tanto para los atractivos turísticos urbanos como rurales del cantón.

La infraestructura de servicios turísticos se encuentra mayormente desarrollada en territorio.

La Pandemia ha generado oportunidades para el emprendimiento especialmente en zonas rurales, las condiciones para los gobiernos seccionales no son las mejores, sin embargo, la construcción de productos turísticos innovadores generará que el mercado turístico de Guayaquil y cuenca que llega a los cantones competidores se distribuya en mayor cantidad a Pallatanga, pues por las condiciones que se mencionan, a mediano y largo plazo, se estará en capacidad de capturar turistas que tienen como preferencia el cantón Baños de Agua Santa y especialmente los que buscan deportes de aventura, extremos y naturaleza.

3.1.3 ANÁLISIS DE LA TENDENCIA

El Ministerio de Turismo efectúa análisis de las tendencias globales que tienen el consumo, la tecnología y el tipo de turismo en el contexto global, para determinar la incidencia que pueden tener en el ámbito del país y del turismo local. De los resultados del informe disponible más reciente, se establece que los viajeros tienen seis tipos de preferencias turísticas¹⁴:

Experiencias únicas: Los turistas quieren explorar destinos exóticos.

Tours ecológicos: Se prefieren a los que no tienen causa aparente.

Experiencias locales: Se busca convivir con los residentes locales.

Aventuras: El viaje provee emociones y actividades extraordinarias.

Más tiempo: Se buscan tours y actividades de varios días.

Aprendizaje: Se quieren destinos que reflejen una herencia cultural fuerte.

El cantón Pallatanga, por sus condiciones geográficas y climáticas tiene potencial para promover la actividad turística conforme las tendencias mencionadas, con un alto contenido ecológico y que pueden incluir múltiples aventuras y actividades

¹⁴ Ministerio de Turismo. (s.f.). Informe de Tendencias globales en Consumo, Tecnología y Turismo 2019.

emocionantes en tanto que, por otra parte, la ruralidad del cantón puede atender los requerimientos de convivencia y de vinculación con entornos culturales diferentes.

En cuanto al tiempo, será necesario desarrollar opciones y alternativas -nuevas rutas, nuevas instalaciones y servicios para que se incremente la permanencia y la tasa de retorno de los turistas que visitan el cantón. Una alternativa para estas demandas de las tendencias del mercado es el turismo comunitario, que debe ser desarrollado para ello.

En el estudio antes citado se caracteriza el mercado-objetivo global actual, identificando algunos nuevos segmentos de turistas que se han sumado recientemente a los que tienen un perfil más convencional y conocido. Entre esos nuevos segmentos están:

Familias modernas: Las familias uni-parentales son más comunes. Los negocios deben desarrollar servicios para tales familias, ofreciendo paquetes que se ajusten a sus necesidades.

Bleisure: (Business+pleasure), cerca de un 60% de los viajeros con motivo de negocio realizan actividades de ocio en el destino visitado.

Turistas solos: Incluso en forma creciente mujeres y adultos mayores.

Recién casados: Novios que viajan para su ceremonia o luna de miel a destinos fuera de su país y de preferencia a lugares exóticos. Si bien en el cantón Pallatanga, son usuales los turistas convencionales -grupos de la tercera edad; parejas jóvenes con o sin niños; parejas o grupos juveniles- es también perceptible la presencia de viajeros que viajan solos, o que aprovechan su visita al país para hacer un breve recorrido por lugares que ofertan estos servicios. Son poco frecuentes los turistas que sean jefes de familia monoparental que viajen con niños, pero no se descarta que puedan existir. Los paisajes del cantón son de hecho adecuados para que se efectúen bodas y lunas de miel, demanda que podría incrementarse en el futuro si se establecen servicios de jerarquía para ese fin.

Finalmente, el informe del MINTUR alude a las tendencias del turismo en la actualidad, señalando las más destacadas, que también pueden incidir en el cantón Pallatanga:

Destinos desconocidos. Los turistas buscan destinos exóticos, poco explorados y experiencias únicas que los diferencien de los demás. El grupo demográfico más perceptivo a esta tendencia son los Millennials. Influencers. Los influencers son usuarios de redes sociales que cuentan con cierta credibilidad sobre un tema en concreto, y por su presencia e influencia en redes puede llegar a convertirse en promotores de una marca. La industria turística tiende a promocionarse a través de las redes por medio de influencers. Sparefare. Plataformas que comercializan

vuelos, reservas de hotel y paquetes de viajes de oportunidad y a precios descontados y tienden a ser una tendencia global.

Turistas de China. El turismo emisor de China tuvo en el 2018 una tasa de crecimiento anual del 17%. Según estudios, los turistas chinos buscan atracciones naturales e históricas y consideran que las experiencias que puedan ser vividas en el destino son factores más importantes que el costo del viaje. Si el turismo interno es el mercado que se busca fortalecer en el cantón, a futuro mediante una adecuada planeación tiene un potencial que no se ha desarrollado aún, para ofertar destinos inéditos en el territorio del Cantón y la Provincia, especialmente considerando el mercado de jóvenes a quienes les interesan las actividades deportivas extremas y las experiencias emocionantes.

Finalmente, respecto de la tecnología, el informe del MINTUR destaca la importancia que tienen los recursos digitales para los turistas y sus necesidades, siendo por ello indispensable garantizar la disponibilidad de esos servicios en todo el territorio del Cantón y, por otra parte, desarrollar aplicaciones móviles que faciliten y promuevan la experiencia del turista antes, durante y después de sus viajes.

El turismo ha sido uno de los sectores más afectados por la pandemia de enfermedad por coronavirus (COVID-19), que ha repercutido en las economías, los medios de subsistencia, los servicios públicos y las oportunidades en todos los continentes.

Si bien debe ser prioritario mantener los medios de subsistencia que dependen del turismo, la reconstrucción del sector ofrece también una oportunidad de transformarlo prestando especial atención a aprovechar los efectos que ejerce en los destinos visitados y a crear comunidades y empresas más resilientes mediante la innovación, la digitalización, la sostenibilidad y las alianzas.

Ostelea presenta un listado de Tendencias Turísticas, mismas son el resultado de Post Covid 19, en donde absolutamente toda la actividad turística ha cambiado para siempre, las tendencias mencionadas son:

01.- El turismo nacional, desplazamientos cortos: Marca tendencia en destinos los viajes nacionales o domésticos. El turismo nacional, también llamado turismo local o doméstico, implica la movilización del viajero dentro de las fronteras de su propio país y será cada vez más local de acuerdo con la cercanía del destino con el sitio de origen.

02.- El turismo familiar, un clásico: El turismo familiar, como su nombre lo indica, es aquel en el cual se moviliza el grupo familiar, total o parcialmente, es decir, pueden viajar dos o más miembros de ella. Este tipo de turismo tiene como

finalidad fortalecer los lazos familiares a través de la experiencia turística, por lo que su definición está enmarcada dentro de unos límites y requerimientos particulares.

03.- El turismo de negocios y eventos, MICE: Conforme avanza la globalización y la tecnología, el turismo de negocio, también conocido como turismo MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions), gana gran terreno dentro del sector turismo. Por definición, el individuo que hace turismo de negocio viaja por la necesidad de cumplir con asuntos laborales y profesionales tales como: convenciones, eventos, congresos o exposiciones.

04.- El turismo urbano, escapadas de corta duración: Dentro de esta categoría están incluidos los viajes realizados a las grandes ciudades y centros urbanos del mundo. Por lo general, este es uno de los turismos más escogidos por los viajeros debido a su gran desarrollo y a las comodidades que ofrece.

05.- El turismo rural, palanca de recuperación: El turismo rural, también conocido como turismo comunitario, ha surgido recientemente como una alternativa al turismo urbano convencional. En este tipo de turismo, el turista viaja a pequeñas comunidades, por lo general rurales, con la finalidad de conocer su estilo de vida y cultura o, en algunos casos, desconectar de la ciudad. Durante la pandemia, la alternativa de turismo rural y de naturaleza se ha convertido en cada vez más popular.

06.- El turismo de naturaleza, un soplo de aire fresco: Estos viajes se realizan en el marco de la naturaleza, el relax y el disfrute del entorno, además de la práctica de actividades relacionadas con la zona. En este marco, existe una oferta variada de actividades para los viajeros 5.0. Su actividad está bastante diversificada y gira en torno al contacto con la naturaleza y su preservación, por lo que se encuentra profundamente ligado con el turismo sostenible. De igual forma, el turismo natural ha sentado las bases para el desarrollo de otros tipos de turismos, entre los que se encuentran:

El **agroturismo**, donde los turistas tienen oportunidad de visitar viñedos, granjas y otras plantas de producción y procesamiento de alimentos.

El **ecoturismo**, donde los turistas visitan áreas preservadas como parques nacionales o reservas. Este tipo de turismo promueve las estadías con un menor impacto medioambiental y la realización de actividades destinadas a proteger espacios naturales.

El turismo salvaje, donde el principal atractivo es estar en contacto con animales en su hábitat natural.

El **turismo de aventura**, que por definición incluye la realización de actividades físicas como montañismo, senderismo, escalada, entre otros.

07.- El turismo médico, una opción saludable: También conocido como turismo de salud, el turismo médico es aquel en el que el turista se moviliza con la finalidad de realizar una consulta médica o someterse a un proceso quirúrgico al que no tiene acceso en su lugar de origen. Dentro de este grupo, la cirugía estética es una de las más demandadas, aunque puede tratarse de cualquier procedimiento o consulta. Este tipo de turismo ha sido uno de los más criticados a nivel mundial, principalmente porque los motivos que mueven al turista son muy variados y van desde razones de economía, en algunos sitios es más económico que en otros, o por motivos de legalidad.

08.- Turismo cultural, un deleite vivencial: En el turismo cultural, el turista desea conocer todos los aspectos culturales relacionados con un país de su interés, lo que incluye, en la mayoría de los casos, su historia, arte y gastronomía. Este tipo de turismo brinda grandes beneficios al sector ya que atrae viajeros en todas las épocas del año y promueve el desarrollo de la identidad local del destino. Entre las principales actividades que busca el viajero se encuentran visitas a museos, asistencia a festivales o degustación de la gastronomía local; también incluye celebraciones más íntimas de la localidad o incluso el aprendizaje del idioma.

09.- Turismo gastronómico, olor y sabor: El turismo gastronómico forma parte del turismo cultural, sin embargo, en este caso, el turista solo persigue degustar de la gastronomía local y no explorar otras áreas culturales. Las actividades gastronómicas incluyen la degustación del mayor número de platillos y bebidas posibles y la vivencia de todas las actividades culinarias ligadas a ellas. De igual forma, muchos destinos tienen rutas gastronómicas o festivales culinarios programados en distintas épocas del año. Estos eventos movilizan a muchos turistas y generan un importante impacto económico en la zona. Añadir también que la experiencia gastronómica será tan profunda como lo desee el viajero y comprende desde visitas a restaurantes hasta clases personales de cocina impartidas por la población local.

10.- El turismo de bienestar y el mindfulness: El turismo de bienestar y mindfulness es una rama directa del turismo de salud que tiene como finalidad alcanzar bienestar tanto físico como psicológico y espiritual. Por esta razón, el turista escoge destinos en los que se realicen actividades relacionadas con cada ámbito, tales como: yoga, meditación o retiros espirituales. Este tipo de turismo se hace más popular conforme se difunde el concepto de mindfulness y a medida que la sociedad adquiere conciencia acerca de la importancia de preservar la salud.

11.- El turismo educativo, aprendizaje y más: En el turismo educativo el turista viaja para aprender dentro de un ámbito académico. Por lo tanto, este tipo de turismo incluye viajes de intercambio, cursos de verano o visitas guiadas a laboratorios o instituciones. La actividad dentro de este sector se ha ido

diversificando cada día más a medida que se fomentan los lazos de cooperación internacional en educación. Incluso, muchas veces, los turistas, principalmente estudiantes, son invitados a realizar turismo educativo para conocer cuáles son sus opciones de aprendizaje en un país diferente al de residencia.

12.- Turismo deportivo, emoción y adrenalina: El deporte puede vivirse de dos maneras, siendo fanático o siendo atleta y el turismo deportivo los envuelve a ambos. La principal razón que mueve a este tipo de turista es la celebración de eventos deportivos más allá de las fronteras del país donde reside; entre los más populares se encuentran: mundiales de fútbol, ligas mayores de baseball o basquetbol y las olimpiadas. De este tipo de eventos, por lo general, surgen espacios e infraestructura que contribuyen al turismo local y que continúan en el futuro atrayendo a más turistas.

En todos los países con flujo turístico, la llegada de turistas extranjeros será lenta en los próximos años, por lo que se promoverá el turismo interno. Si bien el marketing de Santander como destino turístico estaba enfocado en MICE (siglas inglesas de reuniones, incentivos, convenciones y eventos) en el contexto pre-COVID-19, este turismo ha perdido viabilidad debido a la prohibición de grandes concentraciones de personas. Por tanto, se recomienda a los gestores de políticas turísticas apostar por otros tipos de productos turísticos que ya se encontraban en crecimiento, tales como el turismo de naturaleza, de bienestar, histórico-cultural y gastronómico.

La clave está en involucrar a los Gobiernos, el sector privado, la sociedad civil y otros asociados, y prepararse para cambiar los modelos comerciales y las estructuras de gestión para satisfacer una demanda nueva y diferente. A corto plazo, será importante comunicar claramente las acciones para recuperar la confianza de los inversores y los consumidores. A largo plazo, también será fundamental fortalecer la sostenibilidad y la resiliencia, y distribuir los beneficios de manera más equitativa. Juntos, estos enfoques pueden revitalizar el sector turístico mundial, aprovechando su poder de creación de mercados para apoyar las economías, generar empleos e impulsar resultados de desarrollo que den prioridad a las personas y a sus comunidades respecto a las nuevas tendencias turísticas.

Tabla # 35. Tendencias Post covid 19

TENDENCIAS DE TURISMO POST COVID 2021			
TIPOLOGIA TURÍSTICA	OBJETO	PRESENCIA EN EL TERRITORIO	POTENCIAL EN EL TERRITORIO
Turismo interno	También llamado turismo local o doméstico, implica la movilización del viajero dentro de las fronteras de su propio país y será cada vez más local de acuerdo con la cercanía del destino con el sitio de origen	SI	SI
Turismo Familiar	Este tipo de turismo tiene como finalidad fortalecer los lazos familiares a través de la experiencia turística, por lo que su definición está enmarcada dentro de unos límites y requerimientos particulares.	SI	SI
Turismo de Negocios y Eventos(MICE)	El turista viaja por la necesidad de cumplir con asuntos laborales y profesionales tales como: convenciones, eventos, congresos o exposiciones	NO	NO
Turismo Urbano	Es uno de los tipos de turismo más escogidos por los viajeros debido a su gran desarrollo y a las comodidades que ofrece. Entre ellas tenemos: grandes aeropuertos con vuelos directos a cualquier parte del mundo, amplia infraestructura hotelera (adaptada a todas las necesidades) y una gran oferta en restauración y actividades de ocio.	NO	NO
Turismo Rural	En este tipo de turismo, el turista viaja a pequeñas comunidades, por lo general rurales, con la finalidad de conocer su estilo de vida y cultura o, en algunos casos, desconectar de la ciudad	SI	SI

Turismo de Naturaleza	Estos viajes se realizan en el marco de la naturaleza, el relax y el disfrute del entorno, además de la práctica de actividades relacionadas con la zona	SI	SI
Turismo de Salud	El turista se moviliza con la finalidad de realizar una consulta médica o someterse a un proceso quirúrgico al que no tiene acceso en su lugar de origen. Dentro de este grupo, la cirugía estética es una de las más demandadas, aunque puede tratarse de cualquier procedimiento o consulta.	NO	SI
Turismo Cultural	El turista desea conocer todos los aspectos culturales relacionados con el destino de su interés	NO	NO
Turismo Gastronómico	El turista solo persigue degustar de la gastronomía local	SI	SI
Turismo de Bienestar y mindfulness	Tiene como finalidad alcanzar bienestar tanto físico como psicológico y espiritual	NO	SI
Turismo Educativo	El turista viaja para aprender dentro de un ámbito académico	NO	NO
Turismo Deportivo	La celebración de eventos deportivos más allá de las fronteras del país donde reside	NO	NO

Elaborado por: U. de Turismo GADMP 2020

De las 12 tipologías de turismo que serán tendencia post-covid conforme lo analiza el Blog turístico ostelea¹⁵ el 42% se las desarrolla en el territorio, es decir 5 tipologías de las que conforman el análisis de tendencia; sin embargo, se presenta una oportunidad pues el 58% de los tipos de turismo analizados tiene un importante

¹⁵ <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/organizacion-de-eventos/12-tendencias-en-turismo-para-el-2021>

potencial en territorio. De estas últimas el 71% corresponde a oferta turística que se encuentra generando actividad turística que aún hay que fortalecer; y el 28% de tipos de turismo con potencial que pueden convertirse en una nueva opción dentro de la oferta turística local.

Tabla # 36. Posición tendencial Pallatanga

TENDENCIA	POSICIÓN DEL CANTÓN FRENTE A LA TENDENCIA
Turismo Interno	De las estadísticas con las que cuenta el cantón respecto a estudios y proyecciones de visitación turística, se tiene un flujo turístico de 13056, ya para el año 2020 al primer trimestre previo al inicio de la pandemia se tiene el dato estadístico de afluencia turística de 1313 personas, procedentes de 59 ciudades, para la estadística regional, se observa que los usuarios en su mayoría proceden de la región sierra y corresponden al 62%, que se muestra superior a la región costa con 28%, las regiones Amazonía y Galápagos presentan estadísticas muy irrelevantes, por tanto, no se consideran mercados atractivos.
Turismo Familiar	Las condiciones actuales para la práctica del turismo en condiciones Covid ha generado una resistencia a viajar, sin embargo, la oferta turística cantonal respecto a este tipo de turismo se realiza a atractivos turísticos naturales como cascadas el Parque Acuático Pallatanga que es un atractivo turístico que justamente fomenta este tipo de turismo, al momento se encuentra cerrado, por tanto, no se cuenta con estadísticas actualizadas.
Turismo de Negocios	Este tipo de turismo no se lo practica en el cantón, tampoco se ha determinado un potencial que permita promover o planificar un producto turístico que fomente su práctica.
Turismo Urbano	No aplica en el territorio, la vocación es de relax, naturaleza y aventura, el cantón no es una gran urbe ni cuenta con atractivos, negocios, emprendimientos que generen atracción para la práctica de turismo urbano.
Turismo Rural	En el cantón se tienen identificados dos puntos geográficos que con el apoyo de la empresa privada se opera la actividad turística, estos son Las comunidades de Guangashí La Tigra y la comunidad de Jalubí; si bien es cierto son procesos de gestión, articulación pública y privada que deben ser fortalecidos generan movimiento en la cadena de valor turística, así como la economía

	<p>local. Además se analizan otros puntos geográficos que podrían ser potenciales para la práctica de este tipo de turismo.</p>
<p>Turismo de Naturaleza</p>	<p>Las condiciones geográficas, climáticas topográficas permiten que el cantón cuente con varios microclimas, destacándose atractivos turísticos como cascadas, miradores, bosques.</p> <p>Este tipo de turismo es practicado en territorio, sin embargo es necesario implementar acciones interinstitucionales e intersectoriales para fortalecer y potenciar las actividades turísticas afines a la naturaleza.</p>
<p>Turismo de Salud</p>	<p>Este tipo de turismo no se lo practica en el territorio, sin embargo a la actualidad la empresa privada de servicios médicos ha presentado una propuesta al respecto que se encuentra en análisis; por las condiciones climáticas especialmente, se podría aprovechar esta oportunidad para generar determinada oferta a nichos específicos; sin embargo, está claro que es un proceso largo y de una alta inversión tanto pública como privada.</p>
<p>Turismo Cultural</p>	<p>En sí la cultura aplica y engloba muchos aspectos de una localidad anfitriona, Pallatanga como tal es un punto en donde se conjugan prácticas culturales y conocimientos ancestrales, generados a las prácticas religiosas, agrícolas y ganaderas especialmente. Existe cierto potencial que podría impulsar espacios a través de determinados eventos, como es el Festival de la Canción Nacional.</p>
<p>Turismo Gastronómico</p>	<p>Este tipo de turismo es considerado parte de la cultura local, sin embargo, pese al potencial agrícola no se ha podido construir un proceso que genere una oferta gastronómica diferenciada que permita posicionar al cantón con este enfoque. Sin embargo desde lo técnico-público se han generado investigaciones gastronómicas locales con la academia que están esperando ser implementadas para potenciar la gastronomía como un producto turístico dentro de la oferta turística cantonal.</p>
<p>Turismo de Bienestar y mindfulness</p>	<p>Aunque en el cantón no se practica este tipo de turismo, existen las condiciones como para intentar con el apoyo de la academia generar un producto turístico con estas características, mismo que puede ser integral con otras ofertas de turismo de naturaleza, salud y gastronómico.</p>
<p>Turismo Educativo</p>	<p>Al existir limitaciones de infraestructura y docentes multilingües especialmente, no se podría practicar este tipo de turismo.</p>

Turismo Deportivo	Como se conoce esta práctica turística se encuentra vinculado a las grande metrópolis con élites deportivas e infraestructura adecuada, lo que no sería posible emprender en el cantón; sin embargo, a nivel local se practican deportes como el futbol, y ecuavoley que son parte de las agendas deportivas intercantonal, en las celebraciones cantonales y patronales.
--------------------------	---

Elaborado por: U. de Turismo Gad Pallatanga

3.2 ANÁLISIS INTERNO

3.2.1 Análisis de la Oferta

Gráfico # 36. Análisis de la Oferta



Para este análisis, no solo se hará referencia a lo turístico, sino también como parte de la oferta a los establecimientos que ofertan alimentos, bebidas, recreación, transporte y otros que conforme los términos y disposiciones del ente rector de Turismo nacional, se los considera como establecimientos no turísticos.

Para ello se hará referencia a los datos generados desde la Unidad de Turismo municipal (establecimientos turísticos) y la Comisaría de Policía Nacional y

Elaborado por: U. de Turismo Gad Pallatanga

Municipal /establecimientos no turísticos). Es importante mencionar que las reformas que ha realizado la Autoridad Nacional de Turismo especialmente a los Reglamentos de Alimentación y Bebidas, así como al de Alojamiento, ha generado

un problema de deserción de establecimientos en el catastro turístico cantonal, lo que ha causado dos fenómenos directamente relacionados, el incremento de establecimientos no turísticos e informales y la pérdida de la calidad en el servicio turístico al no estar regularizados por el Ministerio de Turismo, aclarando que existen contadas excepciones. Así se presenta el resumen infográfico de la oferta turística cantonal:

Gráfico # 37. Servicios turísticos



Las infografías generadas, se convierten en un instrumento para sintetizar la oferta turística cantonal, se hace notar que no se registra ningún operador turístico, pues en territorio no hay ninguno regularizado, existe una empresa que realiza operación turística desde la ciudad de Quito, utilizando los servicios locales.

El turismo constituye una cadena de valor que aglutina servicios directos y servicios complementarios, lo que genera una dinamización económica que beneficia a los pequeños emprendedores del cantón.

Elaborado por: U. de Turismo Gad Pallatanga

No únicamente toman importancia los elementos que se consideran parte del sistema turístico cantonal, o de la cadena directa del turismo; de manera indirecta se han analizado en territorio la presencia de los servicios complementarios que un turista necesita al realizar su visita al cantón, servicios complementarios que conforman la cadena de bienestar.

Así se han identificado como servicios complementarios, los relacionados con el sistema financiero tales como bancos, cooperativas, servicios bancarios externos; los relacionados con la salud, así tenemos centros de salud, consultorios y clínicas privadas, a esto se suma la oferta de farmacias y laboratorios.

Al servicio automotriz como mecánicas, talleres electro mecánicos, vulcanizadoras, renta car, estaciones de servicio, se integran los servicios públicos como parte de

la seguridad aquí se mencionan a policía, bomberos, agentes de tránsito, comisarías, fiscalía.

Gráfico # 38. Servicios turísticos



Elaborado por: U. de Turismo Gad Pallatanga

Respecto a los atractivos turísticos del cantón, se encuentran en el proceso de actualización del inventario, conforme las metodologías establecidas por la Autoridad Nacional de Turismo, las actuales condiciones de pandemia, así como la disminución del presupuesto estatal asignado al GAD Municipal de Pallatanga, ha generado una re-planificación respecto a los atractivos turísticos, en donde se han priorizado los siguientes conforme su jerarquía, distancia, estado del atractivo, grado de visitación; a mediano y largo plazo si las condiciones son favorables, se intervendrán otros atractivos, mismos que serán registrados en el inventario turístico, rehabilitados y operativos para desarrollar y ofrecer actividades y servicios en diferentes zonas del territorio cantonal.

Tabla # 37. Atractivos turísticos priorizados

ATRACTIVO	TIPO	SUBTIPO	CATEGORÍA
Cascada Yaguarcocha	rio	cascada	atractivo natural
Cascada Guangashí La Tigrera	rio	cascada	atractivo natural
Cascada Santa Rosa	rio	cascada	atractivo natural
Bosque Protector El Corazón	bosque	nublado	atractivo natural
Parque Acuático Pallatanga	manifestación cultural	arquitectura	espacio público
Puente Cornelio Dávalos	manifestación cultural	arquitectura	historia vernácula
Celebraciones (carnaval, 13 de mayo, festejos patronales)	manifestación cultural	folklore	fiestas religiosas, tradiciones y creencias populares

Elaborado por: U. de Turismo Gad Pallatanga

El 57% de los atractivos son de carácter natural, mientras que el 43% son manifestaciones culturales.

Gráfico # 39. Actividades turísticas



Elaborado por: U. de Turismo Gad Pallatanga

Respecto a la oferta turística se concluye que:

- ✓ Pallatanga presenta un alto potencial para desarrollar actividades turísticas.
- ✓ Las manifestaciones culturales pueden ser aprovechados a través de una oferta para mercados turísticos tanto de sierra y costa, en donde se tiene los meses de febrero y agosto como meses clave.
- ✓ Se busca mejorar las capacidades y habilidades de la planta turística para mejorar la calidad.
- ✓ Respecto al alojamiento se presenta opciones diferenciadas por lo tanto se manejan costos diferenciados.
- ✓ Se presentan alojamientos tanto en el área urbana como rural.
- ✓ Respecto al servicio de alimentación, la mayoría de establecimientos se encuentran al margen de la vía principal; todos aprovechan la producción local para generar la oferta, sin embargo, no hay innovación gastronómica.
- ✓ Hay que mejorar la calidad en los servicios turísticos del territorio.
- ✓ La oferta turística local cuenta con servicios de guías turísticos, la operación turística y transporte turístico, son una debilidad importante.
- ✓ Sin embargo, para la transportación de turistas a los atractivos existen varias posibilidades, camionetas, taxis y mototaxis.
- ✓ Al momento, la oferta turística se basa en turismo de naturaleza, turismo familiar en el parque acuático y en turismo rural se puede realizar actividades como aviturismo, astroturismo y camping.

3.2.2 ANÁLISIS TERRITORIAL ARTICULADO AL TURISMO

No existe desarrollo sin el involucramiento de los actores locales. Los habitantes de un territorio, sus agentes sociales, los empresarios y en definitiva todo el conjunto social deben integrar esfuerzos comunes. No sólo los empresarios turísticos dando un servicio de calidad, sino la población ofreciendo una acogida agradable y comprometida y los agentes sociales coordinando los esfuerzos, son los que van a determinar el tipo de desarrollo. ¹⁶

La legislación nacional determinó la necesidad del ordenamiento territorial y dentro de éste la actividad turística se ha venido desarrollando planificadamente, pero respondiendo a planes institucionales o mancomunados; por ello desde el año 2011, la inversión turística en el territorio se canalizó mediante el Proyecto de fortalecimiento de la Red Social de Turismo Sostenible, los siguientes años hasta el año 2019, las inversiones se vienen desarrollando conforme los proyectos

16

<http://libros.metabiblioteca.org:8080/bitstream/001/442/1/Turismo%20y%20gestion%20del%20territorio.pdf>

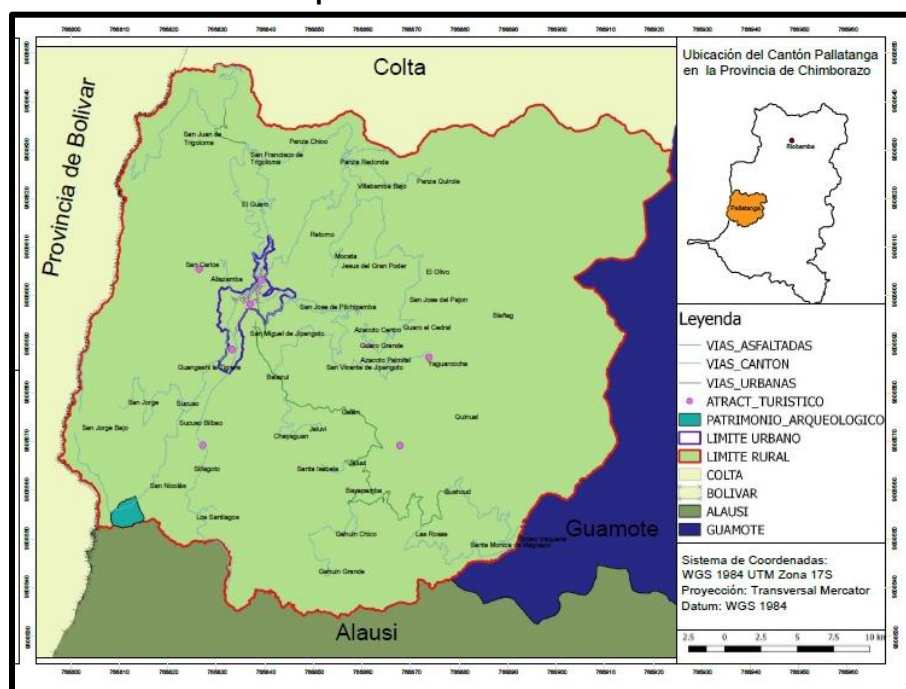
programados en los Planes de Ordenamiento Territorial cantonal. No se cuenta como cantón con un Plan de Desarrollo Turístico, pues la crisis económica y el limitado presupuesto institucional, generarían que la planificación únicamente se quede en papel.

Los atractivos turísticos no pueden ser intervenidos en su totalidad, ni se puede implementar facilidades turísticas para que la experiencia en territorio sea más satisfactoria, esto responde a los sucesos actuales como Pandemia COVID 19, disminución de presupuesto estatal hacia los GADs municipales, re-planificación y priorización de proyectos y presupuestos institucionales.

En territorio hay inversión turística en el área de servicios como alojamiento, alimentación, recreación, sin embargo, existe la necesidad de mejorar la calidad en el servicio, certificar los establecimientos, innovar la oferta gastronómica. Desde los alojamientos se debe manejar adecuadamente el marketing digital, generar ofertas, fidelizar al cliente y mejorar la calidad.

Una de las principales dificultades en territorio es el tema de conexión vial hacia los atractivos que no es la adecuada, pues, las competencias establecidas por ley hacen complicada la articulación de acciones entre los niveles de gobierno, pues prevalecen criterios políticos antes que técnicos, lo que complica el normal flujo de visitantes hacia los atractivos turísticos, especialmente a las cascadas del área rural.

Mapa # 07. Atractivos turísticos



Elaborado por: U. de Turismo Gad Pallatanga

Existe en territorio políticas públicas que permiten controlar, regular, motivar al inversionista, así como gestionar adecuadamente y de manera sostenible las actividades de servicios en el territorio. Es necesario que, al no existir operadores turísticos locales, sea la operación externa la que genere productos conforme la realidad de territorio, de manera que se pueda dinamizar la economía en el territorio y se fortalezca la cadena de valor turística.

En el devenir de las últimas décadas se ha observado el paso de una sociedad de consumidores en masa a otra de servicios especializados, lo que está suponiendo el desarrollo de habilidades y recursos centrados en la calidad.

En ese sentido la actividad turística está reorientando parte de su mercado hacia la selección para poder mantener su competitividad. En el mundo rural, por sus características intrínsecas de escasa y dispersa oferta, se han de buscar cauces que favorezcan su competitividad y desestacionalización. Para ello, además de la mejora de infraestructuras y servicios, se hace muy necesario la correcta capacitación y formación que favorezca el desarrollo de las actividades en el medio rural en un sentido amplio y transversal, huyendo de especializaciones que puedan conllevar fortísimas dependencias sectoriales.

En esta línea, la capacitación de los recursos humanos desde la actividad turística favorece el desarrollo de todo un territorio, complementando con servicios, actividades y prestaciones el buen funcionamiento y atractivo del mundo rural y fijando una población que ve en la calidad de vida uno de los pilares fundamentales para su residencia.¹⁷

En el contexto actual del turismo mundial, nacional y local, se hace imprescindible la decisión política respecto a la inversión para la generación de oportunidades, de inversión, de fortalecimiento de habilidades, de transferencia de conocimientos, de innovación de productos, de mercadeo y promoción del territorio, de manera que la cadena de valor turística sea una dinamizadora económica respecto a la relación producción agrícola, atractivos turísticos, ruralidad, convivencia y calidad de servicios.

La importancia que los territorios cuenten con actores turísticos, gestores turísticos, agentes de desarrollo local que generen cambio a través de sus criterios y puesta en marcha de emprendimientos, es una fuente inagotable de movimiento económico siempre que se garantice calidad en el servicio, gobernanza adecuada e investigación de mercados eficiente, acompañados de una data base turística que

17

<http://libros.metabiblioteca.org:8080/bitstream/001/442/1/Turismo%20y%20gestion%20del%20territorio.pdf>

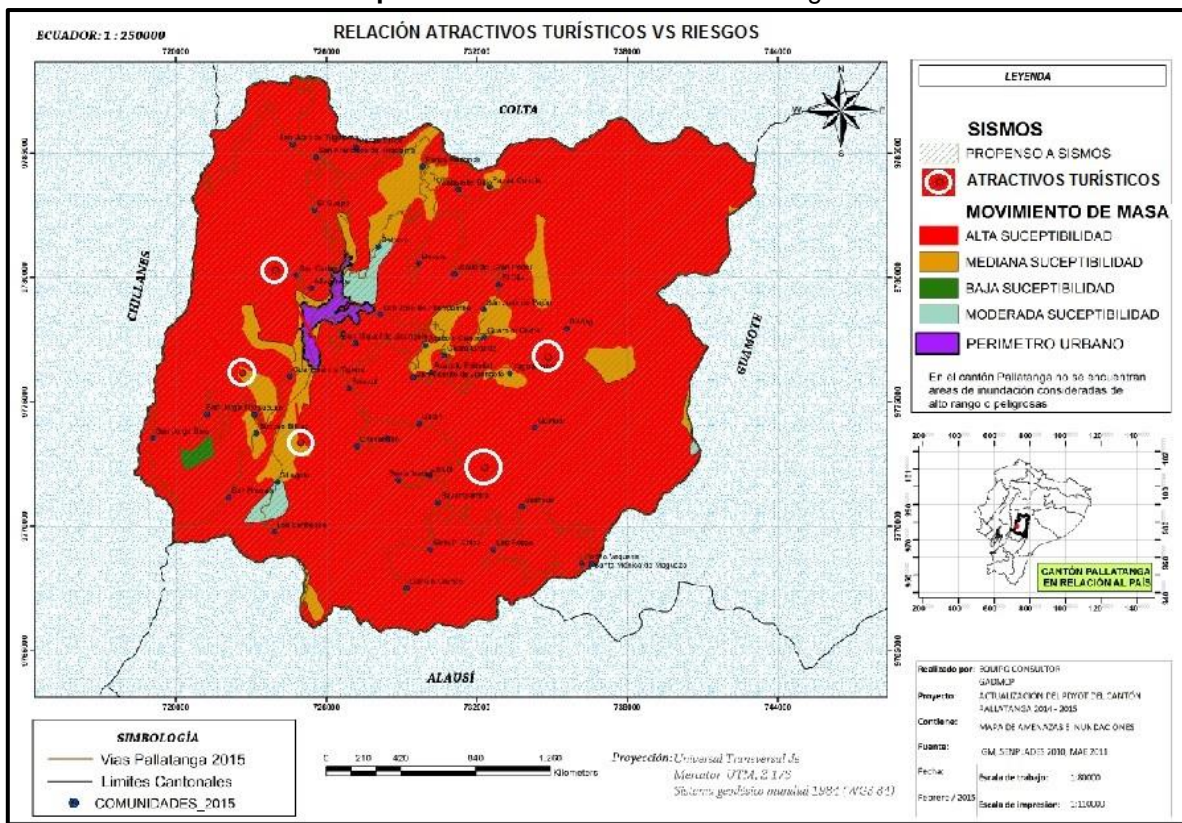
genere confianza al momento de requerir estadísticas para la generación de proyectos de inversión.

El Plan de Uso y Gestión del Suelo (PUGs) del cantón debe dentro de su estructuración no determina adecuadamente los espacios turísticos mediante la integración del inventario turístico en la planificación de uso de suelo. Existen ordenanzas que claramente determinan los sistemas constructivos en las áreas de influencia turística, por lo que se requiere de un mayor control para evitar que dichas construcciones alteren el entorno y el concepto de sostenibilidad especialmente en las comunidades receptoras.

Esta herramienta de planeación territorial (PUGS) permite determinar en dónde se podrán realizar y donde no las inversiones turísticas que implican grandes construcciones que no comprometan a los atractivos turísticos, las zonas protegidas, y espacios con alto potencial y biodiversidad, entre otros.

Para motivos de planificación técnicamente se han considerado 6 atractivos para la priorización de la inversión, considerando criterios financieros, intervenciones, flujo de visitantes, accesibilidad.

Mapa # 08. Atractivos turísticos vs Riesgos



Elaborado por: U. de Turismo Gad Pallatanga

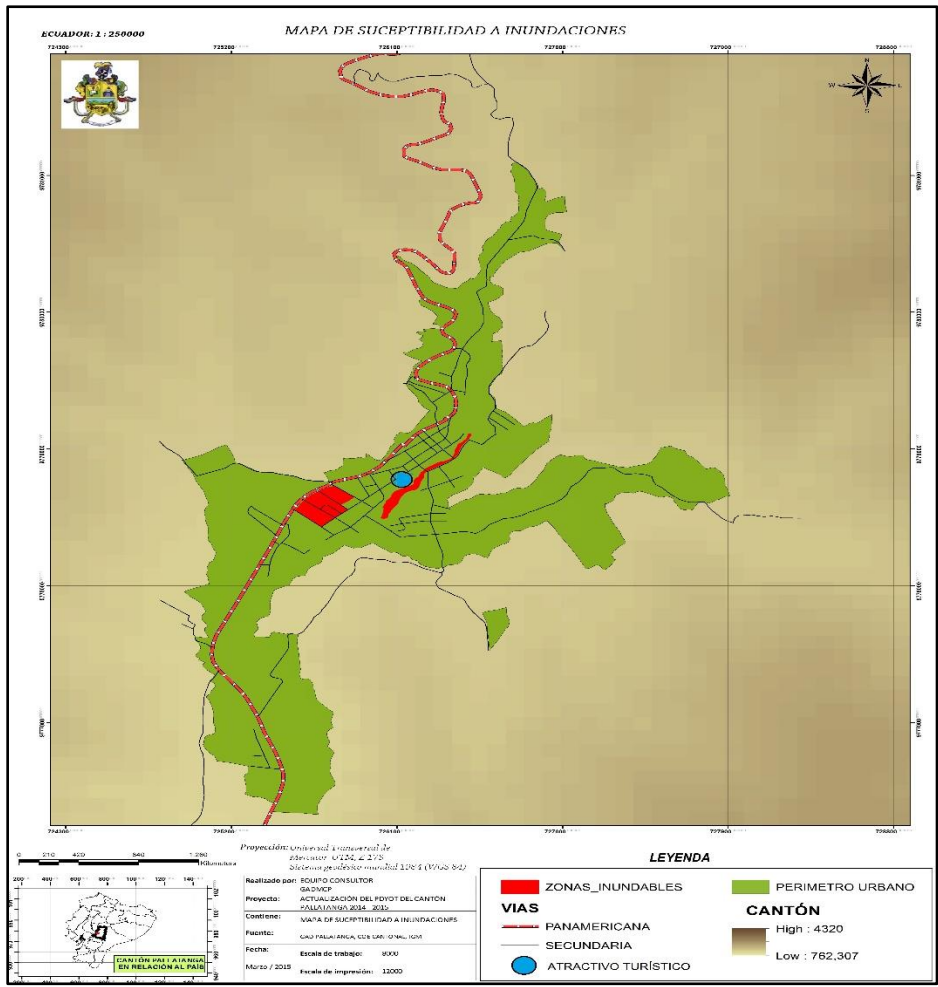
El 83% de atractivos tiene amenaza por deslizamientos de masa, de estos el 60% presenta una alta susceptibilidad a presentar una amenaza por deslizamientos; mientras que el 40% presenta una susceptibilidad media de amenaza.

El 80% de estos atractivos se encuentran en zonas de protección, de estos el 25% es considerada un área protegida privada.

El 20% constituye una infraestructura arquitectónica cuyo riesgo se presenta por haber cumplido su vida útil, los mantenimientos casi bianuales, además es patrimonio del Ecuador.

En el siguiente mapa, se podrá identificar el riesgo que presenta uno de los más importantes atractivos turísticos locales como es el Parque Acuático Pallatanga, cuya infraestructura se encuentra atravesada por el Río Coco, este cuerpo hídrico es el más grande en territorio, si bien es cierto no han existido inundaciones en la infraestructura, la época de invierno es la más complicada por el aumento de caudal; si se consideran los deslizamientos en la zona alta del cantón y un posible taponamiento del río generando un embalse, esto pondría en riesgo la infraestructura; es un riesgo latente que requiere la atención municipal y un plan de contingencia al respecto.

Mapa # 09. Atractivos turísticos vs Susceptibilidad de Inundaciones

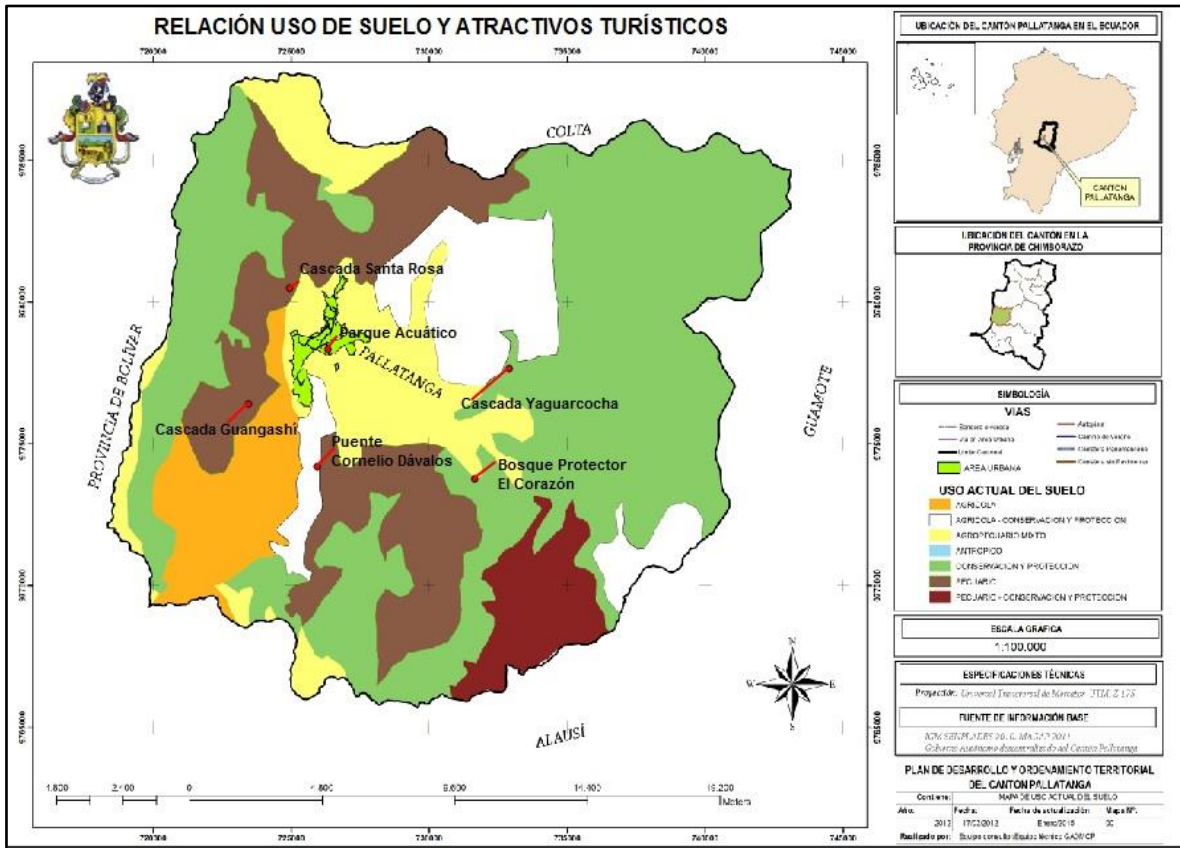


Elaborado por: U. de Turismo Gad Pallatanga

El 17% de atractivos, presentan un riesgo de inundación, este atractivo se encuentra en la zona urbana del cantón, requiere la atención municipal y especialmente una campaña de concienciación y reforestación en la cuenca alta del río Coco, para mitigar los posibles impactos.

La planificación para el uso y gestión del suelo determinada en los PUGs cantonales deben considerar la integración de la actividad turística para un crecimiento planificado; desde la unidad de turismo institucional se tiene identificados los servicios turísticos, no turísticos y complementarios de la cadena de valor; seguidamente se presenta la relación de los atractivos según el uso de suelo cantonal:

Mapa # 10. Relación Atractivos turísticos y Uso de suelo



Elaborado por: U. de Turismo Gad Pallatanga

Del 100% de atractivos turísticos priorizados, el 33% se encuentran en áreas de conservación y protección, el 17% en un área de conservación y protección agrícola; mientras que el 33% se encuentra en una zona de intervención pecuaria, sin embargo, estos dos atractivos se encuentran en una zona de protección regularizada por la ordenanza correspondiente, lo que asegura la conservación y protección del recurso hídrico, su flora y fauna. Finalmente, un atractivo (17%) se encuentra en la zona urbana totalmente intervenida.

Seguidamente, se ilustra el mapa de atractivos turísticos del cantón Pallatanga, en donde se puede apreciar de mejor manera lo mencionado en los análisis y evidenciado en el mapeo correspondiente.

Mapa # 11. Mapa interactivo de atractivos y servicios turísticos



Fuente: Unidad de Turismo Gad Pallatanga

3.3 PERFIL DE LAS ZONAS ESPECIALES DE USO TURÍSTICO DEL CANTÓN

Las Zonas Especiales de Uso Turístico (ZEUT) son espacios planificados para fomentar, desarrollar y promocionar la actividad turística en un territorio, bajo las directrices y normativas determinadas para el efecto por las autoridades nacionales de Turismo y Ambiente, respecto al desarrollo turístico y ambiental respectivamente para la práctica de una política turística común y sostenible.

Mapa # 12. Zonas especiales de interés turístico



Fuente: Unidad de Turismo Gad Pallatanga

Conforme la realidad turística cantonal, el presupuesto municipal y las tendencias turísticas post covid, se diseña una matriz considerando varios parámetros como los atractivos y recursos turísticos en la zona de influencia, la línea base de visitas turísticas, la tipología turística y las actividades que se realizan allí; la siguiente matriz, delinea el perfil de estas zonas especiales turísticas en el territorio, como un insumo para la planeación estratégica y ordenamiento territorial:

Tabla # 38. Atractivos turísticos priorizados

ZONAS DE USO TURÍSTICO DEL CANTÓN PALLATANGA							
NOMBRE	INCIDENCIA	ATRATIVOS/RECURSOS	CÓDIGO IDENTIFICACIÓN ATRACTIVOS O RECURSOS TURÍSTICOS	PROMEDIO DE VISITA ANUAL	SERVICIOS TURÍSTICOS O SIMILARES	TIPOLOGÍA TURÍSTICA	ACTIVIDADES
GUANGASHÍ-TRIGOLOMA	Urbana-Rural	Cascasa	A	2400	Alojamiento Alimentos & Bebidas Guianza Turística	Aventura Naturaleza Ecoturismo	Treking Biking Camping Canyoning
		Guangashí La Tigra	A	1040			
		Cascada Chazazal	A	2000			
		Santa Santa Rosa	R	52			
		Cascada Santa Ana	R	26			
		Mirador La Cocha	A	1560			
PANZA-YAGUARCOCHA JALUBÍ-LAS ROSAS	Rural	Bosque Primario	R	520	Alojamiento Alimento Guianza Turística	Naturaleza Ecoturismo Aviturismo Vivencial	Treking Biking Camping Aviturismo Astroturismo Parapente Artesanias Visita Museo Pesca deportiva
		Cascada Puertas del cielo	R	300			
		Cascada de Guaro	R	60			
		Cascada Yaguarcocha	A	260			
		Bosque Protector el Corazón	A	1040			
		Mirador Las Rosas	R	104			
		Mirador San Vicente	R	12			
PALLATANGA-LOS LLANOS	Urbano-Rural	Parque Acuático Pallatanga	A	1560	Alojamiento Alimentos & Bebidas Guianza Turística Recreación	Familiar Gastronomía	Natación City tour Rapel
		Monumento a la Reina Palla	R	520			
		Puente Cornelio Dávalos	A	312			
		Gastronomía	A	10400			
		Mirador Yanayuyo	R	260			

Fuente: Unidad de Turismo Gad Pallatanga 2022

3.4 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN

Se ha identificado en el cantón Pallatanga la práctica de 8 actividades turísticas, las que se detallan en la gráfica que sigue:

Gráfico # 40. Tendencia turística post Covid 19



Elaborado: Unidad de Turismo Gad Pallatanga

No se han determinado estadísticas al respecto, sin embargo, las más practicadas son: turismo de naturaleza, astroturismo, turismo familiar y turismo gastronómico; de la tipología que se ha determinado, respecto a la tendencia post covid, se identifica claramente que las tendencias se enmarcan en dos entornos, el natural, con el 50% (turismo de naturaleza y turismo rural) mientras que para el entorno cultural se identifican el turismo cultural, que es estacional y el turismo gastronómico que es permanente, sin embargo necesitan mayor atención pública.

Al ser tendencias generadas como resultado de la pandemia Covid 19, el 50% de tipos de turismo, requieren ser intervenidos mediante una oferta innovadora, con calidad y responsable.

Como se ha mencionado en el numeral 3.1.2 de este documento, se ha identificado como competencia directa a los cantones de Cumandá y Gral. Antonio Elizalde (Bucay) considerando que tienen características geográficas, climáticas inclusive culturales, cada cantón tiene sus ventajas comparativas y competitivas, por lo que generar productos turísticos innovadores será sin duda una nueva ventaja sobre la competencia.

Durante el segundo trimestre (mayo) del año 2020, la Unidad técnica de turismo aplicó varios instrumentos para obtener datos estadísticos, las condiciones de pandemia, no permitieron contar con un tamaño de muestra aplicable en condiciones normales, por lo que se determinó hacerlo a un número limitado de visitantes para contar con información respecto de la percepción del turista en territorio.

La finalidad de esta encuesta era medir la percepción del turista respecto a varios elementos del sistema turístico cantonal, fue aplicado a 80 personas conforme los registros obtenidos del Parque Acuático Pallatanga, se aplicaron 7 preguntas, entre ellas las correspondientes al sistema vial, motivaciones, limitaciones, preferencias, calidad de los servicios de alojamiento y alimentación y finalmente deseos y satisfacciones. La procedencia de los encuestados es de las ciudades de Guayaquil, Riobamba, Milagro, Cumandá, Ambato y Quito. De esta manera se obtuvieron los siguientes resultados:

Gráfico # 41. Práctica de Turismo en territorio

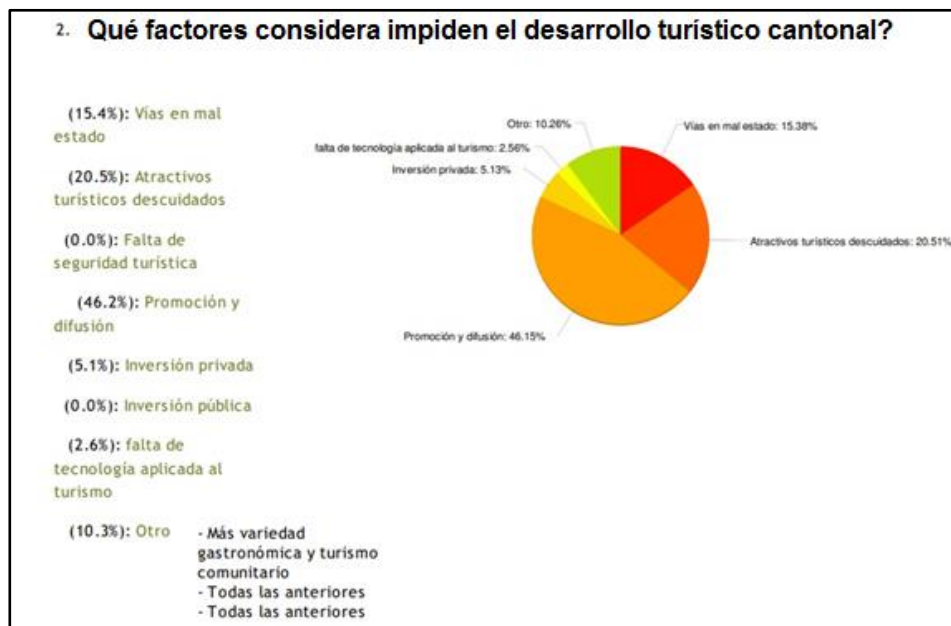


Fuente: Encuesta Online aplicada 2020

El 82% de los encuestados manifiesta que si ha practicado turismo en el cantón Pallatanga; lo que dentro de la percepción turística del cantón permite notar que, la actividad turística en territorio pese a la problemática nacional (crisis, emergencia sanitaria, etc.) se encuentra en la retina del turista y visitante, permitiendo que pueda conocerse sus atractivos históricos, naturales y culturales.

La ubicación geográfica del cantón le permite tener respecto a la competencia ventajas competitivas, más aún, considerando la cercanía al principal mercado turístico nacional como es la ciudad de Guayaquil, de igual manera la cercanía a la capital provincial Riobamba.

Gráfico # 42. Factores de impedimento para el turismo



Fuente: Encuesta Online aplicada 2020

De las opciones presentadas a los encuestados al respecto, se evidencian 3 que determinan un porcentaje mayor, que dentro del análisis se presenta el primer factor la Promoción y difusión turística, este factor debe en la planificación comprenderse como una responsabilidad compartida y no completamente del Gad Municipal.

Como segundo factor en importancia para los encuestados se menciona las condiciones de los atractivos turísticos, mismos que por las condiciones climáticas y la desinversión municipal no se encuentran en óptimo estado para recibir a los turistas y visitantes.

El tercer factor es el mencionado respecto a la vialidad, tanto externa hacia Pallatanga, como interna que conducen a los diferentes atractivos turísticos, así como a los centros de alojamiento y otros que prestan servicios para el visitante y turista en la zona rural de manera prioritaria.

Dentro de otros factores se mencionan, la gastronomía respecto a su calidad e imagen, así como una débil oferta en turismo comunitario.

Gráfico # 43. Percepción calidad del servicio de A&B



Fuente: Encuesta Online aplicada 2020

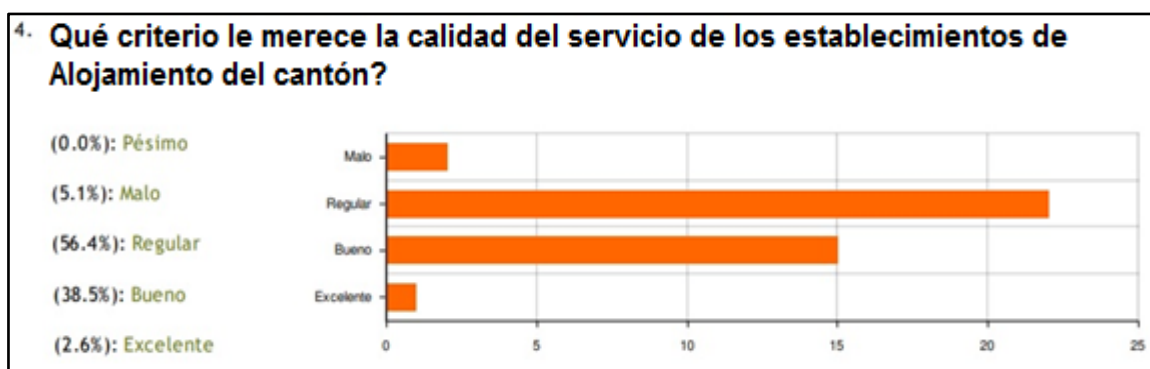
En territorio se identifican una treintena de establecimientos que brindan servicio de alimentación y bebidas, considerando tanto aquellos que se consideran turísticos y están regulados por el Ministerio de Turismo, así como los considerados no turísticos y regulados por el Ministerio del Interior a través de la Comisaría de Policía cantonal, en la actualidad se identifica otro fenómeno respecto a este tipo de servicio, como es el Delivery (entrega a domicilio) como una opción surgida por la emergencia sanitaria.

De los resultados obtenidos, se puede determinar que para el turista la gastronomía y el servicio de alimentación está entre regular y bueno, es un factor que debe ser considerado de intervención emergente en esta planificación, considerando la realidad actual.

De este servicio consultado, es importante manifestar que se ha venido trabajando desde la Unidad de Turismo municipal, sin embargo, la informalidad y la falta de

control y planificación respecto a los establecimientos no turísticos, genera un impacto negativo respecto a la percepción que el turista puede tener de este servicio en el territorio y afectar a los establecimientos turísticos que pagan su licencia de funcionamiento, sus impuestos, patentes y cumplen normativas nacionales para mantener ciertos niveles de calidad.

Gráfico # 44. Percepción de la calidad de los servicios de Alojamiento



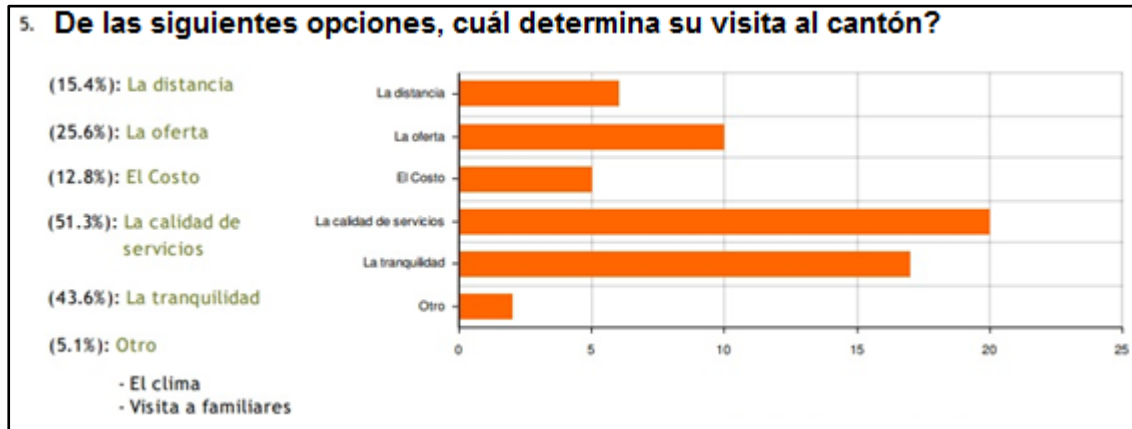
Fuente: Encuesta Online aplicada 2020

A diferencia del servicio de alimentación, en este de alojamiento se mencionan 4 variables, la de mayor valor porcentual determina que el alojamiento es calificado como regular; seguido del criterio bueno y excelente. Sin embargo, el criterio malo pese a que representa el 5% es preocupante porque simplemente desdice de los procesos de calidad que se busca.

Es en los dos primeros criterios que se debe trabajar, ya que un servicio de hospedaje es mucho más personalizado y minucioso que el servicio de alimentación y bebidas.

Aquí hay algo importante que considerar al respecto, pues la oferta de alojamiento se desarrolla tanto en el área urbana como en el área rural y la tipología desde hostería pasando por hostel y llegando a camping. Además, debe tomarse en cuenta que hay que priorizar la aplicación de normas de seguridad y protocolos para garantizar calidad y buen servicio.

Gráfico # 45. Factores determinantes de visita



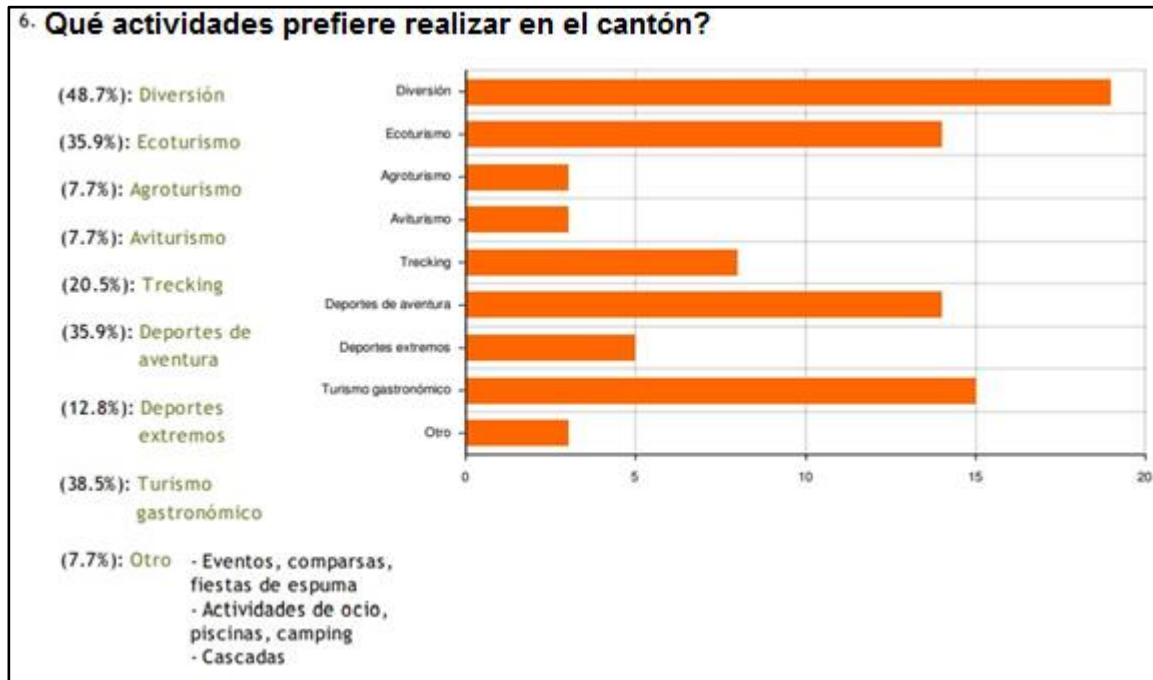
Fuente: Encuesta Online aplicada 2020

En esta pregunta se plantea al encuestado respecto a la motivación del viaje para visitar o realizar turismo en un destino, de las opciones presentadas se identifican las siguientes variables; la primera con porcentaje mayor es la calidad del servicio, esta independiente del costo del servicio; la segunda opción con mayor puntuación es la tranquilidad del destino (vías, accesos, clima, seguridad y otras); mucho más aún que de las grandes ciudades van a buscar realizar sus actividades turísticas en cantones pequeños de poca afluencia.

La tercera opción que motiva el flujo turístico es la oferta; por lo que las variedades de servicios en territorio deben garantizar seguridad, nuevos nichos de mercado y ser creadas en función del perfil del turista al que se desea llegar en el mercado.

Aparecen en los resultados variables como el precio y la distancia, que no dejan de ser importantes al momento de salir con la familia y practicar turismo en las tipologías que el territorio ofrece.

Gráfico # 46. Actividades de preferencia



Fuente: Encuesta Online aplicada 2020

Una vez que el turista decide visitar Pallatanga, las actividades que prefiere realizar son:

Diversión, esta primera actividad maneja un enfoque del turismo nocturno, pues un turista sin duda dependiendo de la oferta puede divertirse en la mañana a su manera; sin embargo; garantizar en el territorio actividades nocturnas para la sana diversión, permitirá que la dinamización turística se fortalezca en los emprendimientos de recreación nocturna, alojamiento y transporte.

La segunda actividad es el turismo gastronómico; esta opción en territorio se convierte en un gran potencial por la vocación productiva del cantón; sin embargo, lo fundamental es generar procesos para la innovación gastronómica y la calidad del servicio.

El ecoturismo y deportes de aventura aparecen con igual porcentaje en las actividades preferidas por el consumidor; gracias a la biodiversidad y atractivos naturales que se cuenta, puede realizarse, más, lo fundamental aquí es que la oferta de este tipo debe ser generada por la empresa privada.

Gráfico # 47. Expectativas para la satisfacción

- 7. Cuáles serían sus expectativas para la satisfacción durante su visita al cantón?**
- Lugares adecuados
 - Variedad y facilidad de acceso a los productos y servicios
 - recordarlo por siempre
 - Disfrutar con tranquilidad y seguridad de lo que nos puede ofrecer el lugar
 - Atención de calidad
 - La satisfacción de la diversidad de servicios y productos en el cantón de visita
 - Satisfacción y diversión plena, una experiencia que desee repetirla.
 - Sorprenderme de cosas cotidianas con mucho emprendimiento
 - De poder regresar al lugar por la calidez de la gente
 - Servicio de calidad e innovación
 - Disfrutar en familia y tener una experiencia única
 - Paz y tranquilidad
 - Recuerdos inolvidables y regresar cada tiempo libre
 - Volver al lugar donde uno es bien atendido
 - Seguridad y buena atención
 - Buen trato y tener la información necesaria de los destinos turísticos
 - Tranquilidad y seguridad
 - Que sea agradable y memorable
 - Que sea inolvidable
 - Llevar Buenos recuerdos
 - Que me de ganas de volver al lugar
 - Que sea memorable
 - Conocer nuevos atractivos turísticos
 - Que sea única e inolvidable, que me haga querer regresar al lugar por la excelente atención, por la facilidad de acceso y la infraestructura que posea
 - Una buena guía que haga conocer todo
 - Facilidad para visitar las maravillas que tiene pailatanga mejor servicio. En la atención en restaurantes
 - Disfrutar al máximo y que sea inolvidable
 - Buena atención
 - Que sea satisfactoria al recibir servicios de calidad
 - Única
 - Llevarme una buena impresión del lugar que visito
 - Disfrutar en tranquilidad
 - Algo inolvidable
 - Placer y tranquilidad
 - Salir recargada de energías

Fuente: Encuesta Online aplicada 2020

Esta pregunta, busca tener un criterio respecto a lo que el turista espera en su visita al territorio; aunque se identifican en las respuestas de la pregunta respectiva, se analiza como las más importantes:

- ✓ Calidad en el servicio.
- ✓ Seguridad.
- ✓ Innovación.
- ✓ Contar con las facilidades.
- ✓ Satisfacción.

Para el análisis intersectorial se menciona que:

-Lo Público

Institucionalmente, el Gad Pallatanga no cuenta con el personal operativo para gestionar adecuadamente las competencias transferidas; así como no cuenta con el equipamiento ni el presupuesto necesario para generar acciones, proyectos y programas que generen impacto turístico territorial, eso no se debe a la falta de voluntad política en su mayoría, sino más bien al limitado presupuesto con el que la institución cuenta; sin embargo de aquello desde lo público se ha logrado articular con los demás niveles de gobierno y complementar la gestión para alcanzar resultados en territorio.

-Lo Privado

En territorio, existe inversión privada en la actividad turística, Pallatanga es considerada como un destino para descanso y disfrutar de la naturaleza, los empresarios turísticos tanto de las áreas de alojamiento, alimentos y bebidas, recreación. En los últimos cinco años se tiene la percepción de un incremento en la inversión como resultado la inversión pública en un atractivo importante como es el Parque Acuático Pallatanga.

Lastimosamente desde lo privado hay una gran debilidad, las inversiones que se realizan no responden a inversiones planificadas ni sustentadas en planes de negocios o de inversión, por lo que es una inversión visceral que responde a la necesidad y no a la oportunidad.

-Lo Comunitario

Aunque literariamente hablando, las comunidades son los dueños de los atractivos y recursos turísticos ya que ellos se encuentran en las zonas rurales en su mayoría, ellos aportan en su conservación, cuidado, y sostenibilidad; lastimosamente a diferencia de lo privado, estos no se encuentran organizados en el territorio, al no estar asociados, tampoco tienen facilidad en acceso a créditos para la inversión.

En territorio, se pueden evidenciar dos casos en los que lo comunitario, o lo rural quiere generar acciones tendientes al turismo, ellos son La Comunidad Guangashí La Tigrera, cuyo atractivo es la cascada del mismo nombre, la cercanía al centro poblado aporta en el aprovechamiento de los servicios turísticos.

El otro caso en territorio es la Comunidad Jalubí en la zona media del cantón, en donde motivados por la empresa privada se genera una nueva oferta de turismo como es el astroturismo, que permitirá aportar en el posicionamiento del cantón.

-Gobernanza

La gobernanza en territorio responde a las necesidades turísticas del territorio, lastimosamente las políticas públicas, leyes, decretos y disposiciones ministeriales no responden a la necesidad de los territorios, casos específicos la ley de turismo que se encuentra desactualizada, los reglamentos reformados de alojamiento y

alimentación & bebidas, no responden a la realidad económica de los empresarios y emprendedores de nuestro cantón.

-Actores locales

Los actores locales en territorio, se encuentran poco activados, pues el Consejo Consultivo de Turismo Cantonal, no ha sido rehabilitado para generar esta asociatividad tan necesaria para el desarrollo y la articulación turística. Lastimosamente existen emprendedores en varias ramas de servicios para turistas, sin embargo, no se encuentran asociados o agremiados, esto haría que sea más llevadero el proceso de coordinación turística intersectorial.

A más de lo mencionado, es importante plasmar en este documento que los efectos directos y negativos del COVID, más allá de las estrategias de seguridad, bioseguridad, promoción, transferencia de conocimientos y habilidades que se apliquen en el territorio; es devastador respecto a quiebra de empresas, desempleo, desinversión, pérdida de la calidad de servicios en el destino, decremento en el flujo de turistas, desarticulación en la gestión turística, y más.

Las proyecciones revelan que el turismo como actividad económica podrá iniciar su recuperación a dentro de 18 meses, tiempo que deberá servir para que los territorios se preparen de mejor manera para recibir al turista y aplicar un sin número de estrategias para conseguirlo.

4. DIAGNÓSTICO DEL TERRITORIO

4.1 ANÁLISIS DE ACTORES

Los actores turísticos que en territorio se encargan de generar la actividad son varios, sin embargo, para el análisis respectivo se describirán en dos grupos, actores internos y actores externos:

4.1.1 ACTORES INTERNOS

- ✓ Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pallatanga.
- ✓ Administración Parque Acuático Pallatanga.
- ✓ Comisaría Nacional de Policía Pallatanga.
- ✓ Policía Nacional Circuito Pallatanga-Cumandá.
- ✓ Comunidades de zonas rurales Rutas Turísticas.
- ✓ Prestadores de servicios turísticos de alojamiento.
- ✓ Prestadores de servicios turísticos de alimentación y bebidas.
- ✓ Transportistas.
- ✓ Emprendedores de servicios de alojamiento.
- ✓ Emprendedores de servicios de alimentación.
- ✓ Emprendedores de recreación (Bares, Karaoke).
- ✓ Radio Primavera.

4.1.2 ACTORES EXTERNOS

- ✓ Ministerio de Turismo.
- ✓ Ministerio de Cultura y Patrimonio.
- ✓ Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME).
- ✓ Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo.
- ✓ Go Raymi-Marketing Digital.
- ✓ Academia.

Sin embargo, que la institución GAD Municipal Pallatanga, maneja muy buenas relaciones con todos los actores descritos, durante los últimos 5 años ha existido un congelamiento en las relaciones, ya que el criterio político limitó en cierto grado los procesos asociativos y el fortalecimiento del sistema turístico cantonal.

Existen ordenanzas que se han generado respecto a la actividad turística en territorio, de ellas la Ordenanza que regula las actividades de turismo sostenible del cantón Pallatanga, dispone que se conforme el Consejo Consultivo de Turismo, instancia que desde el año 2015, no se ha activado.

Las competencias determinadas en el COOTAD, disponen acciones determinadas por cada nivel de gobierno, por lo tanto, las tendencias políticas, así como la

planificación institucional han generado que en la zona rural en donde se cuenta con las rutas de turismo sostenible el sistema turístico cantonal se haya debilitado.

Como Gad Pallatanga, los presupuestos limitados han generado que la inversión turística se vea disminuida, por lo que en territorio el aporte de la empresa privada es fundamental.

Desde el estado y analizando el rol del MINTUR, se evidencia con preocupación la falta de planificación y apoyo, si bien es cierto es el ente rector, lastimosamente las políticas públicas generadas no responden a la realidad del territorio, esto haciendo referencia a las reformas de los reglamentos de Alojamiento, y alimentación & bebidas lo que afecta directamente a la calidad del servicio en territorio.

Ante esta problemática, ha sido la Asociación de Municipalidades del Ecuador, AME quien de manera permanente ha estado preocupada del fortalecimiento de los GADs, a través de asesorías y transferencia de conocimientos especialmente. El apoyo se ha generado también respecto a la generación de políticas públicas en territorio como son las ordenanzas para el cobro de LUAF.

Por parte de los prestadores de servicios turísticos, van aprovechando las potencialidades del territorio y generando una oferta diferenciada, competitiva y de calidad; sin embargo, una de las debilidades es que no se encuentran organizados a través de una cámara o asociación de prestadores, legalizada, acción que generaría una mejor articulación entre lo público y lo privado, que sumado al aporte comunitario, generarían procesos turismo más consistentes.

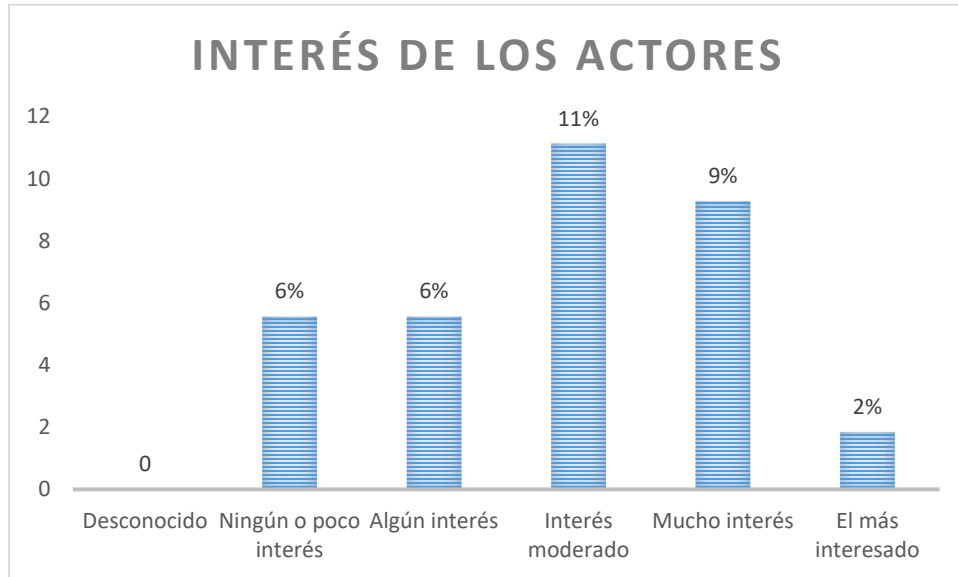
Tabla # 39. Matriz de Análisis de actores del sector turístico del cantón Pallatanga

TIPO DE ACTOR	ACTORES	ROL	POSICIÓN					INTERÉS					INFLUENCIA						
			Desconocida	Oposición activa	Oposición pasiva	Indeciso	Apoyo activo	Apoyo pasivo	Desconocido	Ningún o poco interés	Algún interés	Interés moderado	Mucho interés	El más interesado	Desconocido	Ninguna o poca influencia	Alguna influencia	Influencia moderada	Mucha influencia
ACTORES INTERNOS	Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pallatanga	Gestiona, controla, regula, promociona y fomenta la actividad turística cantonal					1						1						1
	Administración Parque Acuático Pallatanga.	Distribuye el flujo turístico cantonal y es centro de promoción					1						1						1
	Comisaría Nacional de Policía Pallatanga.	Controla y regula a los establecimientos de servicios no turísticos						1		1						1			
	Policía Nacional Circuito Pallatanga-Cumandá	Atender la seguridad ciudadana (locales y visitantes) y el orden público, y proteger el libre ejercicio de los derechos y la seguridad de las personas dentro del territorio					1				1							1	
	Comunidades de zonas rurales Rutas Turísticas	Forman parte de la cadena productiva y conservan los atractivos					1									1			
	Prestadores de servicios turísticos de alojamiento	Empresarios que ofertan servicio de hospedaje a los turistas con calidad					1						1					1	
	Prestadores de servicios turísticos de alimentación y bebidas	Empresarios que ofertan servicio de alimentación y bebidas a los turistas con calidad					1						1					1	
	Transportistas	Guiar y asistir con fletes y los costos de transporte dentro del territorio en sus diferentes modalidades						1			1					1			
	Emprendedores de servicios de alojamiento	Emprendedores que ofertan servicio de hospedaje a los turistas no regularizados por el MINTUR						1								1			
	Emprendedores de servicios de alimentación	Emprendedores que ofertan servicio de alimentación y bebidas a los turistas, no regularizados por el MINTUR							1							1			
	Emprendedores de recreación	Empresarios o emprendedores que ofertan servicio de recreación a los turistas, no regularizados por el MINTUR						1								1			
	Radio Primavera	Comunicar con objetividad, informar y apoyar los procesos de fortalecimiento turístico en el cantón					1						1					1	

Respecto a la posición de los actores locales el 20% de ellos presenta una posición con apoyo activo, el 7% de actores es indeciso al respecto y el 6% mantiene un apoyo pasivo.

Variable Interés:

Gráfico # 49. Interés de los actores turísticos



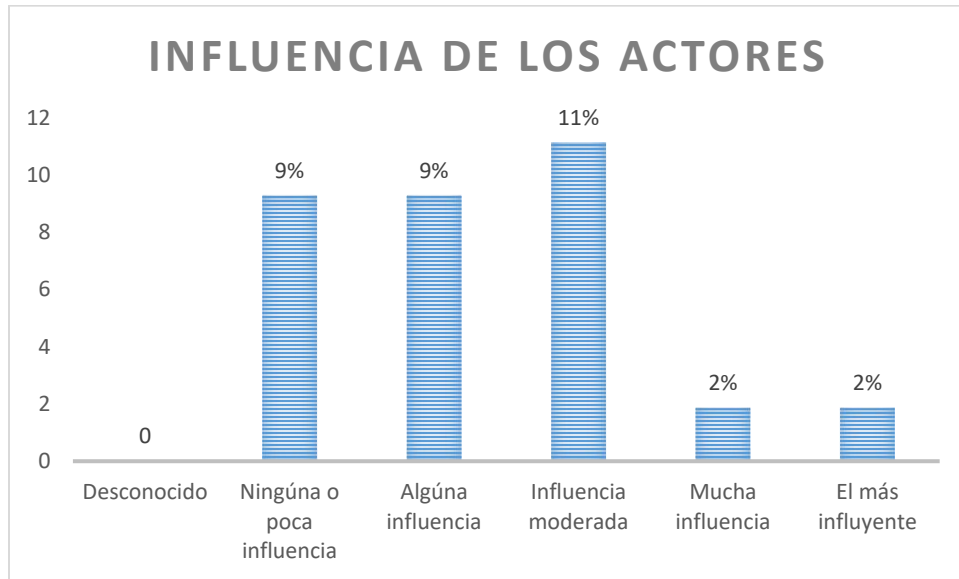
Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal Pallatanga

En esta variable respecto al interés de los actores turísticos, al respecto se evidencia que el mayor número de actores presenta un interés moderado, seguido de actores muy interesado, apenas un 2% refleja ser el más interesado, estos criterios porcentuales son de efecto positivo del análisis; un criterio negativo se iguala porcentualmente entre actores que demuestran poco interés y ningún o poco interés.

Variable influencia:

Esta variable, es importante en el análisis, pues hay actores que por su condición, presupuesto o competencia generan sobre el resto determinado grado de influencia, que es positiva desde cualquier óptica, por lo tanto, se puede evidenciar en la siguiente gráfica los siguientes porcentajes de los actores respecto al nivel de influencia:

Gráfico # 50. Influencia de los Actores Turísticos



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

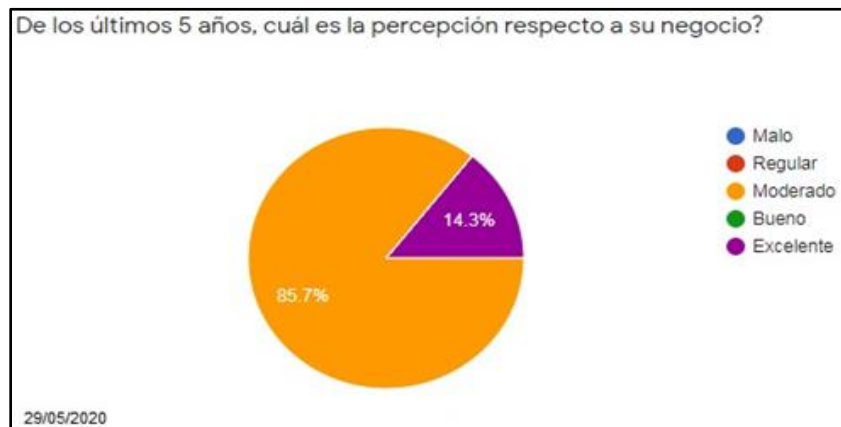
El 15% de actores presentan una influencia importante sobre el resto de actores que en un 18% reflejan poca o ninguna influencia sobre el resto de actores.

4.2 PROBLEMAS, CAUSAS Y SOLUCIONES

4.2.1 Actores Alimentación y Bebidas

Para generar un proceso participativo, se aplicaron encuestas a los prestadores de servicios turísticos para contar con sus importantes criterios, los resultados obtenidos fueron:

Gráfico # 51. Percepción del emprendedor de A&B local



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Al respecto, los prestadores de servicios manifiestan que durante los últimos 5 años la percepción de su negocio es predominantemente Moderado en una relación de 5 a 1 a la opción excelente.

Gráfico # 52. Covid 19 y oferta local



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

De igual manera manifiestan tener las condiciones económicas para mantener o mejorar su establecimiento ante la crisis sanitaria, en una relación de 5 a 1 de su respuesta afirmativa.

Gráfico # 53. Percepción de la problemática



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

De los nueve problemas identificados el porcentualmente mayor representado es la falta de control y regulación en los establecimientos, seguidos en igual porcentaje los problemas de poca afluencia de turistas, falta de promoción y competencia desleal.

Gráfico # 54. Causas de la problemática



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Manifiestan dentro de las causas a la problemática definida, son los recursos económicos del propietario como primer elemento y con los mismos valores porcentuales en su orden las opciones egoísmo, falta de control en patentes comerciales, crisis económica, falta de capacitación, líneas de crédito con alto interés.

Tabla # 40. Matriz de Problemas Causas y Soluciones

PROBLEMAS	CAUSAS	SOLUCIONES
Falta de control y regulación	Desarticulación GAD/Comisaría	Planificación para el control de establecimientos
Poca afluencia de turistas	Crisis económica	Estrategias de fidelización
Falta de promoción	Limitado presupuesto Gad	Plan de marketing adecuado y efectivo
Competencia desleal	Incumplimiento de ordenanzas	Mejorar el control desde lo institucional
Desorganización de los actores	No hay liderazgo ni voluntad para asociarse	Crear una asociación o gremio de A&B
Oferta gastronómica sin valor agregado	No se aprovecha el potencial agrícola del territorio	Capacitación para la innovación gastronómica
Emprendimientos empíricos	Los propietarios no buscan asesoría técnica	Generar un Banco de emprendimientos con plan de negocios
Baja calidad en el servicio	La normativa no responde a la realidad en territorio	Implementar certificaciones de calidad

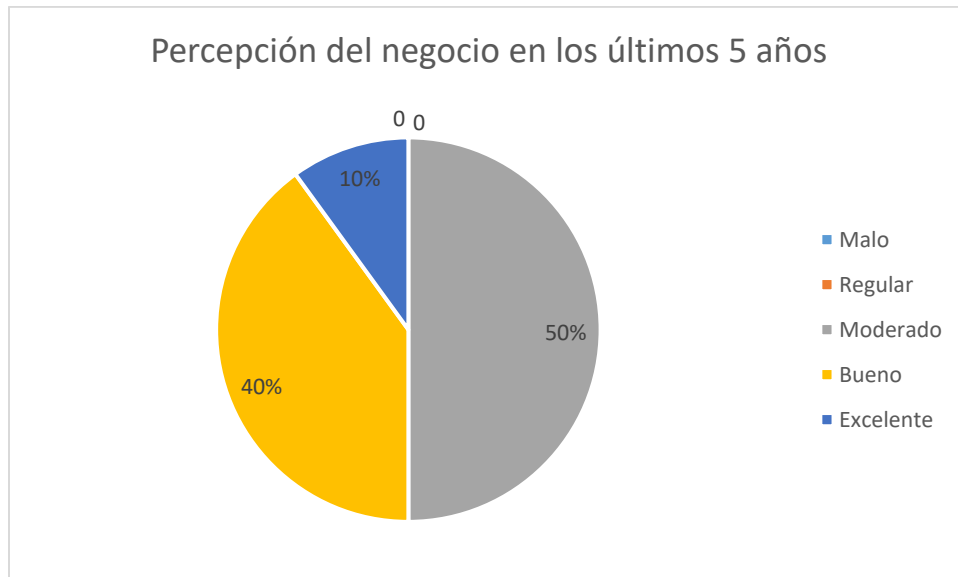
Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Esta tabla refleja los resultados de las encuestas aplicadas, además de algunos criterios técnicos importantes que fortalecen adecuadamente la problemática del sector, así como de la realidad turística del cantón Pallatanga.

4.2.2 Actores de Alojamiento

Para este ítem, se ha encuestado a 10 prestadores del servicio de alojamiento tanto turístico como no turístico del cantón, tanto del área urbana como rural, una vez aplicada la correspondiente encuesta, se obtuvieron los siguientes resultados:

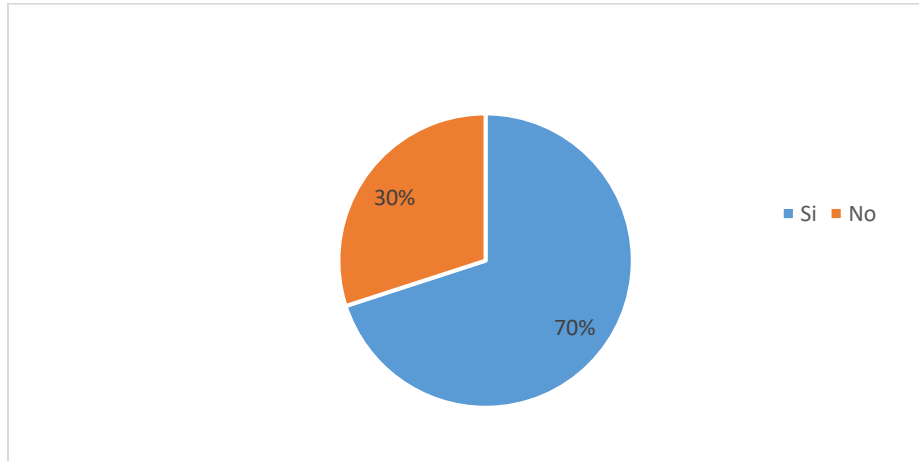
Gráfico # 55. Percepción del estado del negocio



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

De las opciones presentadas, la variable con mayor valor porcentual es la MODERADO, que se encuentra en mitad de la escala; seguida la opción buena y finalmente la opción excelente; por lo que se concluye que los últimos 5 años el servicio de alojamiento del cantón arroja un resultado positivo, sin dejar de asimilar la realidad nacional ante la crisis económica, así como ante la emergencia sanitaria actual que modificará los hábitos tanto de oferta como de la demanda en el mercado turístico.

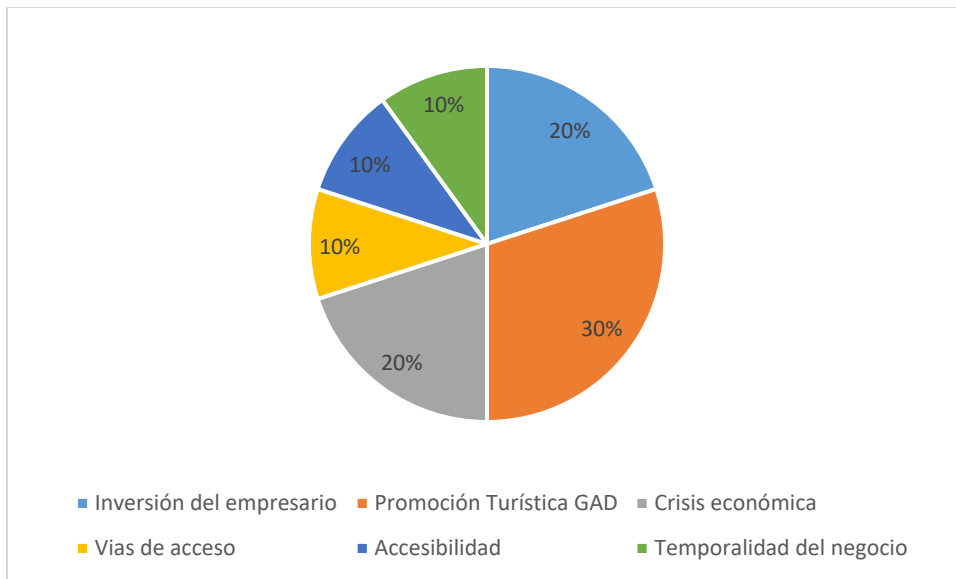
Gráfico # 56. Capacidad financiera para mantener/mejorar la oferta



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Al respecto de esta pregunta, el 70 % de los establecimientos, manifiesta tener los recursos económicos para mantener o mejorar su oferta y esto incluye la realidad actual respecto a implementar los protocolos y medidas de bioseguridad en cada establecimiento.

Gráfico # 57. Problema identificado emprendedores Alojamiento

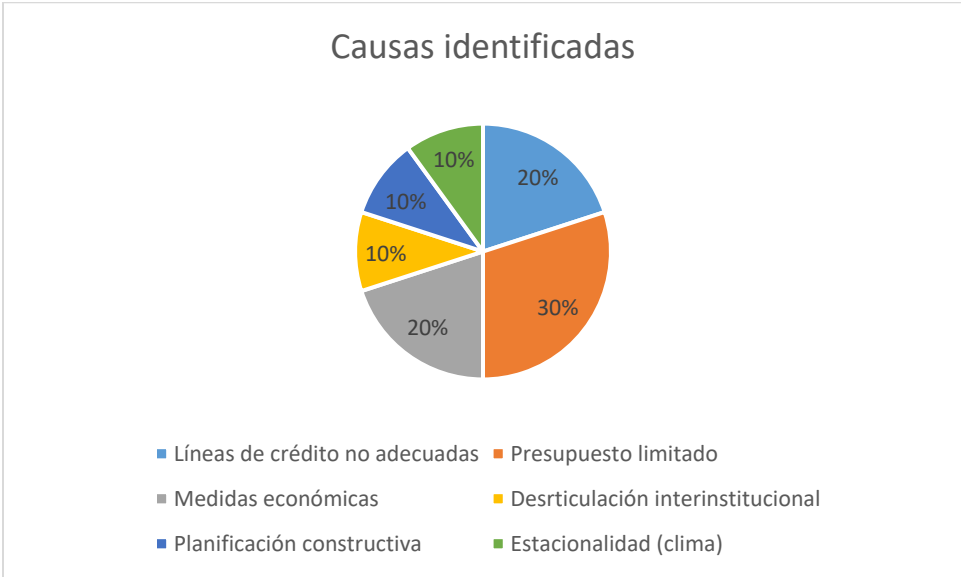


Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Los principales problemas identificados por los servidores de alojamiento del cantón, reflejan en su orden la Promoción turística limitada por parte del Gad, la inversión del empresario al no tener las condiciones desde las financieras locales y la crisis económica que atraviesa el país como las más importantes. Aparecen como otros problemas las condiciones de las vías de acceso a los atractivos y a los centros

de alojamiento, la temporalidad del negocio respecto al mercado, el clima y la oferta, finalmente problemas en el orden de la construcción en la infraestructura de uno de los centros de alojamiento.

Gráfico # 58. Causas identificadas establecimientos Alojamiento



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Las principales causas identificadas son el limitado presupuesto municipal, las medidas económicas y las líneas de crédito no adecuadas a las necesidades del emprendedor ni a la realidad nacional.

Gráfico # 59. Soluciones identificadas para establecimientos de Alojamiento



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Finalmente, los encuestados, determinaron como las principales soluciones la elaboración y ejecución de un plan de marketing óptimo, y externamente el llamado al gobierno para que apoye al sector productivo-turístico y a las financieras que generen líneas de crédito adecuadas.

Tabla #. 41. Matriz de Problemas Causas y Soluciones

PROBLEMAS	CAUSAS	SOLUCIONES
Inversión del empresario	Líneas de crédito no adecuadas	Financieras generen oportunidades de crédito blando
Promoción Turística GAD	Presupuesto limitado	Plan de Marketing óptimo
Crisis económica	Medidas económicas	Gobierno apoye al sector productivo
Vías de acceso	Desarticulación interinstitucional	Plan de mantenimiento vial
Accesibilidad	Planificación constructiva	Permiso municipal para construcción accesible
Temporalidad del negocio	Estacionalidad (clima)	Generar una oferta diferenciada
Falta de Capacitación para la calidad	Limitados recursos económicos GAD	Implementar un programa de certificación por competencias
Competencia desleal	No se aplica la normativa para todos	Plan de control y regulación permanente

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Esta tabla refleja los resultados de las encuestas aplicadas, además de algunos criterios técnicos importantes que fortalecen adecuadamente la problemática del sector, así como de la realidad turística del cantón Pallatanga.

4.2.3 Actores de Recreación

Gráfico # 60. Percepción del negocio de Recreación



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Los encuestados determinaron en la encuesta aplicada que, durante los últimos 5 años, la percepción respecto a su negocio ha sido regular.

Gráfico # 61. Financiamiento para mantener/mejorar la oferta



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Ante esta interrogante el 100% de los emprendedores tienen los medios económicos para enfrentar la pandemia y mejorar la oferta de su establecimiento.

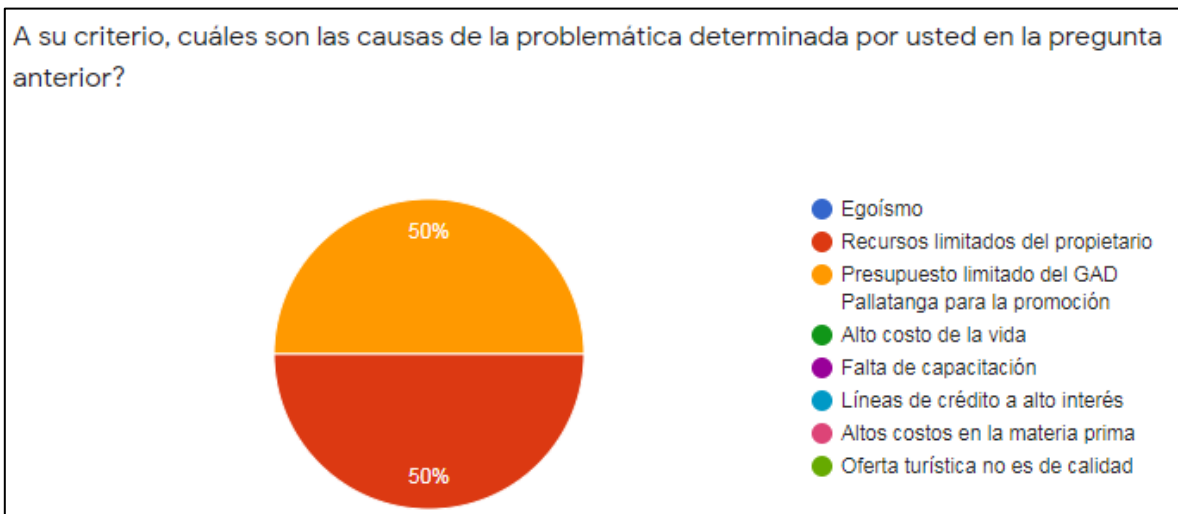
Gráfico # 62. Problemas identificados establecimientos de Recreación



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Ante lo consultado, los problemas identificados respecto a sus emprendimientos son: la poca afluencia de turistas y la competencia desleal, cada uno de ellos tiene diferentes causas que lo determinan.

Gráfico # 63. Causas a la problemática identificada



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Las causas que han identificado respecto al problema del punto anterior, son el limitado presupuesto del Gad Municipal y los recursos limitados de los propietarios, pues la falta de recursos, hace que la calidad del servicio no cumpla los estándares determinados por los entes rectores.

Gráfico # 64. Soluciones propuestas

Ante la problemática referida y causas mencionadas, que soluciones propondría usted?

Dinamizar la oferta gastronómica, asociatividad del gremio, estandarización de precios básicos de la oferta, certificaciones de calidad en los establecimientos, mayor intervención de la comisaría nacional en el control y regulación de establecimientos no turísticos, control ante competencia desleal.

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

En la matriz siguiente, se determinan las posibles soluciones respecto a la problemática y en base a las causas determinadas.

Tabla # 43. Problemas causas y soluciones

PROBLEMAS	CAUSAS	SOLUCIONES
No hay cooperación entre los actores turísticos	Desorganización	Generar un gremio turístico
No hay innovación en el producto	Falta de visión empresarial	Procesos de innovación del producto
Poca afluencia de turistas	Crisis económica	Producto competitivo atractivo y de bajo costo
Competencia desleal	No se aplica la normativa para todos	Plan de control y regulación permanente
Regulación y control mínimo	No se aplica la normativa para todos	Articulación interinstitucional para controlar establecimientos
Temporalidad del negocio	Estacionalidad (clima)	Generar una oferta diferenciada
Limitada inversión del propietario	Limitados recursos económicos	Generar estímulos para la inversión turística

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Esta tabla refleja los resultados de las encuestas aplicadas, además de algunos criterios técnicos importantes que fortalecen a reflejar adecuadamente la problemática del sector, así como de la realidad turística del cantón Pallatanga.

Finalmente, a continuación, se muestra a manera de resumen todas las soluciones que propuso el sector turístico del cantón frente a los problemas identificados.

ALIMENTOS Y BEBIDAS

- Planificación para el control de establecimientos.
- Estrategias de fidelización.
- Plan de marketing adecuado y efectivo.
- Mejorar el control desde lo institucional.
- Crear una asociación o gremio de A & B.
- Capacitación para la innovación gastronómica.
- Generar un banco de emprendimientos con plan de negocios.
- Implementar certificaciones de calidad.

ALOJAMIENTO

- Financieras generen oportunidades de crédito blando.
- Plan de Marketing óptimo.
- Gobierno apoye al sector productivo.
- Plan de mantenimiento vial.
- Permiso municipal para construcción accesible.
- Generar una oferta diferenciada.
- Implementar un programa de certificación por competencias.
- Plan de control y regulación permanente.

RECREACIÓN

- Generar un gremio turístico.
- Procesos de innovación del producto.
- Producto competitivo atractivo y de bajo costo.
- Plan de control y regulación permanente.
- Articulación interinstitucional para controlar establecimientos.
- Generar una oferta diferenciada.
- Generar estímulos para la inversión turística.

4.3 MATRIZ FODA POR SECTOR

Al contar con información primaria por parte de los actores turísticos respecto a los servicios se procederá a realizar la matriz FODA de cada uno de ellos de manera que se pueda contar con información más específica al respecto y posteriormente poder generar estrategias que aporten al desarrollo de una actividad turística sostenible y con una oferta que permita que el cantón Pallatanga pueda posicionarse a nivel nacional.

4.3.1 FODA SECTOR DE ALIMENTACIÓN & BEBIDAS

Tabla #.44 Matriz FODA A&B

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> •Generan seguridad al turista respecto a la calidad •Tienen diversidad gastronómica •Manejan criterios de sanitación, manipulación y hospitalidad •Conocen sobre el manejo de bioseguridad para el COVID •Hay normativas específicas 	<ul style="list-style-type: none"> •Diversidad de materia prima para su transformación •Apoyo crediticio para mejorar los establecimientos •Existe control y regulación desde los entes de control •Existe un mercado turístico con nuevas tendencias post COVID •Existe apoyo externo para fortalecer los emprendimientos 	<ul style="list-style-type: none"> •No se encuentran organizados •Competencia desleal •Establecimientos no regularizados no garantizan seguridad ni calidad •Conocimientos empíricos en el personal •No innovan su oferta gastronómica 	<ul style="list-style-type: none"> •Especulación de materia prima en los comercios •El turista cambie su preferencia de viaje •Turistas contagiados lleguen a los establecimientos •El gobierno no desarrolle incentivos para el sector productivo •El Gobierno nacional priorice la reactivación económica del sector.

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

4.3.2 FODA SECTOR DE ALOJAMIENTO

Tabla # 45. Matriz FODA Alojamiento

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
------------	---------------	-------------	----------

<ul style="list-style-type: none"> •Tienen presencia tanto en la zona urbana y rural. •Su categorización permite una variedad de precios por el servicio. •Los regularizados manejan criterios de sanitación, hospitalidad y atención al cliente •Conocen sobre el manejo de bioseguridad para el COVID •Hay normativas específicas para los establecimientos 	<ul style="list-style-type: none"> •Ante el COVID, los turistas buscarán destinos con poca afluencia •Apoyo crediticio para mejorar los establecimientos •Existe control y regulación desde los entes de control •Existe un mercado turístico con nuevas tendencias post COVID •Existe apoyo externo para fortalecer a las microempresas 	<ul style="list-style-type: none"> •No se encuentran organizados •La mayoría de establecimientos no cuentan con acceso universal a sus instalaciones •Establecimientos no regularizados no garantizan seguridad ni calidad •Conocimientos empíricos en la administración e inversión •En la zona rural las vías de acceso no permiten mayor afluencia 	<ul style="list-style-type: none"> •El ente rector de establecimientos no turísticos no capacitan a los prestadores en temas de seguridad, calidad y afines. •Disminuya la llegada de turistas •Lleguen turistas contagiados a los establecimientos •El turista cambie su preferencia de viaje •No se generan incentivos para la inversión privada desde el gobierno central
--	---	--	---

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

4.3.3 FODA SECTOR RECREACIÓN

Tabla #. 46 Matriz FODA Recreación

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
------------	---------------	-------------	----------

<ul style="list-style-type: none"> •Están consolidados en la zona urbana. •Conocen sobre el manejo de bioseguridad para el COVID 	<ul style="list-style-type: none"> •Ante el COVID, los turistas buscarán destinos con poca afluencia •Apoyo crediticio para mejorar los establecimientos •Existe regulación desde los entes de control •Existe un mercado turístico con nuevas tendencias post COVID •Existe apoyo externo para fortalecer a las microempresas 	<ul style="list-style-type: none"> •No se encuentran en la zona rural •La mayoría de establecimientos no cuentan con acceso universal a sus instalaciones •Establecimientos no regularizados no garantizan seguridad ni calidad •No hay una oferta nocturna •Hay informalidad 	<ul style="list-style-type: none"> •El ente rector de establecimientos no turísticos no capacitan a los prestadores en temas de seguridad, calidad y afines • Disponga el gobierno confinamiento • Lleguen turistas contagiados a los establecimientos •El turista cambie su preferencia de viaje •No se generan incentivos para la inversión privada desde el gobierno central
--	---	--	--

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Las matrices que anteceden, integran a los prestadores de servicios de alimentos & bebidas, alojamiento y recreación tanto turísticos regularizados por el MINTUR, como no turísticos regularizados por el Ministerio de Gobierno; en el caso de recreación se ha considerado al Parque Acuático Pallatanga.

4.3.4 MATRIZ FODA CANTON PALLATANGA

Tabla # 47. FODA consolidado oferta turística

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	DEBILIDADES	AMENAZAS
------------	---------------	-------------	----------

<p>1 Establecimientos de A&B generan seguridad al turista respecto a la calidad</p>	<p>1 Ante el COVID, los turistas buscarán destinos con poca afluencia</p>	<p>1 La vía de acceso principal se encuentra en pésimas condiciones</p>	<p>1 El ente rector de establecimientos no turísticos no capacitan a los prestadores en temas de seguridad, calidad y afines</p>
<p>2 Establecimientos de A&B tienen diversidad gastronómica</p>	<p>2 Apoyo crediticio para emprendimientos turísticos</p>	<p>2 Los accesos viales a los atractivos turísticos están en malas condiciones</p>	<p>2 Ministerio del interior no genera normativa adecuada para sus establecimientos en territorio</p>
<p>3 Establecimientos de A&B manejan criterios de sanitación, manipulación y hospitalidad</p>	<p>3 Existe normativa generada por el ente rector de turismo nacional</p>	<p>3 No existe un presupuesto adecuado para impulsar el turismo desde el Gad municipal</p>	<p>3 Lleguen turistas contagiados</p>
<p>4 Establecimientos de servicios de A&B, Alojamiento y Recreación conocen sobre el manejo de bioseguridad para el COVID</p>	<p>4 Existe un mercado turístico con nuevas tendencias post COVID</p>	<p>4 No hay una oferta turística nocturna</p>	<p>4 El turista cambie su preferencia de viaje</p>
<p>5 Hay normativas específicas que regulan a los establecimientos</p>	<p>5 El principal mercado turístico está cercano al cantón</p>	<p>5 Los establecimientos de servicios no turísticos no garantizan seguridad, calidad y atención adecuada</p>	<p>5 No se generan incentivos para la inversión privada desde el gobierno central</p>

<p>6 Establecimientos de Alojamiento tienen presencia tanto en la zona urbana y rural</p> <p>7 Precios diferenciados de todos los servicios ofertados</p> <p>8 Los establecimientos regularizados manejan criterios de sanitación, hospitalidad y atención al cliente</p> <p>9 Hay normativas específicas para los establecimientos</p> <p>10 La mayor oferta de servicios se concentra en la zona urbana.</p> <p>11 Ubicación geográfica estratégica del cantón</p> <p>12 Hay rutas de turismo establecidas</p> <p>13 Se cuenta con una Unidad técnica de Turismo Municipal</p>	<p>6 Hay eventos especializados que dan apertura para promoción y difusión</p> <p>7 El turismo es concurrente y se puede articular con otros niveles de gobierno</p> <p>8 Aprovechar la asesoría, la investigación y aporte de entidades públicas y privadas</p>	<p>6 No se cuenta con un plan de marketing actualizado y adecuado a la realidad cantonal</p> <p>7 Poca innovación en los servicios gastronómicos</p> <p>8 Establecimientos no re-categorizados con la normativa</p> <p>9 Competencia desleal</p> <p>10 Intermitente regulación y control a los establecimientos</p> <p>11 Falta de capacitación a los servidores turísticos</p> <p>12 Facilidades turísticas en malas condiciones</p> <p>13 Señalética turística en los atractivos incompleta</p>	<p>6 Cantones vecinos oferten mejores servicios y atracciones</p> <p>7 Crisis económica</p> <p>8 Las políticas ministeriales no responden a la realidad del territorio</p> <p>9 Incremento de índices de desempleo</p> <p>10 Disminución de presupuestos para los gobiernos seccionales</p> <p>11 Los feriados nacionales generan informalidad en la oferta de servicios</p>
--	--	---	--

<p>14 Se cuenta con una oficina de información turística</p> <p>15 Hay atractivos naturales culturales e históricos</p> <p>16 El Parque acuático es un distribuidor de flujo turístico</p>		<p>14 No se cuenta con guías turísticos</p> <p>15 Falta dotación de servicios básicos en comunidades receptoras</p> <p>16 Prestadores de servicio no se encuentran organizados</p> <p>17 No se cuenta con estadísticas reales del ingreso de turistas</p> <p>18 No se cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico cantonal</p>	
--	--	---	--

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Para la elaboración de esta herramienta, se han utilizado los FODA de los sectores de alojamiento, recreación y alimentación & bebidas; además criterios técnicos con base a la experiencia en territorio que permiten que se evidencie las condiciones actuales del turismo del cantón.

La problemática en las diferentes áreas de servicio, se encuentra detallada en los numerales 4.2.1, 4.2.2 y 4.2.3; sin embargo, se mantienen constantes el decremento de turistas, limitada promoción turística, regulación y control y la competencia desleal generada por los establecimientos no turísticos.

4.3.5 MATRIZ DE EVALUACIÓN DE LOS FACTORES INTERNOS (EFI)

Para la elaboración de la presente matriz, se consideran las variables Fortalezas y Debilidades determinadas en la matriz FODA cantonal, a estas se procederá a dar un valor ponderado que debe sumar 1, a la vez se categoriza a estos factores en función de la importancia dándoles un valor de 1 a 4: finalmente se multiplican los valores correspondientes a cada uno y se tendrá el resultado ponderado EFI.

Tabla # 48. Matriz de evaluación de factores internos (EFI)

FACTORES INTERNOS	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
FORTALEZAS			
1 Establecimientos de A&B generan seguridad al turista respecto a la calidad	0,02	3	0,06
2 Establecimientos de A&B tienen diversidad gastronómica	0,02	3	0,06
3 Establecimientos de A&B manejan criterios de sanitación, manipulación y hospitalidad	0,02	3	0,06
4 Establecimientos de servicios de A&B, Alojamiento y Recreación conocen sobre el manejo de bioseguridad para el COVID	0,02	3	0,06
5 Hay normativas específicas que regulan a los establecimientos	0,02	3	0,06
6 Establecimientos de Alojamiento tienen presencia tanto en la zona urbana y rural	0,03	3	0,09
7 Precios diferenciados en los servicios	0,02	4	0,08
8 Los establecimientos regularizados manejan criterios de sanitación, hospitalidad y atención al cliente	0,04	3	0,12
9 Hay normativas específicas para los establecimientos	0,02	3	0,06
10 La mayor oferta de servicios se concentra en la zona urbana.	0,03	3	0,09

11 Ubicación geográfica estratégica del cantón	0,03	4	0,12
12 Hay rutas de turismo establecidas	0,03	4	0,12
13 Se cuenta con una Unidad técnica de Turismo Municipal	0,05	4	0,2
14 Se cuenta con una oficina de información turística	0,03	4	0,12
15 Hay atractivos naturales culturales e históricos	0,03	3	0,09
16 El Parque acuático es un distribuidor de flujo turístico	0,04	4	0,16
DEBILIDADES			
1 La vía de acceso principal se encuentra en pésimas condiciones	0,05	2	0,1
2 Los accesos viales a los atractivos turísticos están en malas condiciones	0,03	2	0,06
3 No existe un presupuesto adecuado para impulsar el turismo desde el Gad municipal	0,03	2	0,06
4 No hay una oferta turística nocturna	0,03	2	0,06
5 Los establecimientos de servicios no turísticos no garantizan seguridad, calidad y atención adecuada	0,03	1	0,03
6 No se cuenta con un plan de marketing	0,03	2	0,06

actualizado y adecuado a la realidad cantonal			
7 Poca innovación en los servicios gastronómicos	0,03	2	0,06
8 Establecimientos no re-categorizados con la normativa	0,03	2	0,06
9 Competencia desleal	0,03	2	0,06
10 Intermitente regulación y control a los establecimientos	0,02	2	0,04
11 Falta de capacitación a los servidores turísticos	0,03	2	0,06
12 Facilidades turísticas en malas condiciones	0,03	2	0,06
13 Señalética turística en los atractivos incompleta	0,03	2	0,06
14 No se cuenta con guías turísticos	0,03	2	0,06
15 Falta dotación de servicios básicos en comunidades receptoras	0,03	1	0,03
16 Prestadores de servicio no se encuentran organizados	0,02	2	0,04
17 No se cuenta con estadísticas reales del ingreso de turistas	0,03	2	0,06
18 No se cuenta con un Plan de Desarrollo Turístico cantonal	0,04	2	0,08
TOTAL	1,00		2,59

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Una vez desarrollada la matriz, se puede determinar numéricamente que el puntaje obtenido de 2,59; supera apenas el valor promedio, lo que determina que la posición interna del cantón no se encuentra fortalecida, por lo que se deben atacar las debilidades y transformarlas en fortalezas mediante la aplicación adecuada de estrategias.

Tabla # 49. Matriz de evaluación de factores externos (EFE)

FACTORES EXTERNOS	PONDERACIÓN	CLASIFICACIÓN	RESULTADO PONDERADO
OPORTUNIDADES			
1 Ante el COVID, los turistas buscarán destinos con poca afluencia	0,04	4	0,16
2 Apoyo crediticio para emprendimientos turísticos	0,1	3	0,3
3 Existe normativa generada por el ente rector de turismo nacional	0,04	3	0,12
4 Existe un mercado turístico con nuevas tendencias post COVID	0,05	4	0,2
5 El principal mercado turístico está cercano al cantón	0,08	4	0,32
6 Hay eventos especializados que dan apertura para promoción y difusión	0,05	3	0,15
7 El turismo es concurrente y se puede articular con otros niveles de gobierno	0,05	4	0,2
8 Aprovechar la asesoría, la investigación y aporte de entidades públicas y privadas	0,05	4	0,2
AMENAZAS			
1 El ente rector de establecimientos no turísticos no capacitan a los prestadores en temas de seguridad, calidad y afines	0,05	2	0,1

2 Ministerio del interior no genera normativa adecuada para sus establecimientos en territorio	0,04	2	0,08
3 No exista control en aplicación de normas de bioseguridad	0,05	2	0,1
4 El turista cambie su preferencia de viaje	0,05	2	0,1
5 No se generan incentivos para la inversión privada desde el gobierno central	0,03	1	0,03
6 Cantones vecinos oferten mejores servicios y atracciones	0,06	2	0,12
7 Crisis económica	0,06	2	0,12
8 Las políticas ministeriales no responden a la realidad del territorio	0,05	2	0,1
9 Incremento de índices de desempleo	0,05	2	0,1
10 Disminución de presupuestos para los gobiernos seccionales	0,05	2	0,1
11 Los feriados nacionales generan informalidad en la oferta de servicios	0,05	2	0,1
TOTAL	1,00		2,7

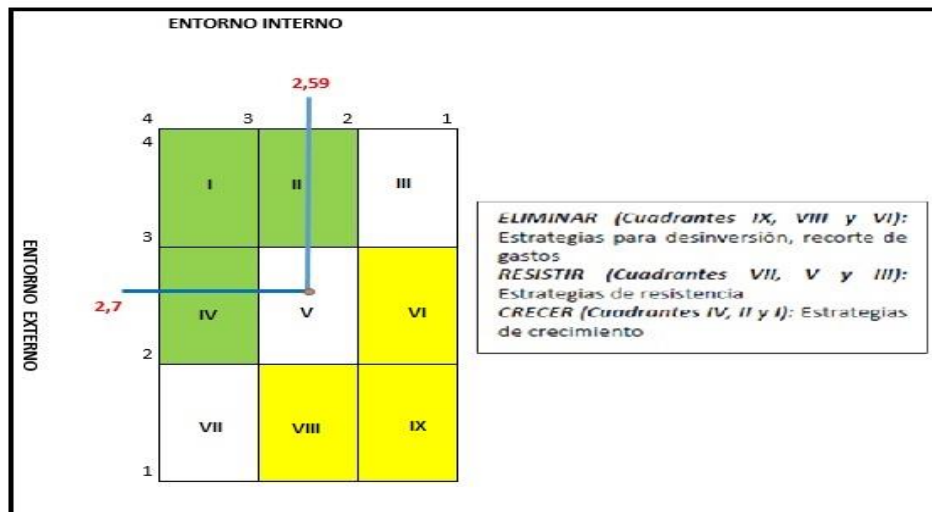
Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Una vez desarrollada la matriz, se puede determinar numéricamente que el puntaje obtenido de 2,70; supera apenas el valor promedio, lo que determina que la posición externa del cantón presenta oportunidades importantes, sin embargo, las amenazas presentes deben ser mitigadas con alternativas adecuadas para potenciar de mejor manera el turismo cantonal.

4.3.6 MATRIZ INTERNA EXTERNA

Para comprender la dimensión de las necesidades estratégicas, se representa en la Matriz Interna Externa.

Gráfico # 65. Representación Matriz interna-externa



Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Con base a los resultados obtenidos en las matrices EFE y EFI, se los ha representado gráficamente, teniendo como resultado el cruce de coordenadas correspondiente en el cuadrante V, que conforme a la metodología corresponde a **ESTRATEGIAS DE RESISTENCIA.**

4.3.6.1 Cruce de Variables FODA

Tabla # 50. Matriz de cruce de variables

FO	DO
Garantizar seguridad turística en el territorio (F1, F3, F4, F8/O1, O3, O4, O7, O8)	Mejoramiento del sistema turístico cantonal (D1, D2, D12, D13, D14/ O5, O7)
Potenciar la gastronomía local (F2, F3, F4, F6, F8, F11/O1, O2, O4, O8)	Especialización de la oferta (D4, D7, D9/ O1, O2, O4)
Diseñar productos turísticos sostenibles e innovadores (F2, F3, F4, F6, F7, F8, F11, F13, F15, F16/O1, O2, O3, O4, O5, O7, O8)	Impulsar la certificación de calidad y por competencias a los establecimientos (D5, D9, D11, D14/ O1, O2, O3, O4, O5, O7)
Motivar a la asociatividad turística privada y comunitaria (F5, F7, F10, F12, F13/O3, O8)	Mejorar las estrategias de marketing turístico mediante la planificación (D3, D6/O1, O4, O5, O6, O7, O8)
Fortalecer los procesos de difusión y promoción turística	Implementar transferencia de conocimiento y formación de planta turística cantonal

(F10, F11, F12, F13, F14, F15, F16/ O4, O5, O6, O7)	(D3, D5, D7, D11, D14/ O3, O5, O7, O8
	Impulsar la agremiación de establecimientos turísticos
	(D6/ O8
FA	DA
Articulación interinstitucional para el control permanente de establecimientos	Reactivar el Consejo Consultivo de Turismo
(F1, F3, F4, F5, F6, F8, F9, F 10, F13/ A1, A2, A3, A8, A11)	(D10, D17, D18/ A1, A4, A5, A7, A9)
Elaboración y actualización de ordenanzas	Desarrollar una campaña de sensibilización turística integral
(F5, F6, F13/ A1, A2, A8)	(D4, D5, D7, D8/ A4, A5, A10
Gestionar mancomunamiento para fortalecimiento del Corredor turístico	Formalizar lo informal con calidad y calidez
(F11, F12, F13, F14, F15/ A5, A6, A9, A10, A11)	(D3/A1, A5, A8, A11)
	Generar un Observatorio de Turismo Cantonal
	(D17/ A4, A6, A8, A11)

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Considerando el cruce de variables de la Matriz FODA, se establecen los objetivos del Plan de Desarrollo Turístico Cantonal de Pallatanga.

El objetivo general posee una estrategia general pero cada objetivo específico posee estrategias y programas específicos que se detallan a continuación:

Objetivo General: Consolidar participativamente el desarrollo turístico del cantón Pallatanga.

Estrategia General: Seguridad, calidad, innovación y promoción del destino turístico Pallatanga.

Objetivo Específico 1: *Garantizar que Pallatanga sea un destino que garantice seguridad al turista y visitante.*

Estrategia: **Diseño e implementación de mecanismos para la seguridad turística**

1. Plan de seguridad Turística PALLATANGA & TURISIMO SEGURO
2. Gobernanza de seguridad turística local
3. Actividades turísticas seguras
4. Transferencia de conocimientos para la seguridad turística

Objetivo Específico 2: *Fortalecer el desarrollo turístico del cantón Pallatanga.*

Estrategia Específica: Gestión turística para el desarrollo

5. Actualización e implementación de normativa turística local.
6. Formación de promotores turísticos locales.
7. Integración comunitaria al turismo cantonal.
8. Comunidades encantadas: Pallatanga un lugar para quedarse, conócelo.

Objetivo Específico 3: Innovación de Productos turísticos

Estrategia Específica: Investigación e innovación turística

1. Actualización del inventario turístico cantonal.
2. Generación de valor a la cadena turística cantonal.
3. Diseño de productos turísticos innovadores.
4. Investigación turística de la Academia para el desarrollo de productos.
5. Implementación de un banco de proyectos turísticos innovadores.

Objetivo Específico 4: Fortalecimiento del sistema turístico cantonal

Estrategia Específica: Inversión para el desarrollo turístico cantonal

1. Mejoramiento del sistema vial hacia los atractivos.
2. Rehabilitación de atractivos turísticos.
3. Implementación y mantenimiento de facilidades turísticas.
4. Apoyo al emprendimiento turístico.
5. Calidad turística.

Objetivo Específico 5: Promocionar y posicionar al cantón Pallatanga como un destino turístico nacional.

Estrategia Específica: Promoción y difusión turística

1. Actualizar el perfil del turista que visita Pallatanga.
2. Elaborar el plan de marketing turístico del cantón.
3. Generar la marca turística cantonal.
4. Participación en ferias y eventos especializados.
5. Implementar alianzas turísticas públicas, privadas y comunitarias.
6. Marketing digital al servicio del turismo.
7. Elaborar material turístico y promocional (físico y digital).

8.3.7 PLANIFICACIÓN OPERATIVA

Para efectos de ejecución presupuestaria y operativización del Plan de Desarrollo Turístico propuesto se determina seguidamente la matriz correspondiente:

Tabla # 51. Matriz de planificación operativa

OBJETIVO 1: Garantizar que Pallatanga sea un destino que garantice seguridad al turista y visitante.									
ESTRATEGIA 1: Diseño e implementación de mecanismos para la seguridad turística									
	PROYECTO/ACCIÓN	2022	2023	2024	2025	2026	PRESUPUESTO REFERENCIAL	INDICADORES	RESPONSABLES
PROGRAMA SEGURIDAD TURÍSTICA	1. Plan de seguridad Turística PALLATANGA & TURISMO SEGURO						2000,00	1 documento entregado, socializado y en aplicación	GAD PALLATANGA MINTUR ACADEMIA
	2. Elaboración de Ordenanza de seguridad turística local						0,00	1 normativa aprobada y en aplicación	GAD PALLATANGA
	3. Diseño e implementación de manuales para la práctica de actividades turísticas seguras						1500,00	4 manuales elaborados, socializados y aprobados	GAD PALLATANGA MINTUR ACADEMIA
	4. Transferencia de conocimientos para la seguridad turística						1500,00	30 personas capacitadas	GAD PALLATANGA MINTUR ACADEMIA
SUBTOTAL P1							5000,00		

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Tabla # 52. Matriz de planificación operativa

OBJETIVO 2: Fortalecer el desarrollo turístico del cantón Pallatanga									
ESTRATEGIA 2: Gestión turística para el desarrollo									
PROGRAMA GESTIÓN TURÍSTICA	PROYECTO/ACCIÓN	2022	2023	2024	2025	2026	PRESUPUESTO REFERENCIAL	INDICADORES	RESPONSABLES
	1. Actualización e implementación de normativa turística local.						0,00	1 normativa aprobada y en aplicación	GAD PALLATANGA
	2. Formación de promotores turísticos locales						10000,00	10 personas formadas como promotores	GAD PALLATANGA MINTUR ACADEMIA
	3. Integración comunitaria al turismo cantonal (INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS/ CHARLAS)						5000,00	5 acciones implementadas	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR ACADEMIA
	4. Comunidades Encantadas: Pallatanga un lugar para quedarse, conócelo						10000,00	14 comunidades se benefician del proyecto	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR ACADEMIA
SUBTOTAL P2							25000,00		

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Tabla # 53. Matriz de planificación operativa

OBJETIVO 3: Innovación de Productos turísticos									
ESTRATEGIA 3: Investigación e innovación turística									
PROGRAMA INNOVACIÓN TURÍSTICA	PROYECTO/ACCIÓN	2022	2023	2024	2025	2026	PRESUPUESTO REFERENCIAL	INDICADORES	RESPONSABLES
	1. Actualización del inventario turístico cantonal						0,00	3 atractivos actualizados	GAD PALLATANGA
	2. Generación de valor a la cadena turística cantonal (Integración de proveedores)						0,00	2 gremios constituidos	GAD PALLATANGA MINTUR
	3. Diseño de productos turísticos innovadores						5000,00	3 productos turísticos diseñados	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR ACADEMIA
	4. Investigación turística de la Academia para el desarrollo de productos						5000,00	3 investigaciones realizadas	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL ACADEMIA
	5. Implementación de un banco de proyectos turísticos innovadores						0,00	4 proyectos innovadores en el Banco institucional	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR ACADEMIA
SUBTOTAL P3							10000,00		

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Tabla # 54. Matriz de Planificación Operativa

OBJETIVO 4: Fortalecimiento del sistema turístico cantonal									
ESTRATEGIA 4: Inversión para el desarrollo turístico cantonal									
PROGRAMA FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO	PROYECTO/ACCIÓN	2022	2023	2024	2025	2026	PRESUPUESTO REFERENCIAL	INDICADORES	RESPONSABLES
	1. Mejoramiento del sistema vial hacia los atractivos						100000,00	4 redes viales rehabilitadas	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL
	2. Rehabilitación de atractivos turísticos						100000,00	2 atractivos intervenidos y rehabilitados	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR
	3. Implementación de facilidades turísticas (seguridad, señalética y señalización turística etc.)						40000,00	50% de facilidades implementadas en atractivos	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR
	4. Apoyo al emprendimiento turístico						5000,00	10 emprendedores asesorados, capacitados y con plan de negocios	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL ACADEMIA
	5. Calidad turística						20000,00	1 programa implementado	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR ACADEMIA
SUBTOTAL P4							265000,00		

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Tabla # 55. Matriz de planificación operativa

MATRIZ DE PLANIFICACIÓN OPERATIVA									
OBJETIVO 5: Promocionar y posicionar al cantón Pallatanga como un destino turístico nacional.									
ESTRATEGIA 5: Promoción y difusión turística									
PROGRAMA POSICIONAMIENTO TURÍSTICO	PROYECTO/ACCIÓN	2022	2023	2024	2025	2026	PRESUPUESTO REFERENCIAL	INDICADORES	RESPONSABLES
	1. Actualizar el perfil del turista que visita Pallatanga						0,00	1 documento actualizado y generado	GAD PALLATANGA ACADEMIA
	2. Elaborar el plan de marketing turístico del cantón						10000,00	1 documento entregado	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL
	3. Generar la marca turística cantonal						4000,00	1 documento entregado	GAD PALLATANGA
	4. Participación en ferias y eventos especializados						20000,00	4 eventos asistidos	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL
	5. Implementar alianzas turísticas públicas, privadas y comunitarias						0,00	4 alianzas generadas	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL
	6. Marketing digital al servicio del turismo (WEB turismo)						5000,00	1 web operativa	GAD PALLATANGA
	7. Elaborar material turístico y promocional (físico y digital)						41000,00	material turístico en stock	GAD PALLATANGA
	SUBTOTAL P5							80000,00	

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Tabla # 56. Matriz de presupuesto Consolidado PDT

PRESUPUESTO CONSOLIDADO POR PROGRAMAS	
PROGRAMA	PRESUPUESTO
SEGURIDAD TURÍSTICA	5.000,00
GESTIÓN TURÍSTICA	25.000,00
INNOVACIÓN TURÍSTICA	10.000,00
FORTALECIMIENTO SISTEMA TURÍSTICO	265.000,00
POSICIONAMIENTO TURÍSTICO	80.000,00
TOTAL PRESUPUESTO	385.000,00

Fuente: Unidad de Turismo Gad Municipal de Turismo

Bibliografía

Corporación para el desarrollo de las Cuencas de los ríos Chanchán y Chimbo. 2011

Constitución Política del Ecuador. 2008

Ley de Turismo. 2002

Código Orgánico de Organización Autonomía y Descentralización (COOTAD). 2008

Resolución 0001-2016 Consejo Nacional de Competencias. 2016

Plan Nacional de Desarrollo, Senplades, 2017

Convenio de Descentralización Turística MINTUR-Municipio de Pallatanga, 2006

INEN, Censo Nacional de Población y Vivienda, 2010

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Pallatanga, 2014

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Pallatanga, 2020

Manual de Funciones Gad Pallatanga, 2017

Ordenanza que regula la administración y mantenimiento del Parque Acuático Pallatanga, 2019

INPC, Sistema de Información del Patrimonio Nacional Ecuatoriano (SIPCE), 2020

Archivo Fotográfico Unidad de Turismo GAD Municipal Pallatanga, 2019

Archivo fotográfico Proyecto Rural Edén Trébol Alto, Jalubí-Pallatanga, 2019

Archivo fotográfico Go Raymi

Diagnóstico Turístico Provincial-Plan de Turismo para el Buen Vivir de la Provincia de Chimborazo, 2014

Publicación Turística Universidad Técnica Particular de Loja, 2020

Visualizador GEOVIT, Ministerio de Turismo, 2019

Ministerio de Turismo del Ecuador, Plan Nacional de Turismo 2030, 2020

GADM Pallatanga, Plan de Negocios Parque Acuático Pallatanga, 2019

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Cumandá, 2014

WEBGRAFÍA

<https://recetasdecomidaecuatoriana.com/caldo-de-gallina-criolla>

www.laylita.com

<https://www.youtube.com/watch?v=KG4pjLTCjPo>

www.cookpad.com

<https://www.youtube.com/watch?v=jh999AqWslY>

<https://es-es.facebook.com/clinica.pallatanga>

<http://turismomill.com/>

<https://www.metroecuador.com.ec/ec/estilo-vida/2020/12/22/el-turismo-de-ecuador-se-recarga-en-2021-hay-formas-de-viajar-y-conocer-nuevos-espacios-con-respeto-a-la-pandemia.html>

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Perfiles/PerfilesDeTurismoInternacional.pdf>

file:///C:/Users/TURISMO-01/Downloads/PROEC_BIC2020_12_-PARIS.pdf

<http://app.sni.gob.ec/sin>

link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/0660001760001_ACTUALIZACION%20PDOT%20CUMANDA%202014-2019_15-03-2015_23-51-47.pdf

<https://www.pachakay.com/pachakay>

<https://www.ostealea.com/actualidad/blog-turismo/organizacion-de-eventos/12-tendencias-en-turismo-para-el-2021>

<http://libros.metabiblioteca.org:8080/bitstream/001/442/1/Turismo%20y%20gestion%20del%20territorio.pdf>