



ACTUALIZACIÓN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO 2025-2027

**GAD Municipal
de Pallatanga**

PLAN DE TURISMO

Transformando realidades



Este documento, refleja el proceso de construcción participativa del **PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO CANTONAL**, con perspectivas y enfoques de igualdad, inclusión y desarrollo.





PRESENTACIÓN

El cantón Pallatanga, es sin lugar a duda un territorio que tiene mucha potencialidad turística, en consideración a sus atractivos y recursos turísticos, determinados por su ubicación geográfica, clima y 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, en base a la asociatividad puedan aprovechar y desarrollar una actividad complementaria a la cotidiana, y de esta manera aprovechar la oportunidad de emprender y generar la dinamización económica asociativa, familiar y territorial, dentro del marco normativo vigente y buscando calidad en la oferta turística cantonal. Por esta razón el Gobierno Descentralizado Municipal de Pallatanga y su administración actual, a través de Unidad de Turismo Municipal desarrollan y actualizan esta herramienta de planificación para el desarrollo turístico de Pallatanga.



Sr. Jorge David León González
ALCALDE DE PALLATANGA
Administración 2023-2027

INTRODUCCIÓN

Ecuador es un país maravilloso bendecido por la mano de “Dios”, donde se conjuga lo mágico y lo real y donde nuestros huéspedes pueden experimentar sensaciones inolvidables”,

Ecuador les ofrece cultura y naturaleza y no se puede dejar de subrayar la tradicional hospitalidad y calidez de los ecuatorianos toda esta riqueza cultural y natural se complementa con una adecuada infraestructura hotelera y facilidades turísticas en constante expansión y permanente mejoramiento de calidad.

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.

El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, por sus siglas en inglés) señaló, a través de su Informe Anual de Impacto Económico (EIR), que al cierre de este año el sector representará el 4,4% del PIB nacional, esto a través de una contribución a la economía que alcanzará los cinco mil millones de dólares, es decir, un 9,2% por encima de lo registrado el año anterior.

Asimismo, para el término de 2023 se proyecta que el sector turístico superará los 410 mil empleos generados en el país, con lo cual lograría un incremento del 5% respecto al 2022.

En 2022, la contribución del PIB del sector de Viajes y Turismo de Ecuador creció un 43.3% en comparación con el año anterior, para sumar 4,6 mil millones de dólares, lo que representó el 4,2% de la economía ecuatoriana.

El año pasado, el sector generó más de 390 mil empleos, es decir, el 4,8% del total de los puestos de trabajo en el país; un 5,5% por encima del 2021.

Cabe destacar que, durante el 2022, la llegada de viajeros internacionales aumentó y generó una derrama de 2,4 mil millones de dólares, es decir, un crecimiento del 60,9% frente a 2021.

Por su parte, los viajeros domésticos representaron 1,2 mil millones de dólares, un 32,9% por encima de las cifras de 2021, y tan sólo un 0,5% por debajo de lo reportado en 2019.

Ecuador sigue consolidándose como un destino turístico. Durante el primer semestre de 2024, el país recibió un total de 589.082 turistas, de los cuales 59.631 provinieron de España. Según Santiago Granda, Subsecretario de Promoción del Ministerio de Turismo de Ecuador, junio fue el mes con mayor afluencia de visitantes, alcanzando los 122.126, seguido de mayo, con 96.859. Hasta julio, Ecuador ha recibido un total de 716.812 viajeros.

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, según datos 2023 de la encuesta de viajes y gasto turístico generada por el ministerio de turismo, arroja que para la provincia de Chimborazo, se tiene un gasto turístico de 14 millones de dólares, representados en 156 mil viajes de los cuales, el 96% son turistas nacionales y el 4% extranjeros; mientras que para el año 2024, se tiene un gasto turístico de 9 millones, representados en 114 mil viajes turísticos de los cuales, el 96% son turistas nacionales y el 4% extranjeros.

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. Para 2023, se tuvo una visitación de 3108 turistas, mientras que para 2024, la visitación se incrementó en un 34% llegando a 4158 turistas.

Tabla de contenido

PRESENTACIÓN.....	4
INTRODUCCIÓN	5
CAPITULO 1.....	7
1.1.Definición Plan de Turismo Transformando Realidades	8
1.2.Definición Plan de Turismo Transformando Realidades	8
1.2.1. Fase 1: Construcción del Escenario Turístico Actual (ETA).....	9
1.2.2. Fase II: Formulación de la Estrategia Turística Cantonal (ETC)	11
1.2.3. Fase III: Modelo de Gestión (MG)	11
CAPITULO 2.....	12
2.1.Marco Legal	13
RESOLUCIÓN DEL CONSEJO NACIONAL DE COMPETENCIAS 0001 - CNC- 2016.....	14
2.2.Marco de Planificación Nacional, Sectorial y Territorial	16
2.3.Sistema de Participación Ciudadana	18
CAPITULO 3.....	19
3.1.Características generales del Cantón	20
3.2.Conectividad Cantonal	22
3.3.Sistema Económico Productivo Cantonal	23
3.4.Sistema Turístico Cantonal	26
1. Tipo de Turista	48
2. Motivación del Viaje	48
3. Perfil Demográfico.....	49
4. Comportamiento de Consumo	49
5. Preferencias y Expectativas.....	49
Conclusión	49
Impactos Positivos	52
Impactos Negativos.....	53
3.5.Análisis de la Tendencia	54
3.6.Zonificación Turística	55
3.7.Análisis de la Competencia.....	65
3.8.Análisis de la Situación Turística del cantón Pallatanga	66
CAPITULO 4.....	85
4.1.Análisis FODA.....	87
4.2.Análisis de Factores Internos y Externos	88
4.2.1. Análisis de Factores Internos	88
4.2.2. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)	89
4.2.3. Análisis de Factores Externos.....	90
4.2.4. Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE).....	91
CAPITULO 5.....	96
5.1.Escenario Turístico Deseado (ETD).....	97
5.2.Estrategia Turística Cantonal (ETC)	98
5.3.Planificación Estratégica Operativa.....	103



“Todos los viajes tienen sus ventajas. Si el viajero visita países que están en mejores condiciones, él puede aprender cómo mejorar el propio. Y si la fortuna lo lleva hacia peores lugares, quizás aprenda a disfrutar de lo que tiene en casa”



1. Proceso Participativo para la Construcción del Plan de Turismo

1.1. Definición Plan de Turismo Transformando Realidades

El Plan de Desarrollo Turístico Cantonal de Pallatanga (PDTCP) es un instrumento de planificación específico para el fortalecimiento de la actividad turística y su cadena de valor en el cantón Pallatanga; es complementario al Plan de Desarrollo y ordenamiento territorial del cantón Pallatanga (PDOT), a través del cual, se establecen de manera técnica orientaciones para el corto, mediano y largo plazo y con ellas, contribuir al fortalecimiento de la economía local, a partir del rescate, valorización y revalorización de sus riquezas naturales, históricas, culturales, biodiversidad, costumbres y tradiciones, que articuladas pueden conformar un sin número de bienes y servicios, productos y destinos que deben ser potenciados a través de la participación activa y permanente de todos los actores turísticos en el territorio ya sean, públicos, privados, comunitarios, ciudadanos, sociales, productivos, quienes a través del turismo responsable, sostenible y participativo buscan transformar a Pallatanga en un destino turístico emergente provincial y regional.

1.2. Definición Plan de Turismo Transformando Realidades

El Plan de Turismo Transformando Realidades del cantón Pallatanga (PDTCP), responde a un proceso participativo, de diálogo, reflexión y consenso de diversos actores vinculados con la actividad turística cantonal que, en sus diversas modalidades, es promovida en sus diferentes microterritorios. El PDTCP, identifica problemáticas estructurales que afectan el despunte del sector y, a partir éstas, se establecen propuestas que permitan cambiar las tendencias y dinamizar al sector turístico en Pallatanga. Para avanzar en este reto el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Pallatanga (GADMP), a través de la Unidad de Gestión de Turismo y la Dirección de Planificación institucional han adaptado una pauta metodológica, la cual se ejecutó en forma participativa en cinco fases como se esquematiza en el gráfico siguiente:

Gráfico # 01. Esquema Metodológico para la construcción del PDTCP



Fuente: Adaptación PDTCh

1.2.1. Fase 1: Construcción del Escenario Turístico Actual (ETA)

Para esta fase, de manera técnica y respetando la metodología, se consideró como punto de partida la **institucionalidad** turística existente en el territorio, para lo cual se utilizó la técnica de mapeo de actores turísticos, adicionalmente, se **revisaron los diagnósticos** de otras herramientas de planificación como el PDOT Pallatanga 2024, específicamente lo relacionado con el sector turístico; así como la **evaluación** de cumplimiento del Plan de Desarrollo Turístico Cantonal (PDTCP) 2022-2026.

Finalmente, esta fase se complementó con la recopilación de información primaria mediante talleres participativos con los actores turísticos del territorio, esto permitió la caracterización turística del cantón, considerando su vocación natural, además, se establecieron áreas turísticas estratégicas de interés, especialmente para el fortalecimiento del sistema turístico cantonal, respecto a infraestructura turística, facilidades turísticas, recursos y atractivos naturales, culturales e históricos, bienes, servicios, productos y posibles modalidades de turismo para la diversificación de la oferta turística cantonal, así como el fortalecimiento de la competitividad turística.

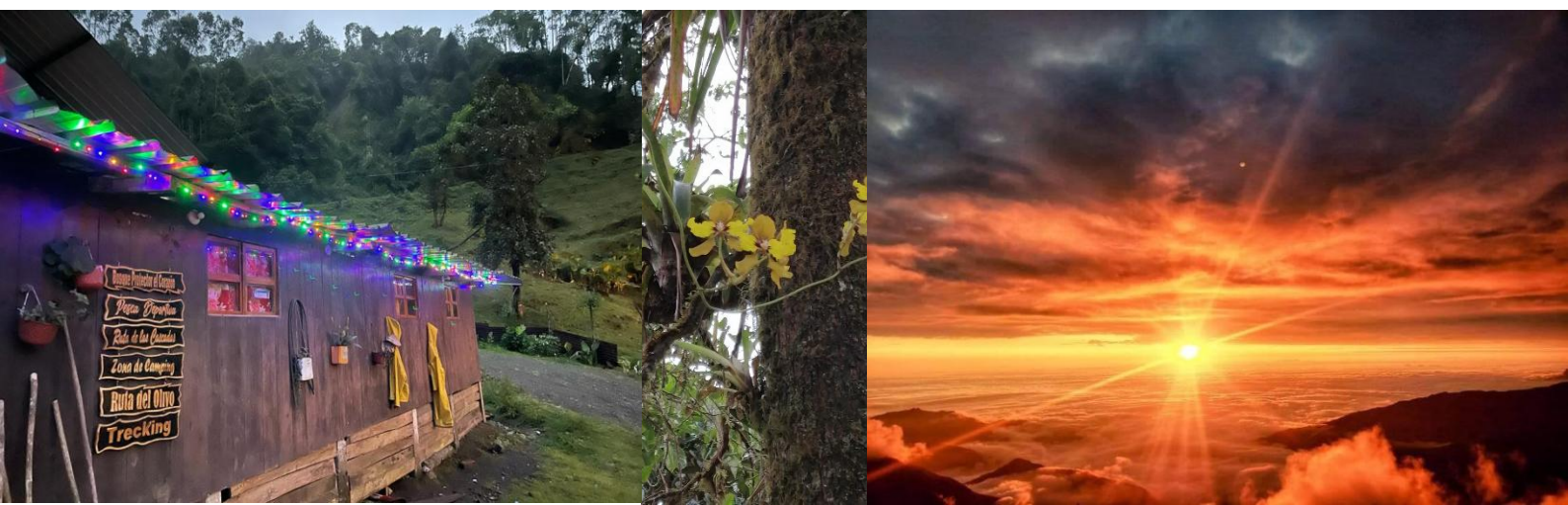
Se describe brevemente las actividades que contempló el ejercicio metodológico:

A) Análisis del Marco Legal y de Planificación (AMLP)

En lo referente al marco legal, se **revisaron y rescataron** aspectos relevantes relacionados con el turismo, partiendo de las definiciones establecidas inicialmente para la planificación sectorial y territorial, así como los planteamientos para el ejercicio de competencias exclusivas y concurrentes determinadas a través del Consejo nacional de Competencias en el año 2026. Posteriormente se revisaron los aspectos legales relacionados con el fomento turístico establecidos para el nivel de gobierno municipal. Entre los principales instrumentos analizados fueron: Constitución, Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización (COOTAD), Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas (COPFP), Ley de Turismo (LT) y su reglamento (RGALT), Ley Orgánica para el fortalecimiento de actividades turísticas y fomento del empleo (LOFATFE) entre otros. En forma adicional, durante el proceso fue indispensable la revisión y articulación de los planteamientos del PDTC a los lineamientos estratégicos definidos para el sector turístico como en el Plan Nacional de Turismo 2030.

B. Análisis de la Institucionalidad Turística Cantonal

Este análisis, incluyó el **mapeo de actores del sector turismo y de la institucionalidad** existente a nivel cantonal, las acciones que los mismos desarrollan, especialmente los agentes públicos y privados, y la determinación del grado de articulación y/o coordinación de esfuerzos para el impulso al sector turístico. Este análisis se enfocó en los elementos establecidos en el sistema económico - productivo del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) cantonal. Un esfuerzo importante constituyó el análisis de la participación cantonal en “Comité de Gestión Turística Provincial” (CGT) posteriormente denominado Organización de Destino Turístico Chimborazo (OGD Chimborazo) conformado por actores provinciales públicos, privados, académicos y comunitarios relacionados directamente con el turismo a nivel provincial.



C. Análisis de la Estructura Productiva Cantonal y el Turismo

El desarrollo de esta actividad implicó como principales tareas: el **análisis de estadísticas** sobre las contribuciones de los sectores productivos al PIB provincial y nacional, así como **algunos indicadores socio económicos**, por ejemplo: la PEA, productividad del trabajo, en base a la estadísticas oficialmente aceptadas y publicadas por las instituciones competentes: INEC, BCE, MINTUR, entre las principales. En forma adicional, fue necesario la **caracterización** integral de las **zonas turísticas** partiendo de las potencialidades territoriales como insumo básico para determinar los puntos críticos por zona. Esta información se complementó con el análisis de los PDOT cantonal y provincial en los aspectos relacionados con el turismo, dado que, en los últimos años en estos niveles de gobierno, se han desarrollado acciones en turismo y ciertos servicios relacionados se prestan desde el nivel de gobierno cantonal. El propósito de esta actividad fue caracterizar los problemas a escala territorial, como base para la identificación de líneas estratégicas, objetivos, propuestas de solución para atender la problemática sectorial a nivel zonal.

Un paso clave en esta fase fue la realización de una serie de **talleres participativos**, los cuales permitieron, en un primer momento, socializar el alcance, método y procedimiento para la formulación del PTDTTC con autoridades y/o actores turísticos y productivos del territorio; en forma adicional, y junto con los actores, se inició la actividad de análisis de los problemas estructurales por zona. En un segundo momento, se buscó complementar, ratificar o rectificar el escenario turístico actual y determinar problemas estructurales en las zonas prioritarias levantadas a partir de los lineamientos del Plan de Desarrollo Turístico Cantonal 2022-2026 y el PDOT 2024.

D. Determinación de Puntos Críticos y Análisis Situacional de Zonas Turísticas Priorizadas

El punto de partida fue la **identificación y definición de unidades de planificación y gestión turística**, constituyéndose en un mecanismo que permitió un análisis adecuado tanto para la planificación como para la gestión sectorial. En este sentido, se **configuraron zonas turísticas** (ZT), las cuales se identificaron tomando en consideración variables como: ubicación geográfica, presencia de recursos, atractivos, proyectos turísticos dinamizadores (bienes y servicios), entre las principales. Para la caracterización de las zonas turísticas, se utilizó como herramienta de análisis el **Biograma**, el cual constituye una representación gráfica tipo telaraña, mediante la cual se puede visualizar el estado de situación de diferentes variables analizadas relacionadas con el turismo. De esta forma, se aproximó a una mejor comprensión del sector por zona de análisis. A partir de lo anterior, y con la activa de los actores turísticos, se inició un ejercicio participativo que determinó situaciones o condiciones estructurales (análisis FODA) que limitan el desarrollo del turismo en las ZT; estos insumos constituyeron también la base para configurar ejes claves de análisis como elementos que permitan la generación de la Estrategia Turística Cantonal. (ETC)



1.2.2. Fase II: Formulación de la Estrategia Turística Cantonal (ETC)

Una vez que se caracterizó el actual escenario turístico, se **procedió a identificar** los mecanismos de articulación entre los elementos espaciales, **como** las zonas turísticas, y los elementos funcionales, **que incluyen** bienes, servicios, recursos y atractivos para el turismo a nivel zonal. Este proceso se fundamentó en un análisis integrado, lo que permitió avanzar en la definición de objetivos, lineamientos de política y ejes estructurales para el turismo en dicha escala. Adicionalmente, a partir de estos ejes, se estructuraron acciones que pueden dinamizar el turismo zonal a corto, mediano y largo plazo.

1.2.3. Fase III: Modelo de Gestión (MG)

El modelo de gestión del Plan de Turismo de Pallatanga, (PDTCP) se distingue por la incorporación de una importante innovación: la creación y consolidación del Comité de Gestión Turística. Este comité ha desempeñado un papel crucial en la formulación y, especialmente, en la gestión del PDTCP. Además, se establecerá como el órgano encargado de promover acciones colectivas que faciliten la implementación del PTCH en el corto, mediano y largo plazo.

En el ámbito operativo, la definición de los mecanismos que permitan acercar las estrategias a su ejecución ha dado lugar a la identificación, priorización y validación de proyectos por parte del Comité de Gestión Turística. Dichos proyectos están diseñados para abordar los principales problemas diagnosticados durante la fase inicial del proceso.

Los dos proyectos de mayor relevancia fueron desarrollados en su totalidad y validados por el Comité de Gestión Turística. La gestión de recursos de estos proyectos estará a cargo del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Pallatanga (GADMP), con un plan de implementación previsto para un plazo de cinco años.



“El PDTCP, tiene como principio la coherencia con los planteamientos relacionados y establecidos en la Constitución del Ecuador, particularmente en lo referido al modelo de descentralización actual”



2. Contexto Legal y de Planificación del Turismo

2.1. Marco Legal

El marco legal actual, especialmente en lo que respecta a la planificación, establece las condiciones necesarias para que el Estado, a través de sus diversas estructuras e instituciones, recupere su papel en este ámbito. En este contexto, y conforme a las competencias asignadas a los distintos niveles de Gobierno, se definen las directrices para la planificación a nivel nacional, territorial y sectorial, siempre fundamentadas en la participación de múltiples actores, incluyendo entidades públicas, privadas, comunitarias, así como la cooperación internacional y el ámbito académico.

En relación a una de las funciones de los GAD's municipales, como es el "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", que incluye el sector turismo, se destaca la importancia de esta actividad como un motor generador de ingresos y dinamizador de la economía local. Por ello, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pallatanga (GADMP), para ejercer de manera efectiva esta función, articulando acciones con las disposiciones del Consejo Nacional de Competencias (CNC) a través de la Resolución N° 0001-CNC-2016, ha promovido la actualización del Plan de Desarrollo Turístico del cantón Pallatanga (PDTCP). Este documento se articula con el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDyOT) del cantón, complementando la planificación territorial respecto al desarrollo local e inversión para el desarrollo.

El PDTCP se fundamenta en la coherencia con los principios establecidos en la Constitución Política de la República, en especial en lo relacionado al modelo de descentralización determinado y a través de este modelo, se busca la cercanía al Gobierno y las entidades del Ejecutivo. Además, se fomenta la participación ciudadana desde el ámbito sectorial, lo que refuerza el precepto de que la participación es la piedra angular para el desarrollo efectivo de la comunidad.

Gráfico # 02. Articulación Legal del Turismo



Fuente: Unidad de Gestión de Turismo 2025

En forma específica, la Constitución del Ecuador define las competencias y facultades de cada nivel de gobierno, las mismas que son complementadas por el Código Orgánico Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), este Código busca el fortalecimiento de la Organización Territorial del Estado, así como la consolidación de cada uno de sus niveles de gobierno, la afirmación del carácter intercultural y plurinacional del Estado Ecuatoriano. En el instrumento legal se definen mecanismos de articulación, coordinación y corresponsabilidad entre los distintos niveles de gobierno para una adecuada planificación y gestión pública. Se busca consolidar las capacidades rectoras del gobierno central en el ámbito de sus competencias, así como de los Gobiernos Autónomos Descentralizados. En el mismo Código se definen las funciones en base a las facultades de: Rectoría, Planificación, Regulación, Control y Gestión por nivel de gobierno, reforzado por las disposiciones emitidas por el Consejo Nacional de Competencias, que estableció las atribuciones y facultades de los diferentes niveles de gobierno a través de la Resolución N° 0001-CNC-2016, que determina:

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.

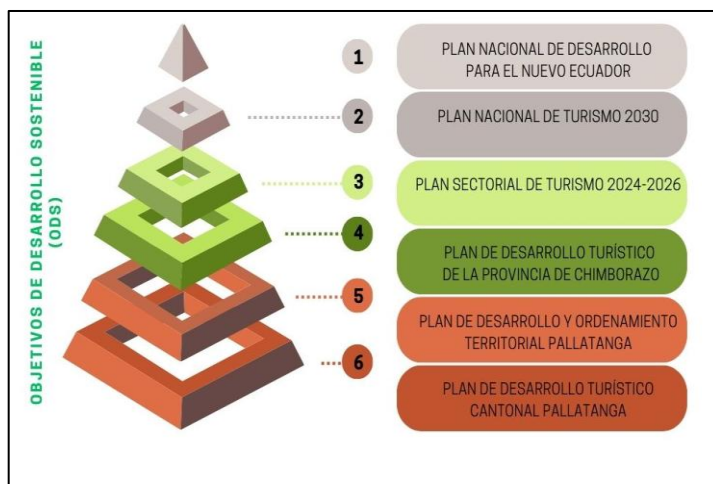


2.2. Marco de Planificación Nacional, Sectorial y Territorial

La ejecución de los fundamentales mecanismos legales, y en consonancia con los procedimientos de desarrollo y planificación, ha llevado a las diversas entidades que dirigen las políticas públicas a establecer herramientas de planificación para el mediano y largo plazo. Estos mecanismos de carácter nacional o sectorial crean el contexto donde se fomentan procesos de planificación a nivel local y/o sectorial.

A continuación, se resumen los instrumentos más relevantes vinculados al sector turístico:

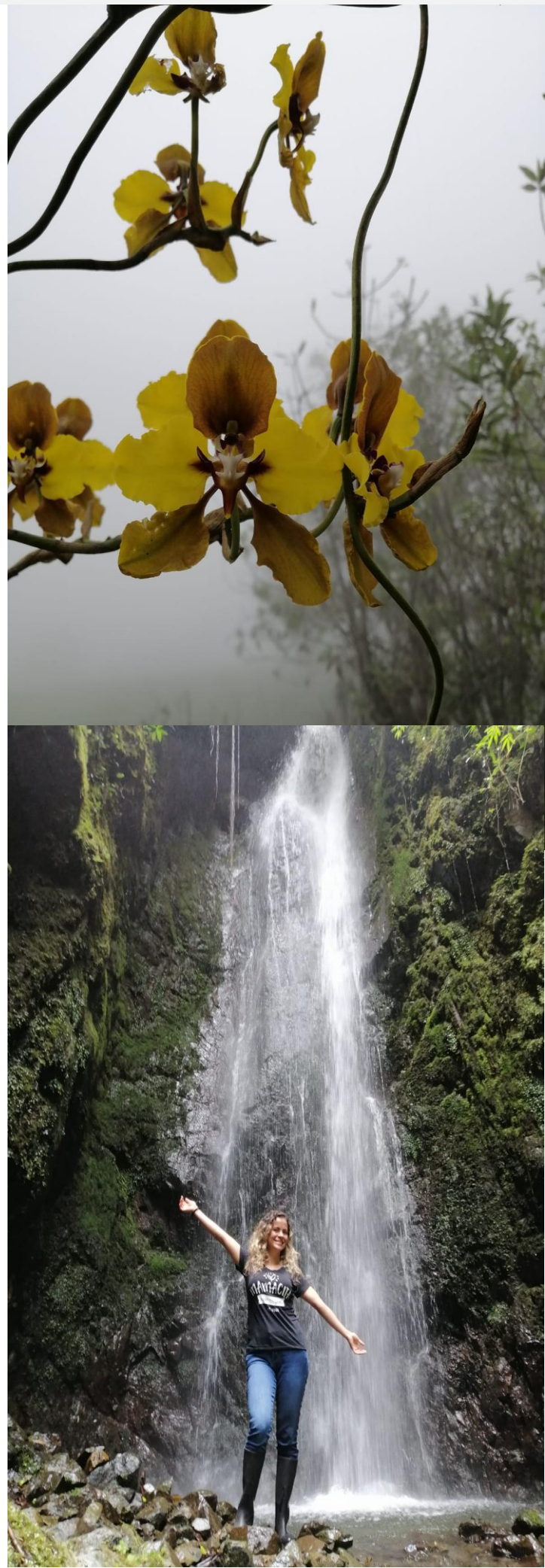
Gráfico # 03. Articulación de la Planificación Turística



Fuente: Unidad de Gestión de Turismo 2025

Plan Nacional de Desarrollo para el Nuevo Ecuador

El Plan Nacional de Desarrollo de Ecuador, impulsado por el presidente Daniel Noboa, tiene un enfoque clave en la reactivación económica y el fomento del turismo como motor de crecimiento. En este contexto, se resalta la importancia de promover el turismo sostenible, aprovechando la diversidad natural y cultural del país. Este plan prioriza la mejora de la infraestructura, el apoyo a las pequeñas y medianas empresas turísticas y la capacitación de recursos humanos, lo cual potenciará la competitividad del sector. Además, se busca fortalecer la imagen internacional de Ecuador como destino turístico, contribuyendo a la generación de empleo y al desarrollo de las regiones menos favorecidas. A través de estas medidas, el Plan Nacional de Desarrollo pretende posicionar al Ecuador como un destino turístico de clase mundial, clave en su proceso de recuperación económica.





Plan Nacional de Turismo 2030

El Plan Nacional de Turismo 2030 de Ecuador es altamente pertinente para el fortalecimiento de la actividad turística, pues establece una visión clara de sostenibilidad y competitividad en el sector. A través de la diversificación de ofertas turísticas, busca atraer tanto a turistas internacionales como nacionales, destacando las riquezas naturales y culturales del país. Además, prioriza la mejora de infraestructura y servicios, lo que optimiza la experiencia del visitante. También promueve la inclusión de comunidades locales en la cadena de valor turística, fomentando el desarrollo regional. Su enfoque en la innovación y digitalización facilita la conexión con nuevos mercados. Al alinear estos esfuerzos con las tendencias globales de sostenibilidad, el plan ofrece una ruta sólida para posicionar a Ecuador como un destino líder en turismo responsable.

Plan Sectorial de Turismo 2024-2025

El Plan Sectorial de Turismo 2024-2025 de Ecuador es una estrategia integral que diversifica la oferta turística hacia el ecoturismo, turismo cultural y de aventura, alineándose con las tendencias globales. Mejora la infraestructura, particularmente en accesibilidad terrestre y aérea, para facilitar el flujo de turistas a regiones con alto potencial. Además, promueve la digitalización del sector, facilitando la promoción y reservas en plataformas modernas, lo cual atrae a un público más joven. El plan incorpora prácticas sostenibles, fomentando la conservación ambiental y la certificación de destinos turísticos responsables. La capacitación de recursos humanos es clave para garantizar un servicio de calidad y adaptado a nuevas demandas. También destaca la inclusión de comunidades locales, asegurando que los beneficios del turismo se distribuyan de manera equitativa. Esta estrategia contribuye a posicionar a Ecuador como un destino turístico competitivo y sostenible a nivel internacional.

Planificación Provincial y Cantonal para el Turismo

La articulación del Plan de Desarrollo Turístico de la provincia de Chimborazo con el Plan de Desarrollo de Pallatanga y el Plan de Turismo del cantón Pallatanga resulta fundamental para asegurar un enfoque integrado en el desarrollo del sector turístico. Esta coordinación debe considerar las competencias de cada nivel de gobierno: el gobierno provincial se encarga de la infraestructura

de gran escala y la promoción de la provincia como un destino global, mientras que los gobiernos locales, como el cantón de Pallatanga, tienen la capacidad de gestionar el turismo a nivel más cercano, enfocándose en la identidad cultural, los recursos naturales y la participación comunitaria.

La articulación de estas herramientas permite definir estrategias coherentes y complementarias, garantizando que las políticas turísticas de cada nivel de gobierno se alineen con los intereses locales y provinciales. Además, facilita la optimización de recursos y proyectos conjuntos, como la mejora de la conectividad entre Pallatanga y otras zonas turísticas de Chimborazo. La colaboración interinstitucional también asegura que los esfuerzos de capacitación, sostenibilidad y promoción sean coordinados, potenciando el impacto económico y social del turismo en ambas jurisdicciones.

2.3. Sistema de Participación Ciudadana

Para la aplicación a nivel territorial de la Ley Orgánica de Participación Ciudadana, y en concreto su artículo 56, se establece a: “La asamblea local es un espacio para la deliberación pública entre ciudadanas y ciudadanos, con la finalidad de fortalecer sus capacidades colectivas de diálogo, consulta e información con las autoridades para incidir en el ciclo de las políticas públicas, la prestación de los servicios y la gestión de lo público, para ser conformada, se debe garantizar pluralidad, interculturalidad e inclusión de las organizaciones sociales y de la ciudadanía, así como de las diversas identidades territoriales y temáticas con equidad de género y generacional”.

Por otro lado, los Consejos Locales de Planificación son espacios para formular los planes de desarrollo y las políticas locales y sectoriales que deben elaborarse a partir de las prioridades, objetivos estratégicos del territorio, ejes y líneas de acción, definidos en las instancias de participación, vinculándose al Sistema Nacional de Planificación (Art. 66, LOPC).



El problema (con el turismo) no es crecer económicamente, sino hacerlo sin tomar en cuenta el enorme impacto que tienen nuestras actividades en el ecosistema que nos rodea



3. Diagnóstico Territorial y Sectorial Turístico de Pallatanga

3.1. Características generales del Cantón

3.1.1. Datos Históricos¹

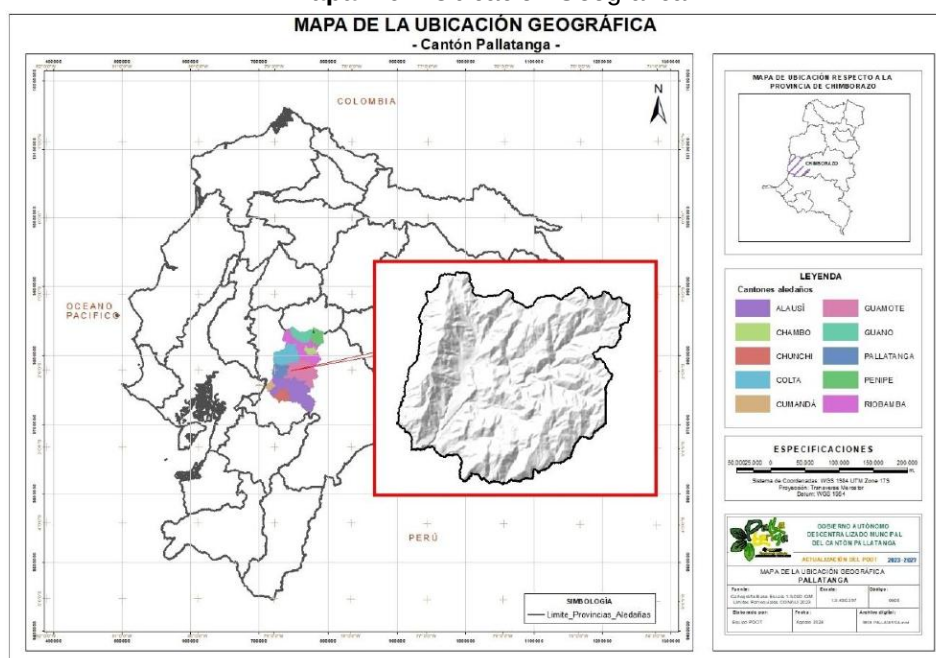
Pallatanga, es uno de los diez cantones con los que cuenta actualmente la Provincia de Chimborazo, su proceso de Cantonización, se inició el 19 de mayo de 1985 con la constitución del Comité Pro - Cantonización, presidido por Luis Cadena y muy bien secundado por Norman Tufiño, Pancho Romero, Januario Muñoz, Franklin Muñoz, Luis Granizo Merino y Rafael Romero E. que se convirtieron en los baluartes de este proceso. El Cantón Pallatanga se cantonizó el 13 de mayo de 1986, de acuerdo al Registro Oficial N° 434 en donde se publica la Ley N° 26, denominada **“LEY DE CREACIÓN DEL CANTÓN PALLATANGA²”**.

En el Parque Central de su cabecera cantonal se registran 1520 msnm. Hacia el sur sus terrenos son de menor altitud y por consiguiente de temperatura más cálida y hacia sus otros puntos cardinales se registran mayor altura y menor temperatura, llegando hasta los páramos. Por su ubicación geográfica tiene un clima agradable que fluctúa con un rango promedio de 20 °C, al estar ubicado en la zona de transición climática, le brinda a este territorio una amalgama de ecosistemas, así, la naturaleza presenta una mega diversidad de flora y fauna. La historia de este nascente cantón se remonta a muchos siglos atrás, el nombre Pallatanga es una mezcla de tradición y fantasía, cuya mítica figura es la “Reina Palla” que dio origen a este nombre único y peculiar, que proviene del idioma Quichua, Palla= princesa, Tanga= empujar, también existe otro significado, Palla= reunir o juntar la cosecha, y Tanga= empujar la cosecha, por lo que para los Pallatanguños el nombre seguirá siendo una mezcla de leyenda y fantasía.

3.1.2. Localización Geográfica y Límites

Se encuentra ubicado al sur occidente de la Provincia de Chimborazo, aproximadamente a 1 hora y 30 minutos de la capital de la provincia, Riobamba, a un rango altitudinal que varía de 800 hasta 4200 msnm; y a 2 horas y 30 minutos, desde la ciudad de Guayaquil, considerado el principal mercado turístico del Ecuador. Sus límites políticos son: por el Norte, el Cantón Colta; por el Sur, el cantón Alausí; por el Este el cantón Guamote y por el Oeste el Río Chimbo que lo separa del Cantón Chillanes de la Provincia de Bolívar.

Mapa # 01. Ubicación Geográfica



Fuente: PD&OT Pallatanga 2025

¹ Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Pallatanga 2025

² Libro La Historia de Pallatanga

3.1.3. Superficie, Población y Densidad Poblacional

El área territorial del cantón Pallatanga es 37.896,96 hectáreas. (378.97 km²). De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en el censo 2022 la población del cantón es de 11.796³ habitantes, cuya densidad poblacional es de 31.13 hab./ km².

3.1.4. Dotación de servicios básicos

3.1.4.1. Agua de Consumo Humano

El porcentaje de viviendas conectadas a este servicio aumentó del 32,70% en 2001 al 44,80% en 2010, y alcanzó el 64,10% en 2022.

3.1.4.2. Energía Eléctrica

La cobertura de energía eléctrica alcanza el 96,10% (Censo INEC, 2022). La cobertura de energía eléctrica en el cantón se debe quizás al acceso que se tiene a los diferentes sectores concentrados y dispersos cercanos a vías de primer orden, facilitando el tendido de las redes de energía eléctrica.

3.1.4.3. Alcantarillado

El saneamiento en el cantón Pallatanga es un tema a considerar ya que apenas cubre el 44.10 % del total del territorio atendiendo únicamente a 1478 viviendas de todas las existentes a nivel territorial.

3.1.4.4. Recolección de Desechos

A pesar de los avances en la cobertura del servicio de recolección de residuos sólidos y el aumento en el acceso al servicio desde 2010, las viviendas que tienen acceso al sistema de recolección de desechos representan el 54% del cantón al año 2022.

3.1.4.5. Telefonía

En el año 2010, el porcentaje de hogares con servicio de teléfono convencional era del 23,3%. Sin embargo, para el año 2022, este porcentaje se redujo significativamente a un 10%. Este cambio indica una disminución en la preferencia por los teléfonos fijos en comparación con otros métodos de comunicación. Por otro lado, el acceso a teléfonos celulares experimentó un aumento notable. En 2010, el 57,9% de los hogares contaba con este servicio, mientras que, en 2022, la cifra ascendió al 80,7%. Este incremento refleja la creciente penetración y popularidad de los teléfonos móviles como principal medio de comunicación.

3.1.4.6. Internet

El acceso a internet fijo mostró un cambio significativo durante el período. En 2010, solo el 1,5% de los hogares disponía de este servicio. Sin embargo, en 2022, el porcentaje se disparó al 47,5%, evidenciando una adopción masiva de internet de banda ancha fija, lo que refleja un avance considerable en la conectividad digital de los hogares.

3.1.4.7. Seguridad

En el ámbito de la seguridad, el cantón Pallatanga tiene una infraestructura básica que incluye un UPC y la cobertura con cámaras por parte del ECU 911. Sin embargo, la cobertura y los recursos para garantizar la seguridad pública son limitados. Las capacidades de respuesta ante emergencias y de mantenimiento del orden público están comprometidas por la falta de equipamiento adecuado y personal suficiente, lo que puede afectar la efectividad de las intervenciones en situaciones de emergencia.

³ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) 2022

3.2. Conectividad Cantonal

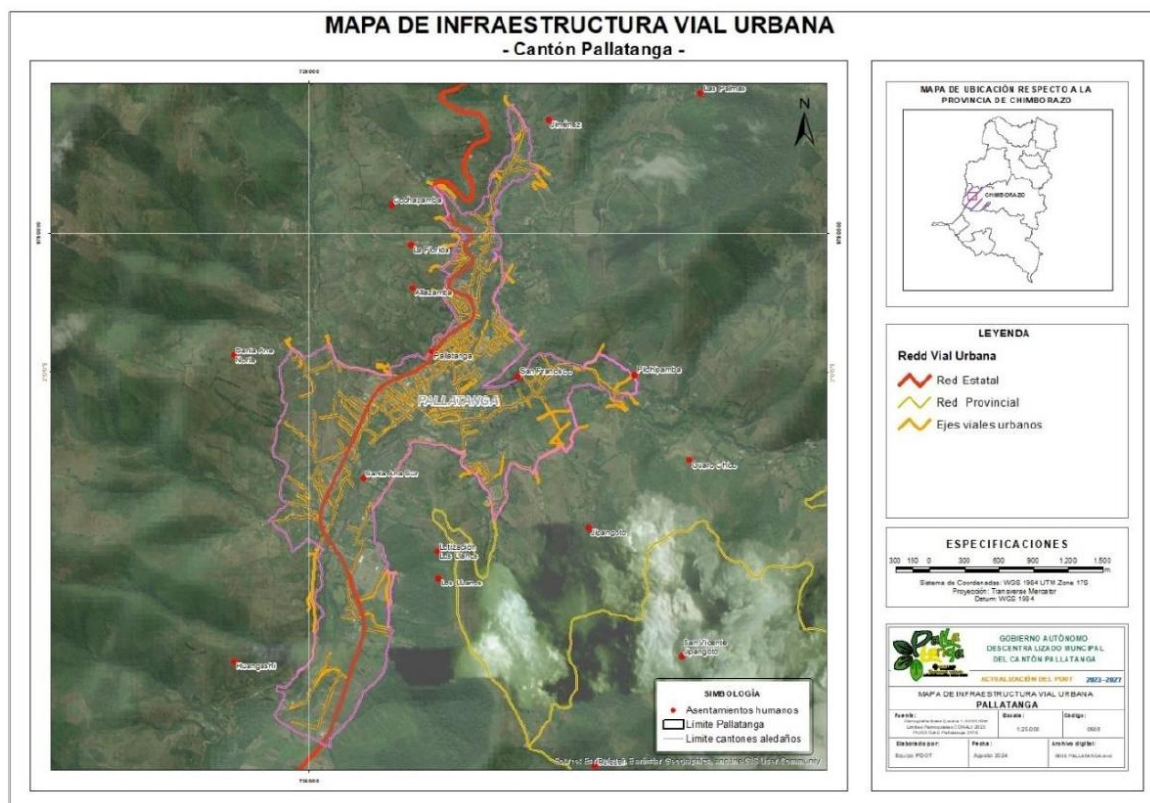
El cantón Pallatanga, se localiza en una zona estratégica de la provincia, en este caso especialmente por las redes de conexión vial y aérea con otras importantes del país, estas redes facilitan los ingresos de turistas y visitantes, siendo el sitio de entrada el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo en Guayaquil. En el caso del transporte terrestre se identifican las Terminales Terrestres Interprovinciales, en las ciudades de Guayaquil y Riobamba, lo que permite conectar la ciudad con el resto de provincias del Ecuador

3.2.1. Vialidad

La red vial de la provincia está compuesta por tres tipos de redes: a) la primaria y secundaria (Red Nacional) de competencia directa del Ministerio de Transporte y Obras Públicas (MTO), b) la red terciaria y vecinal (Red Provincial) de competencia del Gobierno Provincial y c) constituye la red de vías urbanas e inter parroquiales (Red Vial Cantonal) de competencia directa de los Gobiernos Cantonales.

Respecto al cantón Pallatanga, el cantón cuenta con una red de vías de comunicación internas y externas, siendo la carretera Panamericana E487 su principal arteria, que atraviesa el cantón con una longitud de 34.5 km. En total, el cantón dispone de aproximadamente 553 km de vías rurales que conectan las comunidades dentro del territorio y enlazan a Pallatanga con otros cantones como Alausí y Guamote. Además, cuenta con 19 km de vías urbanas que facilitan la circulación y conectividad entre los barrios y asentamientos del casco urbano, sumando un total de 572 km de vías. Estas vías están clasificadas en tres grupos: primer orden (pavimentadas con hormigón), segundo orden (colectoras adoquinadas o asfaltadas) y tercer orden (lastradas).

Mapa # 02. Infraestructura Vial Pallatanga



Fuente: PD&OT Pallatanga 2025

3.3. Sistema Económico Productivo Cantonal

El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón Pallatanga⁴ al respecto menciona: “Corresponde al conjunto de factores vinculados con el desarrollo de la economía integral del territorio, formas de organización de los modos de producción, con énfasis en formas alternativas de producción, patrones de consumo, entre otros”.

Los sistemas productivos en el área rural del cantón adquieren una importancia desde la perspectiva social y económica; su abordaje como un fenómeno de estudio permite observar e identificar debilidades y oportunidades en el accionar de la actividad productiva local.

Desde lo local, se determina en el ámbito productivo considerando los siguientes sectores:

Sector Primario

Agricultura: Este sector abarca la producción agrícola, que es una actividad fundamental. Los agricultores locales cultivan una variedad de productos como maíz, papa, cebada, trigo, frutas y hortalizas. Además, la ganadería también es relevante en este sector, con la cría de ganado vacuno, porcino, ovino, especies menores.

Sector Secundario

Manufactura artesanal: Aunque no es un sector industrial al estilo tradicional, la producción artesanal es una parte importante de la economía de Pallatanga. Los artesanos locales fabrican una diversidad de productos, incluyendo tejidos de lana, alfombras, cerámica, cestería y objetos tallados en madera. Estos productos tienen valor cultural y también generan ingresos para la comunidad.

Pequeña industria: Aunque en menor medida que otros sectores, Pallatanga cuenta con pequeñas empresas dedicadas a la fabricación de productos lácteos, la producción de artículos de cuero y la elaboración de productos textiles.

Sector Terciario

Turismo: Este sector está en crecimiento en Pallatanga debido a su riqueza histórica, cultural y natural. Los paisajes que atraen a visitantes. El turismo incluye servicios de alojamiento, restaurantes, actividades recreativas.

Comercio y servicios: Pallatanga es un importante centro comercial en la región. El comercio minorista y mayorista involucra la venta de productos agrícolas, artesanías, alimentos y otros bienes. Además, los servicios como educación, salud, transporte y otros servicios profesionales también desempeñan un papel vital en la economía local. Estos sectores interactúan para impulsar el desarrollo económico del cantón Pallatanga, generando empleo, ingresos y oportunidades para sus habitantes.

En este contexto, la potencialidad del subsector turismo, es evidente al relacionarse con otras actividades del sistema económico como: la agricultura, la producción artesanal y provisión de servicios complementarios. En la parte ambiental, el relacionamiento ocurre a través del aprovechamiento adecuado del paisaje y los recursos naturales, mientras que en la parte socio-cultural, el turismo rescata y valoriza los saberes ancestrales y culturales de las poblaciones asentadas en los territorios.

El abanico de posibilidades que tiene el turismo, especialmente en el cantón Pallatanga, conduce a una descripción de este subsector en forma detallada como paso previo a su relacionamiento con las dinámicas territoriales.

El emprendimiento turístico tiene un impacto directo en el desarrollo económico local, especialmente cuando se relaciona con la economía popular y solidaria. Este modelo promueve la creación de empresas colectivas, cooperativas y asociaciones, lo que permite a las comunidades gestionar sus propios recursos y participar activamente en la actividad turística. Al integrar estos emprendimientos con el turismo, se fortalece la economía local, generando empleo directo e indirecto y mejorando las condiciones de vida de los habitantes. Además, la economía popular y solidaria fomenta la colaboración entre los actores locales, asegurando una distribución más equitativa de los beneficios. El turismo basado en principios de solidaridad y sostenibilidad potencia el desarrollo económico de las localidades al tiempo que preserva su patrimonio cultural y natural.

3.3.1. Caracterización económica del sector Turismo

Para la determinación de este indicador se ha considerado la información de varias fuentes oficiales, como es el INEC conforme el Censo 2022, Plan Provincial de Desarrollo 2050 Y Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Pallatanga 2024; así se han tabulado los siguientes datos:

Tabla # 01. Relación PEA

RELACIÓN PEA	HABITANTES	%
PEA NACIONAL	8400000	0,06
PEA PROVINCIAL	233768	2,13
PEA CANTONAL	4972	-

Fuente: UGT Pallatanga 2025

Como refleja la matriz, la población económicamente activa del cantón respecto a los indicadores nacional y provincial, es bastante reducida, lo que es entendible respecto al dato oficial de población local (11976 hab.); la PEA cantonal (4972 hab.) respecto a su población, representa el 41,52%.

Dentro de la PEA cantonal por rama de actividad, se hará mención específicamente a la actividad turística y su cadena de valor, para ellos se han verificado fuentes oficiales como Ministerio de turismo a través de la plataforma SITURIN y Comisaría Municipal de Pallatanga; se tienen los siguientes datos.

Tabla # 02. Relación PEA Turismo

RELACIÓN PEA TURISMO	HABITANTES	%
POBLACIÓN CANTONAL	11976	3,46
PEA CANTONAL	4972	8,33
PEA TURÍSTICA CANTONAL	414	-

Fuente: UGT Pallatanga 2025

La matriz evidencia que, respecto a la población total cantonal, el 3,46% se dedica a la actividad turística (directa o indirectamente/cadena de valor), por otro lado, la actividad turística respecto a la PEA cantonal representa el 8,33%.

3.3.2. Sector Terciario y su relación con el turismo

La actividad turística, es una actividad que brinda bienes y servicios, dentro de ellos bienes tangibles e intangibles, además servicios de alojamiento, alimentación, bebidas, recreación, guianza, transporte, intermediación turísticas; es importante, mencionar la relación del turismo con el sector terciario en el territorio, de manera especial la dependencia creada respecto a la cadena de valor turística, en donde otros bienes y servicios ayudan a complementar la oferta turística cantonal, así se tiene:

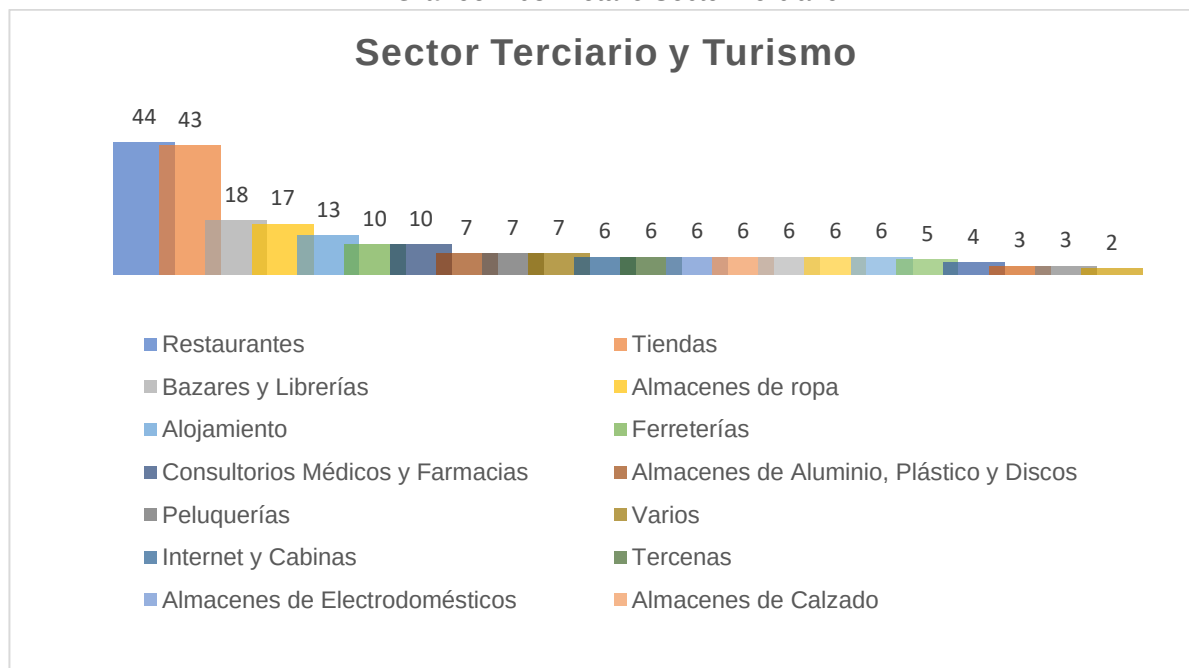
Tabla # 03. Sector Terciario Pallatanga Turismo

ESTABLECIMIENTOS DE COMERCIO Y SERVICIOS		
DETALLE	CANTIDAD	%
GIRO DE NEGOCIO TURISMO	126	54
CADENA DE VALOR	86	37
OTRO GIRO DE NEGOCIO	23	10

Fuente: UGT Pallatanga 2025

Claramente se refleja que del total de establecimientos de comercio y servicio conforme la estadística de Comisaría Municipal de Pallatanga, el 54% tiene giro turístico, el 37% de negocios conforman la cadena de valor turística y finalmente el 10% tienen otro giro de negocio.

Gráfico # 03. Detalle Sector Terciario



Fuente: UGT Pallatanga/Comisaría Municipal 2024



3.4. Sistema Turístico Cantonal



El Sistema Turístico de Ecuador se configura como un entramado complejo donde interactúan diversos factores que afectan la competitividad y sostenibilidad del destino. Su importancia radica en que proporciona una visión integral del sector, abarcando desde los recursos naturales hasta la infraestructura, la normativa y las actividades turísticas. A través de un análisis detallado de este sistema, se puede identificar la capacidad de recepción de turistas, mejorar la calidad de los servicios y productos ofrecidos, y fortalecer la infraestructura. Además, permite una gestión adecuada de los impactos socioambientales, promoviendo la conservación del patrimonio cultural y natural.

El Sistema Turístico, según la metodología del Ministerio de Turismo de Ecuador, es un conjunto de componentes interrelacionados que abarcan tanto la oferta como la demanda turística, así como los factores socioculturales, económicos y ambientales que inciden en el desarrollo y sostenibilidad del sector. Es esencial para comprender cómo las diferentes partes del sistema (atracciones, infraestructura, servicios, normativa, etc.) funcionan de manera integral. Este análisis permite identificar áreas de mejora, diseñar políticas públicas efectivas y promover un desarrollo turístico sostenible. El Sistema Turístico no solo favorece la gestión eficiente de los recursos, sino que también facilita la toma de decisiones informadas, optimiza la competitividad del destino y contribuye al bienestar de las comunidades locales. Además, permite realizar un diagnóstico exhaustivo que facilita la identificación de oportunidades y desafíos, asegurando que el turismo sea un motor económico que impulse el desarrollo local, respetando la identidad cultural y el entorno natural.

Para el presente diagnóstico, se acoplará la metodología de Robert Boullón, las necesidades Tecnológicas actuales y los retos post COVID como elementos disruptivos y resilientes, necesarios para la planificación turística local, así se tiene que:

La clasificación moderna del **Sistema Turístico** aborda una visión más integral y dinámica, teniendo en cuenta la interconexión de diversos factores que afectan tanto a la oferta como a la demanda turística, así como a los aspectos sociales, culturales, económicos y ambientales que influyen en el desarrollo del sector. Esta clasificación

se enfoca en las relaciones entre los diferentes actores y la sostenibilidad a largo plazo, integrando nuevas tendencias y enfoques más flexibles y colaborativos.

A continuación, se definen los sistemas y subcomponentes para el análisis:

Sistema de Oferta Turística:

En la clasificación moderna, este componente ha evolucionado para incluir no solo los recursos físicos, sino también la innovación y los servicios tecnológicos. Abarca:

- **Atractivos Turísticos:** Recursos naturales, culturales, históricos y de ocio que atraen a los turistas. Este componente se ve enriquecido por el turismo digital, como las experiencias virtuales.
- **Infraestructura:** Además de las infraestructuras físicas (alojamientos, transporte, etc.), se incorporan nuevos modelos de infraestructura inteligente, sostenible y adaptada a las nuevas tecnologías (smart tourism).
- **Servicios Turísticos:** Servicios complementarios que abarcan tanto lo tradicional como los nuevos modelos de servicios en línea (agencias de viajes virtuales, experiencias turísticas personalizadas a través de apps, etc.).
- **Innovación y Tecnología:** La digitalización de los servicios turísticos, el uso de big data, inteligencia artificial y plataformas de comercio electrónico que transforman la oferta turística.

Sistema de Demanda Turística:

Este componente también ha evolucionado, reflejando los cambios en los patrones de comportamiento de los turistas, con énfasis en la segmentación avanzada y el turismo responsable. Se divide en:

- **Perfil del Turista:** Considerando no solo las características demográficas, sino también las motivaciones psicológicas y sociales del turista moderno. Esto incluye la personalización de las experiencias y la segmentación más precisa a través de datos.
- **Comportamiento del Turista:** Los turistas de hoy buscan experiencias más personalizadas, auténticas y responsables. Hay un cambio hacia un turismo más consciente del medio ambiente y culturalmente respetuoso.
- **Preferencias y Motivaciones:** El turista moderno está impulsado por el interés en la sostenibilidad, el ecoturismo, el turismo de bienestar, el turismo de experiencia y la búsqueda de autenticidad en los destinos.
- **Demanda Digital:** El uso de plataformas digitales para la planificación de viajes, la compra de experiencias, la interacción con destinos a través de redes sociales, etc.



Sistema de Regulación y Gobernanza:

La modernización del sistema de regulación en turismo se ha adaptado a los cambios globales y tecnológicos, considerando la sostenibilidad como una de las prioridades. Abarca:

- **Políticas Públicas y Normativas:** Las políticas han evolucionado para responder a las demandas de un turismo más sostenible, inclusivo y tecnológico. Los marcos regulatorios ahora incluyen directrices sobre la gestión del turismo digital, la sostenibilidad y la accesibilidad.
- **Gestión Ambiental y Sostenibilidad:** Se incorporan estrategias para mitigar los impactos negativos del turismo sobre el medio ambiente y las comunidades, promoviendo un turismo más ecológico y responsable.
- **Gobernanza y Colaboración Multinivel:** El enfoque moderno se basa en la cooperación entre el sector público, privado y la sociedad civil para gestionar de manera eficaz el turismo, promoviendo la participación comunitaria y la gestión descentralizada.
- **Certificación y Calidad:** Nuevas certificaciones y normativas de calidad orientadas a la sostenibilidad, la accesibilidad y el turismo responsable.

Sistema de Tecnología y Digitalización:

En el contexto moderno, la digitalización se ha convertido en un componente clave en todos los aspectos del sistema turístico. Abarca:

- **Tecnología en la Oferta Turística:** Desarrollo de plataformas digitales para la comercialización de servicios, gestión de destinos inteligentes (smart cities), y el uso de tecnologías emergentes como realidad aumentada y virtual.
- **Turismo Digital:** El uso de Internet y las redes sociales ha transformado el comportamiento del turista, permitiendo la planificación del viaje en línea, la consulta de opiniones y la personalización de la experiencia.
- **Big Data y Análisis Predictivo:** Utilización de grandes volúmenes de datos para predecir tendencias, comportamientos y preferencias de los turistas, optimizando la oferta y mejorando la toma de decisiones.

Sistema de Impactos y Retroalimentación:

Este componente se centra en el análisis y gestión de los impactos del turismo en las comunidades, el medio ambiente y la economía local. En el enfoque moderno, se incluyen:

- **Impactos Económicos:** Evaluación del efecto del turismo en la economía local, creando empleos y generando ingresos.
- **Impactos Sociales y Culturales:** Abarca los cambios en la vida social y cultural de las comunidades locales, incluidos los efectos de la globalización y el turismo masivo, y la necesidad de promover el turismo inclusivo y respetuoso.
- **Impactos Ambientales:** La sostenibilidad se convierte en un pilar central, con la necesidad de gestionar de manera adecuada los recursos naturales y minimizar los impactos negativos en el medio ambiente.
- **Retroalimentación:** Mecanismos de monitoreo y evaluación que permiten ajustar las políticas y estrategias turísticas basándose en los resultados obtenidos.

3.4.1. Sistema de Oferta Turística Cantonal

3.4.1.1. Atractivos Turísticos

Conforme el cumplimiento de la Resolución 0001-CNC-2016 emitido por el Consejo Nacional de Competencias, respecto a las atribuciones y facultades turísticas, los Gobiernos Autónomos Descentralizados deben: Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos de su circunscripción, de conformidad con la normativa expedida por la Autoridad Nacional de Turismo⁵, actualmente, se encuentra en proceso la actualización en coordinación con el Ministerio de Turismo, para este análisis se considerarán los atractivos turísticos inventariados y los que se encuentran en proceso de actualización.

Matriz # 01. Atractivos Y Recursos Turísticos 2025

Nº	UBICACIÓN	NOMBRE	CALIDAD	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUÍA
1	Los Nogales	Mirador Yanayuyo	Atractivo	Atractivos Naturales	Montaña	Mirador	I
2	San Francisco de Tricoloma	Las Tres Marías	Recurso	Atractivos Naturales	Montaña	Mirador	0
3	El Zarate	Zarate	Recurso	Atractivos Naturales	Montaña	Mirador	0
4	Santa Ana Norte	Las Almas	Atractivo	Atractivos Naturales	Río	Cascada	I
5	Santa Ana Norte	Santa Rosa	Atractivo	Atractivos Naturales	Río	Cascada	II
6	Santa Ana Norte	Santa Teresita	Atractivo	Atractivos Naturales	Río	Cascada	I
7	Santa Ana Sur	Chazazal	Atractivo	Atractivos Naturales	Río	Cascada	II
8	San Jorge Alto	San Vicente	Recurso	Atractivos Naturales	Montaña	Mirador	0
9	Los Santiagos	Las Tinajas	Recurso	Atractivos Naturales	Río	Cascada	0
10	San Jorge Bajo	San Jorge Bajo	Atractivo	Atractivos Naturales	Río	Cascada	I
11	Sillagoto	Sillagoto (El Dorado)	Recurso	Atractivos Naturales	Río	Cascada	0
12	Guangashi La Tigra	Guangashi (San Nicolás)	Atractivo	Atractivos Naturales	Río	Cascada	II
13	Balazul	Balazul	Recurso	Atractivos Naturales	Montaña	Mirador	0
14	Jalubí	El Corazón	Atractivo	Atractivos Naturales	Bosque	Nublado Occidental	II
15	Jalubí	Cuchilla El Corazón	Atractivo	Atractivos Naturales	Montaña	Mirador	II
16	Jalubí	Laguna El Corazón	Atractivo	Atractivos Naturales	Ambiente Lacustre	Laguna	II
17	Yaguarcocha	El Paraíso	Atractivo	Atractivos Naturales	Bosque	Nublado Occidental	I
18	Guaro	Guaro	Atractivo	Atractivos Naturales	Río	Cascada	I
19	Guaro Grande	Guaro Grande	Atractivo	Atractivos Naturales	Bosque	Nublado Occidental	I
20	San Juan de Tricoloma	La Soledad (Virgen de San Rafael)	Atractivo	Atractivos Naturales	Río	Cascada	I
21	San Miguel de Jipangoto	San Miguel (Virgen del agricultor)	Recurso	Atractivos Naturales	Río	Cascada	0
22	Cabecera cantonal Pallatanga	Cornelio Dávalos	Atractivo	Manifestaciones Culturales	Histórico	Arquitectura Civil	II
23	Jalubí	Museo Comunitario	Atractivo	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Infraestructura Cultural	II
24	Cabecera cantonal Pallatanga	Gastronomía de Pallatanga	Atractivo	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	I
25	Cabecera cantonal Pallatanga	Producción Agropecuaria	Atractivo	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Ferias y Mercados	I
26	Pallatanga	Parque Acuático	Atractivo	Manifestaciones Culturales	Arquitectura	Espacio Público	II

Fuente: UGT Pallatanga 2025

⁵ Resolución 0001-CNC-2016 Consejo Nacional de Competencias

Matriz # 02. Clasificación de Atractivos y Recursos Turísticos 2025

1. CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS Y RECURSOS TURÍSTICOS	CANTIDAD	PORCENTAJE %
CATEGORÍA		
1.1. ATRACTIVOS NATURALES	21	80%
Montañas	6	23%
Ambientes Lacustres	1	4%
Ríos	11	42%
Bosques	3	11%
1.2. MANIFESTACIONES CULTURALES	5	20%
Históricas	1	4%
Etnografía	2	8%
Arquitectónica	2	8%
TOTAL ATRACTIVOS	26	100%

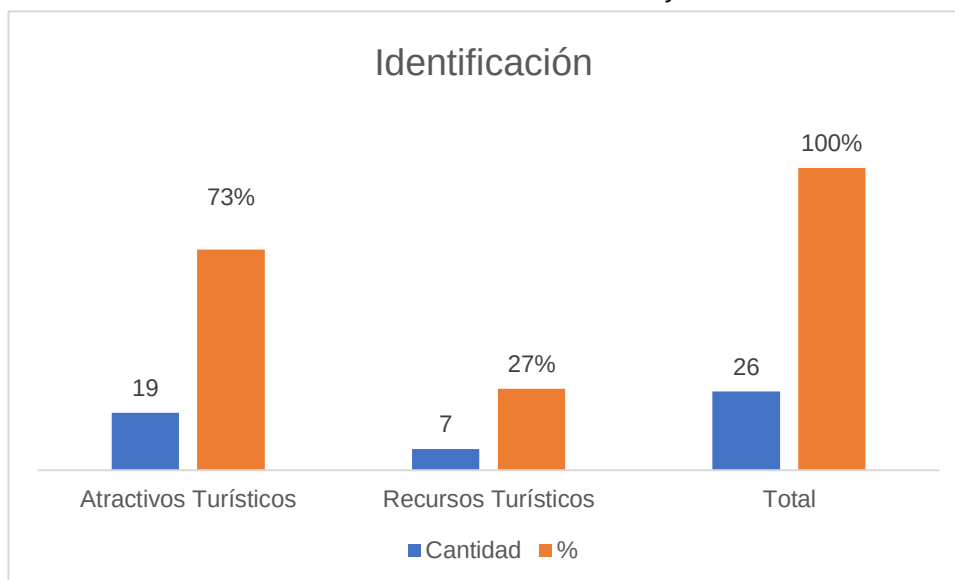
Fuente: UGT Pallatanga 2025

De los atractivos/recursos turísticos del cantón Pallatanga en la Categoría **ATRACTIVOS NATURALES** representan el 80%; de estos, en territorio se cuenta con el 42% **TIPO RÍOS**, en donde en el **SUBTIPO CASCADAS** existe un número igual a 11; 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 11% que en el territorio corresponde al **SUBTIPO BOSQUE NUBLADO OCCIDENTAL** en número de 3, el **TIPO AMBIENTES LACUSTRES** representa el 4% y se identifican en el **SUBTIPO RÍOS** en un total de 1 en el territorio.

De los atractivos/recursos turísticos del cantón Pallatanga en la Categoría **MANIFESTACIONES CULTURALES** representan el 20%; de estos, el 4% de los atractivos corresponden al **TIPO HISTÓRICO**, que representa el 4%, misma que en el territorio se encuentran identificadas en el **SUBTIPO ARQUITECTURA CIVIL** en número de 1, 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 1 atractivos respectivamente; finalmente en el **SUBTIPO ARQUITECTURA** representa también el 8% y se identifica en el territorio en los **INFRAESTRUCTURA CULTURAL** y **ESPACIOS PÚBLICOS** con un atractivo respectivamente.



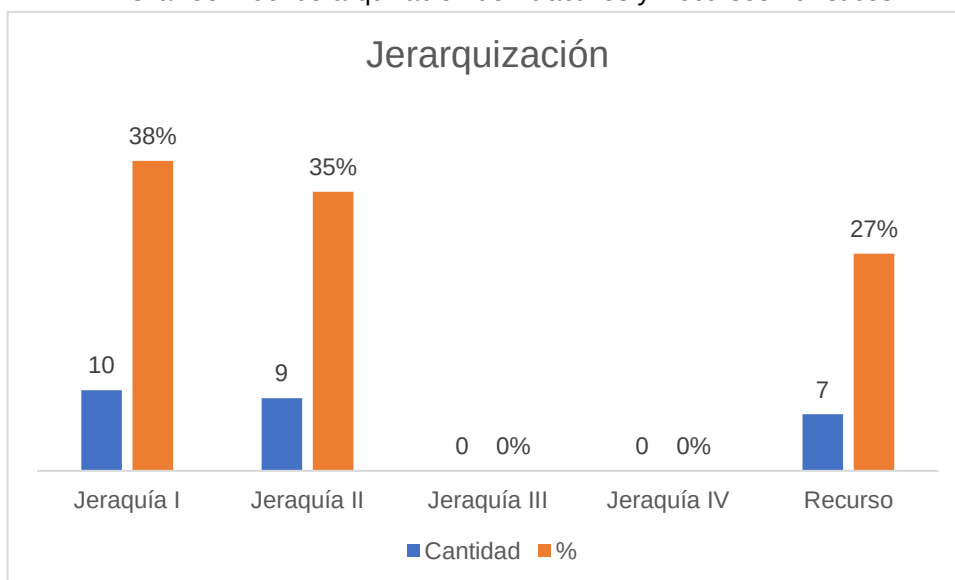
Gráfico # 05. Identificación Territorial de Atractivos y Recursos Turísticos



Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Pallatanga es un cantón megadiverso, pese a tener una alta incidencia de recursos turísticos y atractivos, muchos son de difícil acceso por las condiciones geográficas del territorio; sin embargo, el potencial turístico y la inversión municipal van enfocados en 26 atractivos/recursos; de los cuales el 73% corresponden a Atractivos Naturales, mientras que el 27% se los identifica como recursos turísticos.

Gráfico # 06. Jerarquización de Atractivos y Recursos Turísticos



Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Siguiendo la metodología de Jerarquización de atractivos turísticos determinada por la Autoridad nacional de Turismo del Ecuador (MINTUR), Pallatanga cuenta con 19 atractivos turísticos jerarquizados que representan el 73%, de estos, el 38% tienen jerarquía 1, mientras que el 35% tienen jerarquía 2; el 27% corresponde a recursos turísticos, que de acuerdo a la metodología tienen un rango de puntuación de 0-10 puntos, en esa condición no son jerarquizables.

Tabla # 04. Incidencia Provincial de Atractivos Turísticos

Provincial	269	100%	Cantonal	26	9,70%	INCIDENCIA PROVINCIAL	%
Atractivos Naturales	143	53%	Natural	21	15,00%		9,70%
Manifestaciones Culturales	126	47%	Cultural	5	4,00%		

Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

La tabla que antecede, demuestra la incidencia de los atractivos turísticos de Pallatanga tanto atractivos naturales como manifestaciones culturales respecto a los atractivos de la provincia, representada en el 9,70% en relación a los 269⁶ atractivos turísticos de la provincia, lo que permite generar una oferta turística diversificada.

3.4.1.2. Infraestructura Turística

La infraestructura turística es fundamental para el desarrollo del turismo, ya que facilita el acceso, la comodidad y seguridad de los visitantes. Un buen sistema de transporte, alojamiento adecuado y servicios básicos adecuados garantizan una experiencia positiva, lo que aumenta la satisfacción y la posibilidad de repetir la visita. Además, la infraestructura bien desarrollada atrae inversiones, genera empleo y promueve la sostenibilidad del destino. Sin ella, el potencial turístico de un lugar se ve limitado, afectando su competitividad. En resumen, es clave para el crecimiento y la sostenibilidad del sector turístico.

Infraestructura vial

La infraestructura vial es un componente clave en la cadena de valor del turismo, ya que facilita la conectividad y accesibilidad de los destinos turísticos, optimizando el flujo de turistas. Un sistema vial eficiente reduce tiempos de desplazamiento, mejora la seguridad vial y facilita la integración de zonas rurales o remotas con centros urbanos, lo que amplía la oferta turística. Además, la calidad de la infraestructura vial impacta en la competitividad del destino, incrementando la demanda turística y fomentando la inversión en servicios complementarios. Una red vial bien estructurada también favorece la sostenibilidad del turismo, al disminuir los costos operativos y permitir un transporte más fluido y seguro.

Tabla # 05. Detalle Infraestructura Turística Vial

INFRAESTRUCTURA VIAL					
NOMBRE	COMPETENCIA	VÍA	ATRATIVOS/RECURSOS	DISTANCIA	ESTADO
Vía Estatal E486	Estatal	Hormigón	Balbanera-Pallatanga-Cumandá	106 Km	Malo
Vía Estatal E487	Estatal	Hormigón	Puente Cornelio Dávalos	8 Km	Malo
Vía urbana	Municipal	Adoquín	Monumento Reina Palla	0.25 Km	Regular
Vía urbana	Municipal	Adoquín/Pavimento	Parque Acuático	1.1 Km	Regular
Vía urbana	Municipal	Adoquín	Mercado Municipal	0.7 Km	Regular
Vía urbana	Municipal	Adoquín Lastre	Mirador Yanayuyo	1.5 Km	Regular
Vía rural	Provincial	Hormigón/Lastre	Cascada Guangashí	4 Km	Regular
Vía rural	Provincial	Hormigón/Lastre	Cascada Chazazal	2.6 Km	Malo
Vía rural	Provincial	Hormigón/ Adoquín/Lastre	Cascada Santa Rosa	3.6 Km	Malo
Vía rural	Provincial	Pavimento	Bosque Protector El Corazón	25 Km	Malo
Vía rural	Provincial	Pavimento/Lastre	Mirador de Nubes	36 Km	Malo
Vía rural	Provincial	Pavimento/Lastre	Cascada San Jorge Bajo	19 Km	Regular
Vía rural	Provincial	Pavimento/Adoquín/Lastre	Cascada Santa Anita	4.2 Km	Mala

Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Del 100% de atractivos/recursos turísticos inventariados y actualizados, todos tienen acceso; sin embargo, el 50% presenta una accesibilidad en malas condiciones, mientras que el otro 50% su accesibilidad es regular; parte de la problemática es la incidencia de las competencias institucionales, el 58% corresponde a vías rurales, por lo que la responsabilidad es de la Prefectura de Chimborazo, si bien cada administración municipal firma convenios de cooperación interinstitucional para el mantenimiento de vías, éstas vías de

connotación turística, no son prioridad por lo que no son intervenidas o solo reciben una atención demasiado básica que no garantiza la seguridad vial para el visitante; en el peor de los casos no se transfieren recursos provinciales y el Gad Pallatanga ve imposibilitada su gestión vial por falta o limitación de presupuestos, afectando directamente al sistema turístico cantonal.

Infraestructura de Seguridad

La seguridad turística es un pilar fundamental en la gestión del riesgo y la sostenibilidad del turismo, ya que incide directamente en la percepción de los turistas y en la estabilidad operativa de los destinos. La implementación de protocolos de seguridad, como sistemas de monitoreo, infraestructura de emergencia y personal capacitado, minimiza riesgos asociados a incidentes delictivos o naturales, garantizando la protección física y patrimonial de los visitantes. Desde una perspectiva de gestión de calidad, la seguridad turística se integra en la planificación estratégica de los destinos, contribuyendo a la confianza y fidelización del turista. Además, su adecuada gestión reduce impactos económicos derivados de eventos adversos, optimizando la rentabilidad y competitividad del sector; los cinco elementos más importantes de la seguridad turística, considerando su impacto directo en la experiencia del visitante y la sostenibilidad del destino, son:

1. **Seguridad pública:** La presencia de fuerzas de seguridad (policía nacional) es esencial para garantizar la tranquilidad de los turistas. La percepción de un destino seguro atrae a más visitantes, mientras que la falta de seguridad puede disuadirlos. Además, la seguridad pública es crucial para la prevención de delitos y emergencias.
2. **Infraestructura de emergencia:** Contar con servicios de emergencia bien equipados y accesibles (hospitales, estaciones de bomberos, centros de rescate) es fundamental para responder rápidamente ante cualquier situación crítica que ponga en peligro la vida o la salud de los turistas.
3. **Sistemas de comunicación y monitoreo:** La implementación de tecnologías de comunicación, como cámaras de seguridad, sistemas de alertas tempranas y comunicación efectiva entre autoridades y operadores turísticos, permite una respuesta rápida ante cualquier incidente, mejorando la capacidad de gestionar riesgos.
4. **Planes de gestión de riesgos:** La existencia de planes específicos para enfrentar situaciones de emergencia (desastres naturales, accidentes o incidentes de seguridad) es crucial para la planificación y organización del destino. Estos planes deben estar claramente establecidos y ser conocidos por los operadores turísticos y autoridades.
5. **Capacitación del personal:** El personal capacitado en seguridad y atención al turista asegura que los visitantes reciban información correcta y asistencia en momentos de crisis. Además, promueve una cultura de seguridad dentro del sector turístico, garantizando una experiencia segura y de calidad para el turista.

Tabla # 06. Detalle Infraestructura Turística de Seguridad

ELEMENTO	INSTITUCIÓN/ORGANISMO	CARÁCTER
Seguridad Pública	Policía Nacional del Ecuador	Público
Emergencia	Benemérito Cuerpo de Bomberos	Público
	Centro de Salud Tipo B	Público
	Seguro Social Campesino Jalubí/Jiménez	Público
	Centro Médico La Dolorosa	Privado
	Centro Médico La Salud	Privado
	Centro Médico INGINOST	Privado
	Consultorio de Especialidad	Privado
	Farmacia Sana Sana	Privado
	Farmacias Económicas	Privado
	Farmacia Cruz Azul	Privado
	Farmacia 911	Privado
	La Primicia	Privado
Comunicación y Monitoreo	Sistema 911	Público
	Cámaras de Video vigilancia barrial y comunitaria	Público/Comunitario
	Alerta de seguridad via whatsapp Grupo Policía Nacional)	Público/Comunitario
Gestión de Riesgos	Plan de Seguridad Ciudadana/Ordenanza	Público
	Plan de Gestión de riesgos naturales	Público
	Plan de Gestión de riesgos contra incendios	Público
	Plan de Contingencia para establecimientos turísticos	Público
Capacitación	Virtual y presencial a prestadores turísticos y comercios	Comunitario

Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Infraestructura de servicios Turísticos

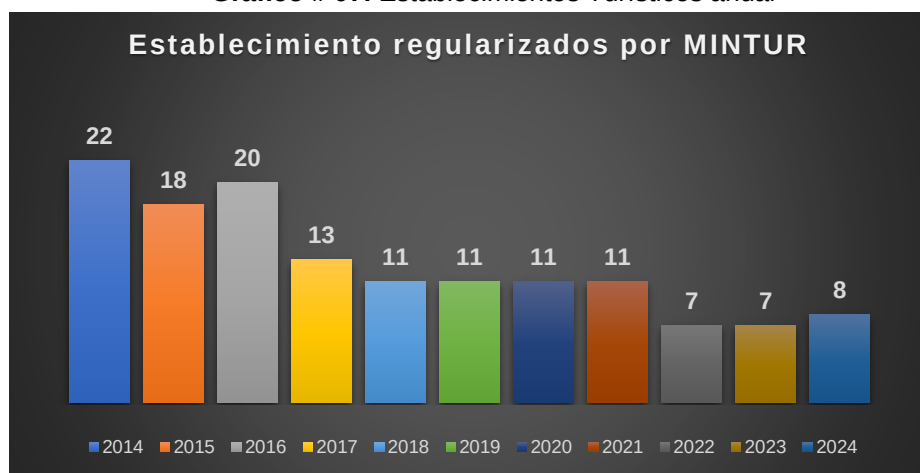
El turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos; por lo tanto, conforme lo establece la **LEY ORGÁNICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y FOMENTO DEL EMPLEO** publicada en el Suplemento del Registro Oficial No. 525 de 25 de marzo 2024, se determinan las actividades turísticas permitidas en territorio nacional ecuatoriano; misma que en su artículo correspondiente manifiesta: **“Art. 5. - Actividades turísticas. -Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de una o más de las siguientes actividades:**

1. Alojamiento;
2. Alimentos, bebidas y entretenimiento;
3. Agenciamiento turístico;
4. Transporte turístico;
5. Organizadores de eventos, congresos y convenciones, reuniones, incentivos, conferencias, ferias y exhibiciones;
6. Centros de convenciones, salas de recepciones y salas de banquetes;
7. Guianza turística;
8. Centros de turismo comunitario;
9. Parques temáticos y atracciones estables; y,

Las actividades turísticas cumplirán con los requisitos exigidos en la normativa ingente.

Los prestadores de servicios turísticos que ejerzan una o más de estas actividades, están obligados a obtener el debido Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento para cada una de las actividades turísticas que realicen; a excepción de la unidad integra de negocios que podrá tener un solo Registro de Turismo y Licencia Única Anual de Funcionamiento”.

Gráfico # 07. Establecimientos Turísticos anual



Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025



Servicio de Alojamiento

Indistintamente si los establecimientos de alojamiento del cantón se encuentran regularizados por el Ministerio de Turismo o el Ministerio del Interior, en territorio se cuenta con los siguientes establecimientos.

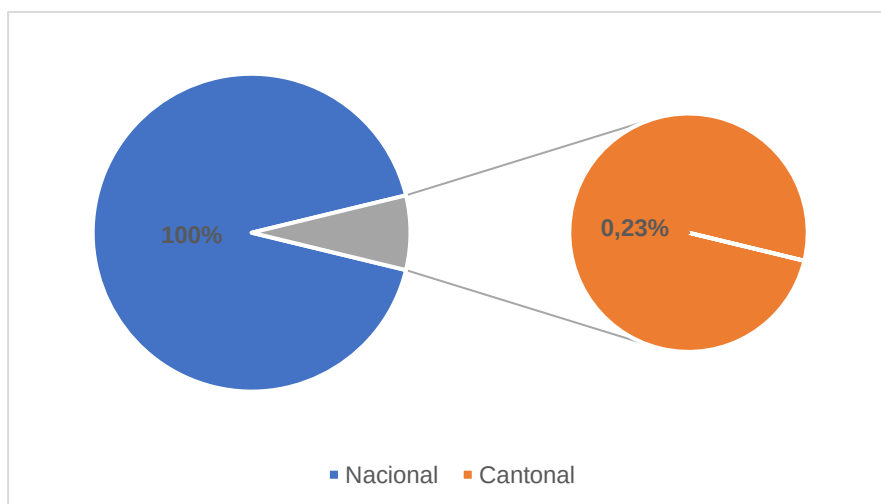
Tabla # 07. Capacidad de Alojamiento

Establecimiento	Capacidad PAX
Hostería Milliguayco	40
Hotel Yaqar	18
Hostal La Posada de Flor	31
Casa de Huéspedes Galloloma	14
Hostería El Valle	84
Hostería El Pedregal	30
Hotel Las Tolas	15
Residencial Melita	23
Residencial Di Carlo	50
Residencial Primavera	20
Cabañas Hacienda El Corazón	16
Camping Hacienda El Corazón	30
Camping El Mirador de Nubes	30
Rancho El Descanso	20
TOTAL	421

Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Actualmente Pallatanga cuenta con 14 establecimientos que realizan la actividad turística de alojamiento, de estos, el 36% son establecimientos turísticos regulados por el Ministerio de Turismo (Mintur), mientras que el 64% se encuentran regulados por el Ministerio del Interior (Intendencia de Policía-Comisaría Nacional), de estos últimos se encuentra planificado que 5 establecimientos sean inspeccionados e ingresados al catastro turístico nacional y cantonal.

Gráfico # 08. Incidencia nacional de capacidad de alojamiento



Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

La relación porcentual de representación de la capacidad hotelera de Pallatanga respecto al total nacional de establecimientos turísticos es equivalente al 0,23%.

Servicio de Alimentación y Bebidas

Esta actividad es la más predominante respecto a su ejercicio en territorio, independientemente si son reguladas por el MINTUR o Ministerio del Interior, se tiene el siguiente análisis en el cantón:

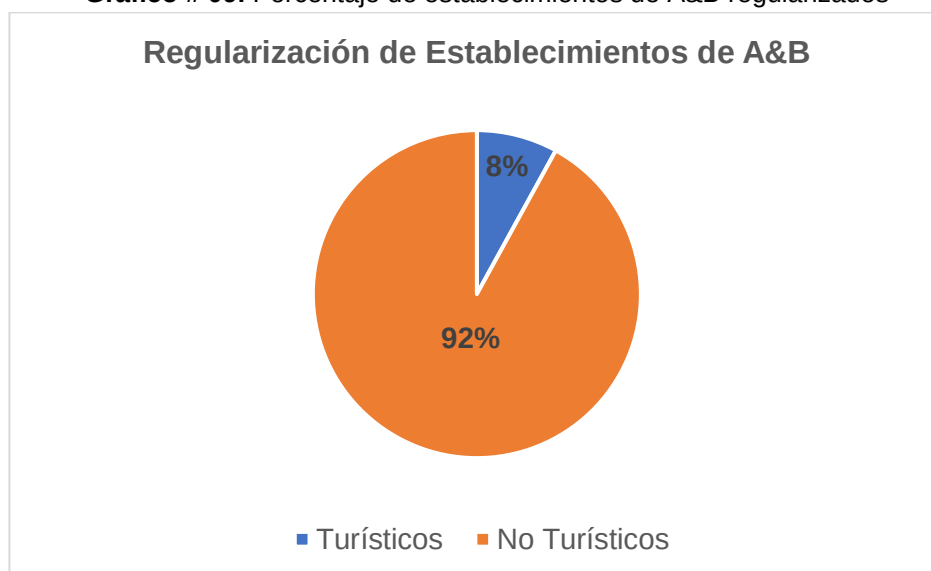
Tabla # 08. Actividad Alimentos y Bebidas Cantonal

Establecimiento	Cantidad	Porcentaje
Restaurante y Afines	44	92%
Cafetería	1	2%
Bar	3	6%
TOTAL	48	100

Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Como se evidencia en la gráfica de los 48 establecimientos de alimentación y bebidas del cantón, la tipología de Restaurantes es la dominante con un porcentaje de 92% de establecimientos, seguidos por la Tipología de Bar que representan el 6% y finalmente la tipología cafetería representa el 2%.

Gráfico # 09. Porcentaje de establecimientos de A&B regularizados



Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

De la totalidad de establecimientos de Alimentación y Bebidas del cantón, se tiene que 44 corresponden a establecimientos regularizados por el Ministerio del Interior, mientras que 4 establecimientos se encuentran regularizados por el Mintur.



Servicio de Transporte

Es un servicio necesario para el turista, que va articulado con la actividad de Intermediación y Operación Turística, en el caso de nuestro territorio, no existe transporte turístico; sin embargo, el turista que requiere de este servicio hace uso de medios de transporte local para desplazarse hacia los atractivos turísticos y recorrer el cantón tanto en la zona urbana como rural, la capacidad de transporte cantonal legalizado conforme las estadísticas de la Jefatura Municipal de Seguridad Vial Transito y Transporte, se cuenta con 214 pax.

Los medios de transporte utilizados responden a las siguientes tipologías:

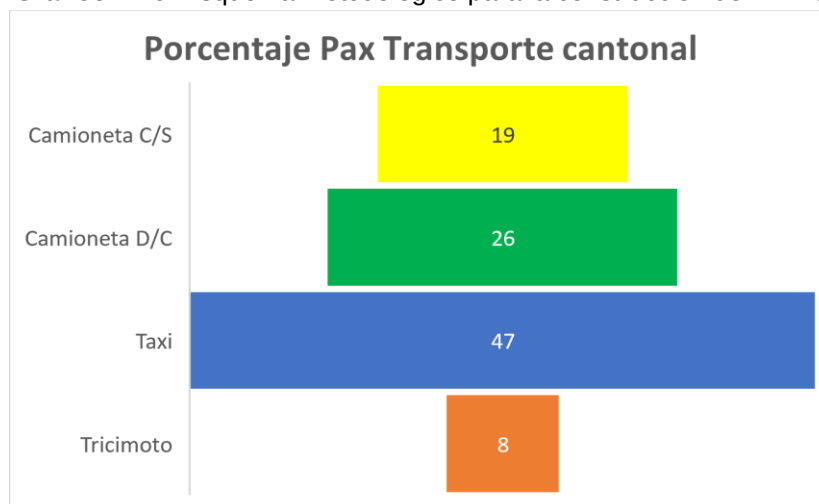
Tabla # 09. Capacidad de Transporte local

Tipología	Cantidad	Pax	%
Camioneta C/S	20	40	19
Camioneta D/C	14	56	26
Taxi	25	100	47
Tricimoto	9	18	8
TOTAL	68	214	100

Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Como lo evidencia la gráfica, en el territorio existe capacidad de transporte (pax) para fortalecer la actividad turística en donde el 47% es de tipología taxi, seguido por el 26% por camioneta cabina doble, el 19% corresponde a camionetas cabina sencilla, finalmente, el 8% está determinado por tricimotos. De estos, el 50% de vehículos son utilizados para recorridos urbanos y el 50% para recorridos rurales.

Gráfico # 10. Esquema Metodológico para la construcción del PDTCP



Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025



Servicio de Guianza Turística



En los últimos 4 años, el GAD Municipal de Pallatanga a través de la Unidad de Turismo Municipal en articulación con el GAD Provincial Chimborazo y con el aval del Ministerio de Turismo y la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, se generaron los cursos para la formación de Guías locales de Turismo.

En la actualidad el cantón cuenta con **11 guías locales de turismo**, la problemática operativa se denota por la ausencia de empresas de operación turística que permitan que se ejerza la actividad de guianza.

Los guías deben cumplir con los procesos ministeriales para su acreditación y accionar.

Servicio de Convenciones, Reuniones y Banquetes

Aunque esta actividad se encuentra adscrita o complementaria a los servicios de las Hosterías y afines del cantón, se hace la mención a Hostería Milliguayco, Hostería El Pedregal y Hostería El Valle, con una capacidad aproximada de 400 personas. Sin embargo, en territorio ningún establecimiento de esta tipología cuenta con registro turístico, sin embargo, se han identificado 3 sitios que desarrollan esta actividad.

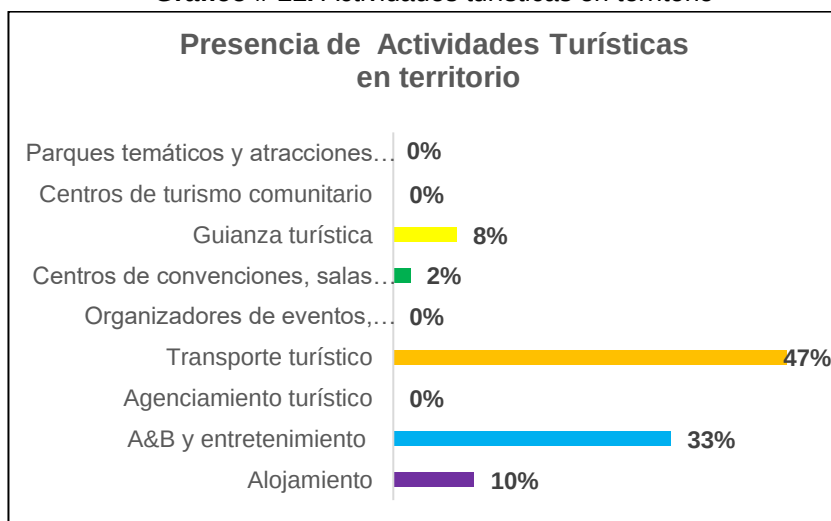
Tabla # 10. Capacidad Sala de Reuniones y eventos

Nombre	Ubicación	Pax
Salón Mandala Azul	Barrio Soledad Naranjo	180
Salón Oasis	Barrio San Francisco	44
Salón Lugar de Shalom	Sector Los Llanos	150
Total		374

Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Finalmente, a continuación, se presenta un resumen de la presencia de actividades turísticas en Pallatanga:

Gráfico # 11. Actividades turísticas en territorio



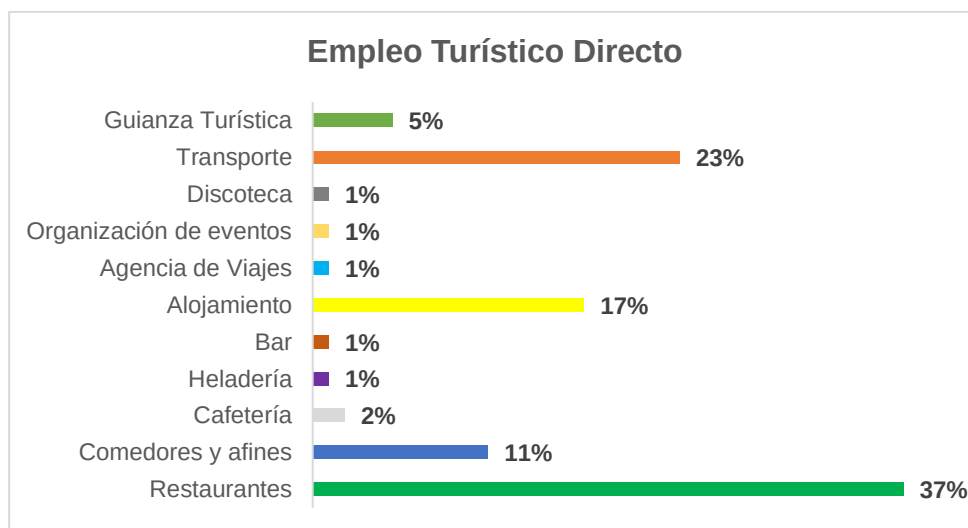
Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Las actividades de Transporte (68 unidades), Alimentación & Bebidas (48 establecimientos) Alojamiento (14 establecimientos) Guianza (11 personas) y Sala de Recepciones con 3 establecimientos, sumando un total de 144 unidades productivas con giro turístico en el cantón Pallatanga.

Empleo Turístico Directo

Revisadas las estadísticas de MINTUR a través del Siturin⁷ y Comisaría Municipal⁸ se tiene que los 126 establecimientos que realizan actividades de turismo en el cantón Pallatanga se generan 230 empleos directos.

Gráfico # 12. Empleo Turístico



Fuente: Mintur/Comisaría Municipal Gad Pallatanga 2024

Como se evidencia en la gráfica los establecimientos que más empleo generan en territorio son: Restaurantes, Transporte, Alojamiento y finalmente Comedores y afines.

Facilidades Turísticas

La clasificación y la escala de las facilidades turísticas⁹ es tan amplia y variada como diversos son los enfoques que se dan a los destinos turísticos existentes. Se han priorizado los siguientes tipos de facilidades turísticas, que para un mejor análisis han sido agrupados de la siguiente manera:

Matriz # 03. Caracterización de Facilidades Turísticas

Facilidad	Tipología	Cantidad	Presencia	Ausencia	Atractivo
Observación y vigilancia	Miradores	3	Si	-	3
	Torres de avistamiento de aves	0	-	No	0
	Torres de vigilancia de salvavidas	0	-	No	0
Recorrido y descanso	Senderos (incluye puentes peatonales de luces menores)	2	Si	-	2
	Campamentos turísticos	2	Si	-	2
	Refugios	0	-	No	0

⁷ Sistema de Turismo Inteligente 2025

⁸ Estadísticas de Comercios y negocios de Pallatanga 2024

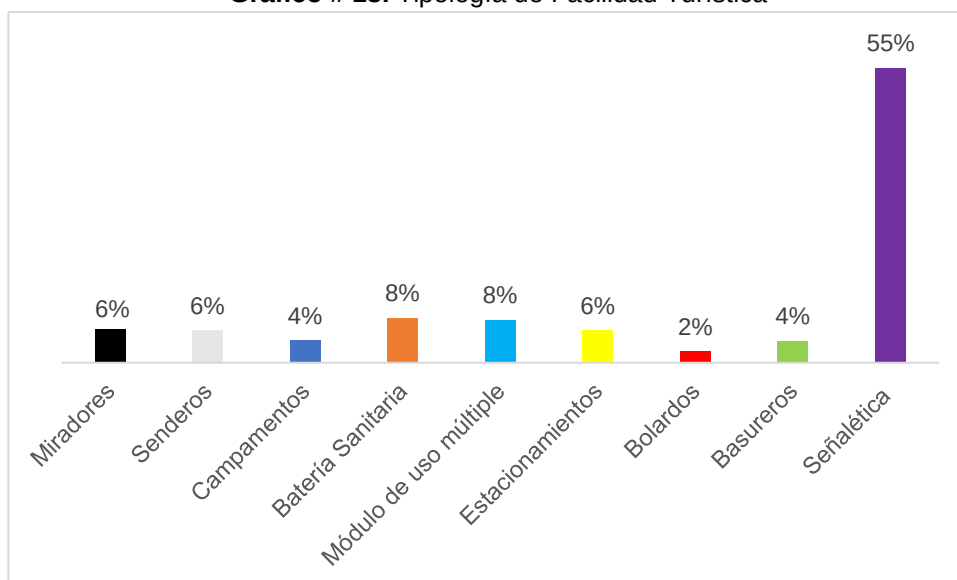
⁹https://servicios.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/04/11-06-2020-MANUAL-DE-FACILIDADES-TURISTICAS-INTRODUCCION_compressed.pdf

Servicio y equipamiento	Batería sanitaria	4	Si	-	4
	Módulo de uso múltiple: ducha-vestidores, batería sanitaria, áreas de descanso, lavandería, bodega	4	Si	-	4
	Estacionamientos	3	Si	-	3
Mobiliario	Estación de sombra y descanso	0	-	No	0
	Bolardos	1	Si	-	1
	Bancas	0	-	No	0
	Mesas	0	-	No	0
	Basureros	2	Si	-	2
	Señalética turística	26	Si	-	5

Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

En Pallatanga se cuenta con facilidades agrupadas en el 100% de la clasificación definida por la Autoridad nacional de Turismo (Mintur), sin embargo, cabe destacar que no se tiene presencia en territorio del 100% de tipologías; actualmente se cuenta con 9 tipologías de facilidades turísticas, de las cuales el 55% corresponde a señalética, seguido por baterías sanitarias y módulos de uso múltiple con 8%, tal como lo muestra la gráfica que sigue.

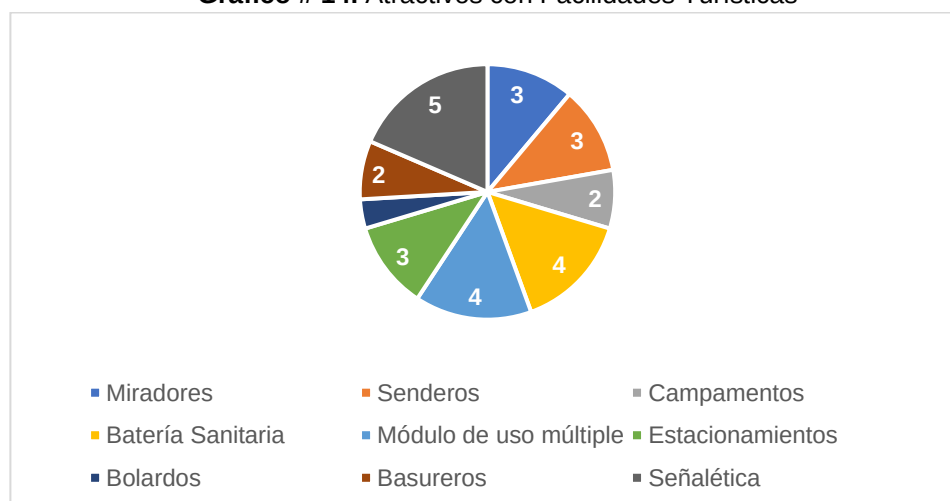
Gráfico # 13. Tipología de Facilidad Turística



Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

A continuación, se grafica la cantidad de atractivos que cuentan con facilidades turísticas en el cantón:

Gráfico # 14. Atractivos con Facilidades Turísticas



Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025



Pallatanga cuenta con varias tipologías tanto públicas como privadas; el presente diagnóstico analizará las condiciones de los Senderos ecológicos, Señalización turística y Miradores.

Miradores

Las facilidades turísticas que corresponden a esta tipología las podemos encontrar operativas en territorio y son 3, de estos el 67% son de carácter privado, mientras que el 33% es público y son:

✓ Mirador Yanayuyo

Ubicado en la zona urbana en el Barrio Los Nogales, es un espacio que permite tener una mirada completa del cantón, ha tenido intervención para adecuar sus accesos, se ha implementado iluminación, y la empresa privada planifica generar emprendimientos, así también el Gad Pallatanga planifica construir un teleférico desde este punto.

✓ Mirador del Puma-Bosque Protector El Corazón

Este Mirador es de carácter privado, se encuentra en las inmediaciones del Bosque Protector El Corazón, ubicado en la Comunidad Jalubí a 20 minutos del centro urbano del cantón; este mirador es uno de los atractivos importantes de esta reserva privada, las condiciones ambientales son adecuadas, la naturaleza llena las vistas, la tranquilidad y el sonido de las aves locales son del gusto del turista, un espacio adecuado para hacer fotografía.

✓ Mirador de Nubes

Es un emprendimiento privado como iniciativa de los jóvenes de la comunidad Jalubí, se encuentra ubicado en la Cuchilla del Bosque Protector El Corazón vía Jalubí-Bushcud, las vistas hacia la costa son impresionantes, además se puede realizar camping y recorrer previamente el Bosque protector El corazón, tanto sus atractivos naturales como su gastronomía local.

Sin embargo, también se encuentran otros miradores en calidad de recursos turísticos que no cuentan con facilidades turísticas especialmente en el Sector San Carlos, Santa Ana Norte, Jipangoto.

Especialmente existe un espacio que integra servicios de alimentación y abastecimiento de combustible y es el Restaurante El Gran Mirados, desde donde se puede observar el encañonado que desciende a Pallatanga y la costa ecuatoriana.



Senderos Ecológicos

En el año 2012 se generaron 4 rutas de turismo sostenible y son San Jorge Bajo que integra el sendero Guangashí La Tigrera que conduce a la Cascada del mismo nombre; también un sendero privado que conduce a la Cascada Chazazal en el Sector Santa Ana Sur.

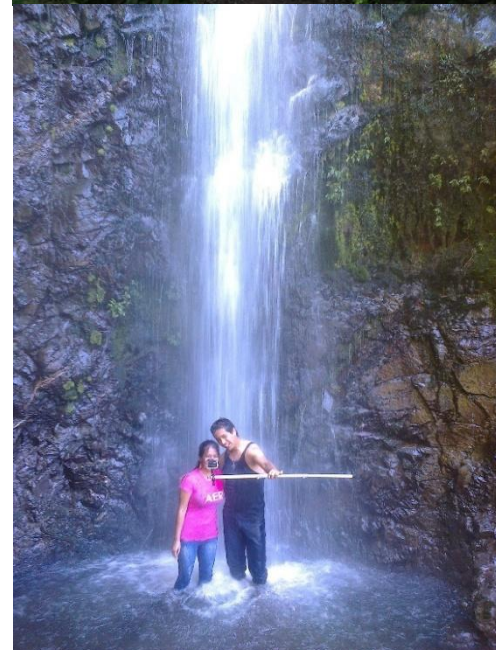
El **sendero Guangashí La Tigrera** que conduce a la Cascada Guangashí La Tigrera, que actualmente está operativo, sin embargo, las condiciones climáticas y la falta de mantenimiento en la señalética y facilidades hace que la atractividad disminuya; sin embargo, por su distancia cercana al centro poblado es una de las cascadas más visitadas.

La Ruta Turística Yaguarcocha Palmital, que es una de las más diversas desde el punto naturaleza, el **Sendero ecológico Yaguarcocha -Palmital** se encuentra destruido por las afectaciones de la época invernal de los últimos 5 años, incluyendo la señalética y los puentes peatonales, uno de los atractivos como era la cascada Palmital fue modificada y desvalorizada. Aunque se cuentan con los estudios para la rehabilitación integral, la problemática continúa siendo el presupuesto para su ejecución.

Otro de los atractivos turísticos importantes es la Cascada Santa Rosa, misma que se puede acceder por varios puntos, tanto por el Sector Santa Ana Norte, como por la Comunidad San Carlos, esta última es la zona donde la inversión pública municipal decidió invertir en el **Sendero Ecológico Santa Rosa**; como en el caso de Guangashí, las condiciones climáticas han destruido los puentes peatonales; el sendero ha sido limpiado, lo que ha permitido que el visitante pueda llegar al atractivo, sin embargo, hace falta rehabilitar el sendero, implementar nuevos puentes y señalética.

La empresa privada ha tomado iniciativa para fomentar el Turismo, pese a las condiciones climáticas, se ha invertido en mejorar el sendero ecológico a la Cascada Chazazal a más de implementar la actividad de agroturismo fomentando la cosecha de críticos, aguacate e incluso producción de miel.

Actualmente uno de los puntos turísticos importantes del cantón es la Comunidad Jalubí, en donde la organización ha permitido aprovechar los atractivos y generar actividades turísticas, así como el emprendimiento, resalta en esta zona el Bosque Protector El Corazón, en donde hay senderos ecológicos hacia la cascada de la Virgen y el árbol de olivo.



Señalización Turística

Desde el año 2011 en que el Concejo Municipal declaró a dicho año como año del turismo, desde el sector público se articularon junto con el Gad Provincial de Chimborazo y el Ministerio de Turismo del Ecuador la intervención en cuatro rutas de turismo sostenible, dentro de ello, el esfuerzo para implementar señalética turística que brinde las facilidades necesarias al turista y visitante para mejorar sus expectativas en territorio, es así que en el lapso de 11 años se cuenta con la siguiente información al respecto.

Tabla # 11. Implementación anual de Señalética Turística

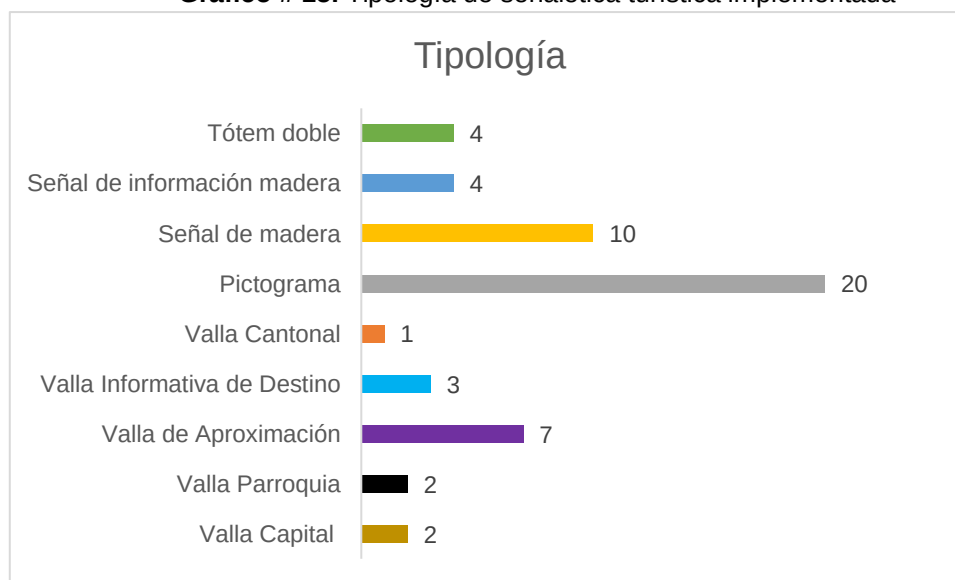
Institución	Cantidad Señales	Año
Gad Pallatanga-Gad Chimborazo	25	2012
Ministerio de Turismo	8	2014
Gad Pallatanga	16	2016
Gad Chimborazo	4	2023
Total	53	11

Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Como se observa en la matriz que antecede, el año inicial del proyecto (2012) fue el que más inversión se realizó para la implementación de señalética turística.

Conforme a las necesidades del proyecto inicial y de otros generados por la Unidad de Gestión de turismo del Gad Municipal de Pallatanga, se han ido articulando procesos interinstitucionales para fomentar el turismo local; a continuación, se presenta la tipología de señalética turística presente en el territorio y su cantidad.

Gráfico # 15. Tipología de señalética turística implementada

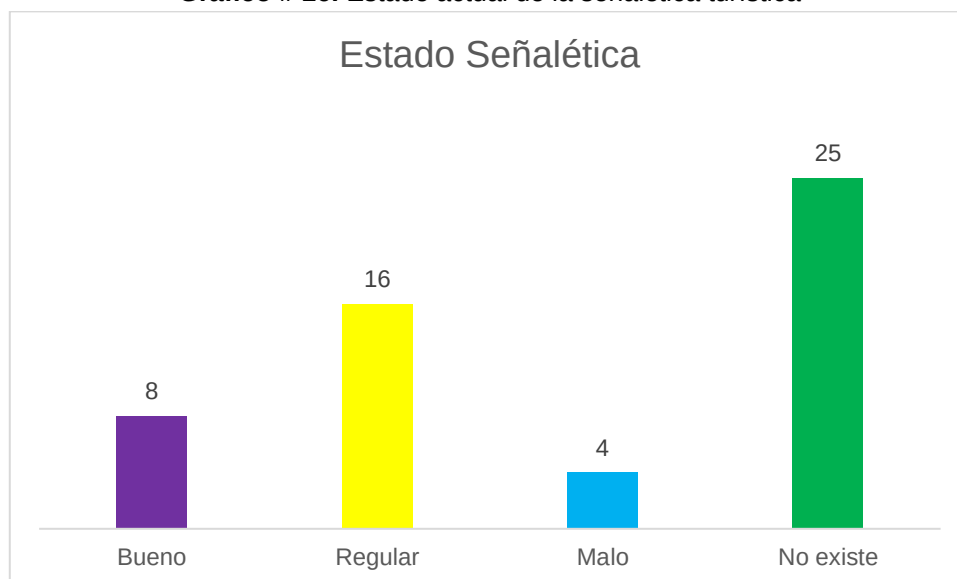


Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Tres tipos de señales son las dominantes, la más dominante corresponde a la tipología pictogramas que representa el 38% del total implementado; seguido del 19% que corresponde a la tipología señales de madera; sin embargo, se han destruido por las condiciones ambientales, falta de mantenimiento, así como también por factores andrógenos, actualmente ya no existen. La tercera tipología corresponde a Vallas de aproximación y representa el 13%.

Del 53% de señalética existente en el territorio, el 29% de señales se encuentra en buen estado, el 57% en condiciones regulares, finalmente, el 14% se encuentra en mal estado.

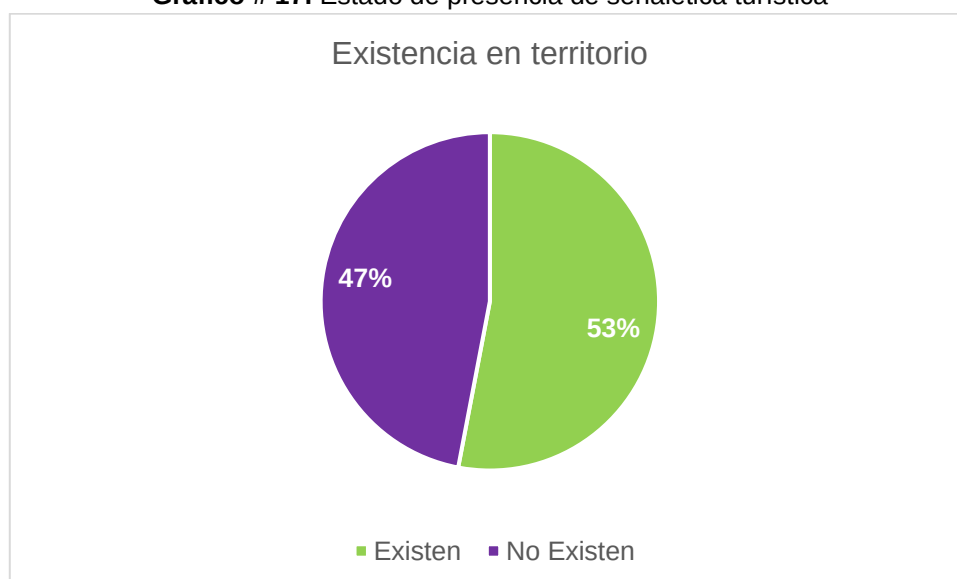
Gráfico # 16. Estado actual de la señalética turística



Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Las condiciones climáticas, los materiales de construcción, la temporalidad y falta de mantenimiento han generado que el cantón ya no cuente con señalética adecuada para brindar las facilidades al visitante y turista; el presupuesto del sector público no ha permitido generar el mantenimiento adecuado.

Gráfico # 17. Estado de presencia de señalética turística



Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Como se aprecia en la gráfica, 25 señales turísticas en sus diferentes tipologías han sido destruidas, afectando directamente al sistema turístico cantonal.

3.4.1.3. Infraestructura de Servicios Complementarios

Gráfico # 18. Servicios Complementarios



Los servicios complementarios son cruciales en la cadena de valor turística porque contribuyen a enriquecer la experiencia del turista, generando una mayor satisfacción y fidelización. Estos servicios permiten una oferta más diversificada y personalizada, lo que mejora la percepción general del destino. Al integrar estos servicios de manera eficiente, se optimizan los recursos disponibles y se logra una sinergia que facilita una experiencia fluida y memorable. Además, incrementan la competitividad del destino frente a otros, ya que los turistas valoran la calidad y la variedad de los servicios adicionales. Su adecuada implementación puede transformar una visita en un recuerdo duradero.

Actualmente la realidad nacional evidencia estadísticas alarmantes respecto a la seguridad; sin embargo, desde lo local aún se puede sentir seguridad al visitar Pallatanga.

Es responsabilidad del Estado garantizar esa seguridad para toda la población; pero en la actividad turística es fundamental reconocer que el desarrollo en gran parte depende de la empresa privada turística directa y también de quienes entregan servicios indirectos para fortalecer la oferta turística cantonal.

Partiendo desde la información turística adecuada, servicios de guianza cumpliendo la normativa vigente, así como la prestación de servicios financieros eficientes; sin dejar de lado otros servicios como el alquiler de autos y encomiendas.

Quien visita Pallatanga ante cualquier contingencia mecánica automotriz tiene también servicios a disposición; finalmente desde lo público se garantiza la seguridad en el territorio, así como la articulación de procesos de carácter jurídico legal ante determinadas circunstancias que podrían ocurrir.

3.4.2. Sistema de Demanda Turística

La demanda turística es fundamental para el desarrollo y la sostenibilidad del sector turístico, ya que determina la cantidad de personas dispuestas a viajar a un destino específico. Esta demanda influye directamente en la rentabilidad de los negocios turísticos, como hoteles, agencias de viajes y restaurantes. Además, permite planificar estrategias de marketing más efectivas, ajustadas a las preferencias y necesidades de los turistas. Conocer la demanda ayuda a prever fluctuaciones estacionales, optimizando los recursos y mejorando la experiencia del visitante. También, permite diversificar la oferta turística, creando productos innovadores que atraigan a diferentes segmentos de turistas. La demanda turística impulsa la inversión en infraestructuras y servicios, contribuyendo al crecimiento económico de la región o país, comprender y analizar la demanda es clave para la toma de decisiones y el éxito de cualquier estrategia turística.

3.4.2.1. Demanda Turística Cantonal

Según los datos estadístico levantados por la Unidad de Gestión de Turismo del GAD Municipal Pallatanga¹⁰ se tiene que: durante el año 2023, Pallatanga tuvo una estadística turística de 3108 turistas; mientras que el 2024 se dio un incremento del 33.8% llegando a 4158 turistas.

Demanda Turística Proyectada

Conociendo los datos históricos, se calcula la tasa de crecimiento anual compuesto que es 33.8%; con este dato y aplicando la fórmula $\text{Demanda futura} = \text{Valor Inicial} \times (1 + \text{CAGR})^n$ Donde:

Valor Inicial: Es el número de turistas en 2024 (4158).

CAGR: Es la tasa de crecimiento anual de 33.8% o 0.338.

n: Es el número de años que deseas proyectar. En este caso, hasta 2030, por lo que $n = 6$ (de 2024 a 2030) se tiene que la demanda proyectada de turistas para el año 2030 es:

Tabla # 12. Demanda Turística Proyectada

Año	Turistas
2024	4158
2025	5556
2026	7454
2027	9964
2028	13,289
2029	17,746
2030	23,696

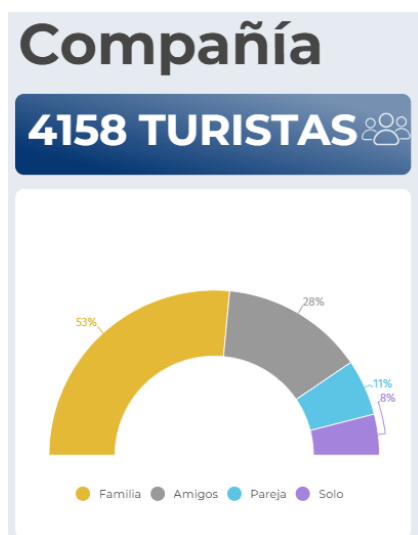
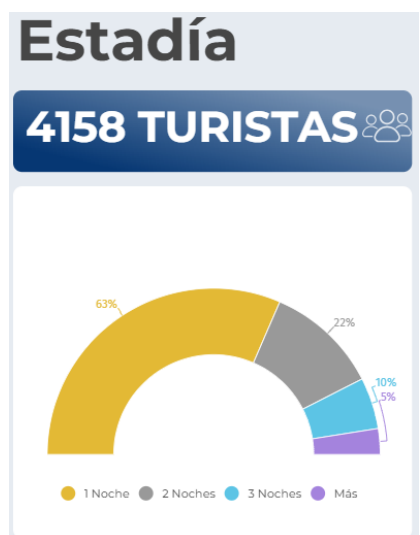
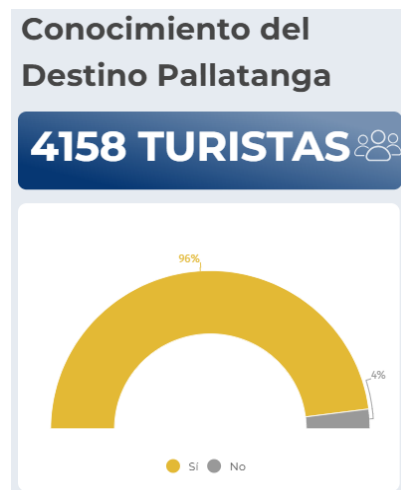
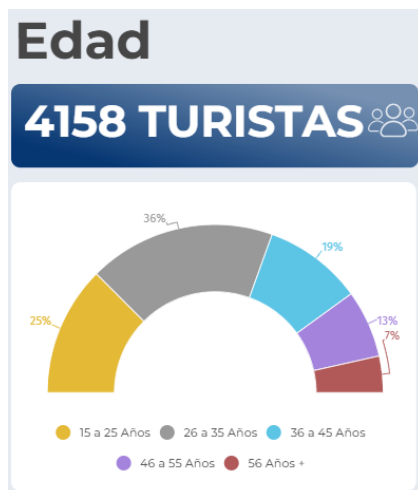
Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

Según expertos en la industria y proyecciones de organismos internacionales, se estima que la recuperación total de las estadísticas de visita turística previas al COVID-19 podría alcanzarse entre **2024 y 2025**, dependiendo de factores como la estabilidad económica, la implementación de políticas sanitarias efectivas y el restablecimiento de la confianza de los turistas. Este proceso de recuperación, aunque prometedor, está sujeto a los desafíos globales y locales que continúan afectando la movilidad internacional. Para el caso de Ecuador en las condiciones actuales, se convierte en un gran reto; para el caso de análisis en Pallatanga, recién para el año 2028 se podría estar llegando a indicadores turísticos similares a los alcanzados en prepandemia; no es ajena tampoco la realidad del Sistema Turístico cantonal como la infraestructura turística nacional que sin duda relentizarán la consecución de las estadísticas proyectadas.

¹⁰ Estadísticas de Alojamiento Unidad de Gestión de Turismo GAMP 2023 y 2024

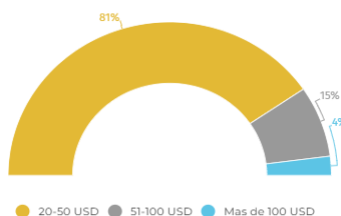
3.4.2.2. Perfil del Turista

Contar con esta información, es crucial para diseñar ofertas y experiencias personalizadas que respondan a sus expectativas y necesidades. Conocer sus características demográficas, intereses y comportamientos permite segmentar el mercado y crear estrategias de marketing más efectivas. Además, identificar el perfil del turista ayuda a optimizar los recursos, como la capacidad de alojamiento y la oferta de actividades. Un perfil bien definido también facilita la fidelización, ya que permite ofrecer productos turísticos que realmente resuenen con sus motivaciones, entender al turista es esencial para mejorar la experiencia y maximizar los ingresos del destino; a continuación, se determina el perfil del turista que visita Pallatanga:



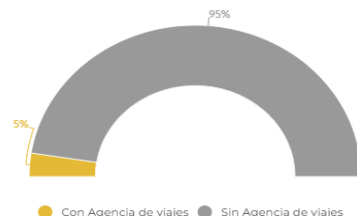
Gasto Diario

4158 TURISTAS



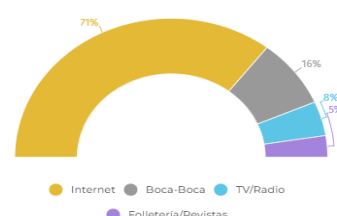
Planeación Viaje

4158 TURISTAS



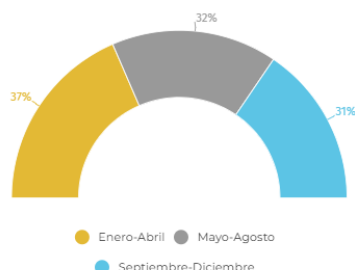
Preferencia Informativa

4158 TURISTAS



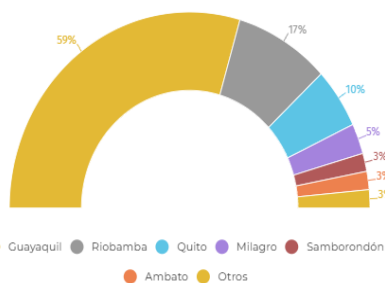
Temporalidad

4158 TURISTAS



Procedencia

4158 TURISTAS



Determinación del Perfil del Turista que visita Pallatanga

1. Tipo de Turista

Turista nacional: La mayoría de los visitantes provienen de otras regiones del Ecuador, especialmente de ciudades Guayaquil, Riobamba, Quito, Milagro, Samborondón y Ambato. Este tipo de turista busca escaparse de la vida urbana para disfrutar de un entorno natural tranquilo.

Turista internacional: En mucha menor medida, Pallatanga recibe visitantes internacionales, sobre todo de países cercanos de América Latina como Colombia, Venezuela, Brasil así como de Inglaterra en Europa.

2. Motivación del Viaje

La vocación del territorio permite desarrollar **Ecoturismo**, sin embargo con el tiempo se han desarrollado otros tipos de turismo, **Turismo de naturaleza:** Pallatanga es conocida por su paisaje montañoso, sus cascadas, el Bosque Protector el Corazón, su biodiversidad, lo que atrae a los turistas interesados en el ecoturismo y el turismo de aventura. Caminatas, senderismo y visitas a las cascadas cercanas son actividades populares.

Turismo rural: Muchos viajeros buscan experimentar la vida rural y conectarse con la naturaleza de una manera más auténtica, generando una convivencia con las comunidades anfitrionas, el caso más notorio es Jalubí; Pallatanga, con su ambiente tranquilo y sus prácticas agrícolas, ofrece esta opción.

Turismo cultural: Muchos turistas se sienten atraídos por la historia y las tradiciones locales de Pallatanga, como la observación de danzas, la gastronomía, y las festividades del cantón. La riqueza cultural de la zona juega un papel central en la decisión de visitar.

Preferencia Gastronómica: El turista que visita Pallatanga busca conocer y degustar su gastronomía local.

Conocimiento del Destino: El 96% del turista tuvo la necesidad de conocer el destino Pallatanga.

3. Perfil Demográfico

Género: El género Masculino es el dominante del turista que visita Pallatanga con un 53%.

Edad: Los turistas que visitan Pallatanga suelen ser de **todas las edades**, pero la mayoría se encuentra entre los **25 y 45 años**, especialmente aquellos que buscan una escapatoria del estrés urbano. También hay una proporción significativa de turistas mayores que buscan tranquilidad, así como familias con niños pequeños.

Compañía de viaje: la mayor preferencia al respecto es visitar el destino en familia, seguido de amigos.

4. Comportamiento de Consumo

Duración de la estadía: La estancia en Pallatanga suele ser de 1 a 3 días o más, sin embargo, dado que es un destino de escapatoria breve el mayor porcentaje de estadía es de una noche, ideal para quienes buscan un descanso durante un fin de semana o unas pequeñas vacaciones.

Gasto diario: Los turistas en Pallatanga suelen tener un **gasto moderado**, priorizando experiencias locales como la gastronomía típica y las actividades culturales y recreativas, el 81% gasta entre 20 y 50 USD por día. No obstante, algunos turistas de mayor poder adquisitivo están dispuestos a pagar por experiencias más personalizadas y de lujo, como tours privados o actividades exclusivas.

Planeación de viaje: El 95% manifiesta la preferencia de planificar su viaje sin el apoyo de una agencia u operadora de turismo.

Preferencia Informativa: El 77% se informa por internet a través de redes sociales y otros similares, sin embargo, la opción del boca a boca es un mecanismo importante de información del destino.

Temporalidad del viaje: El turista, mayoritariamente busca viajar a Pallatanga en el primer cuatrimestre del año; sin embargo, los otros dos cuatrimestres presentan una preferencia de visita similar con un promedio 32%.

5. Preferencias y Expectativas

Búsqueda de autenticidad: El turista que visita Pallatanga busca una experiencia auténtica y cercana a la cultura local. La posibilidad de interactuar con las comunidades, aprender sobre sus tradiciones y disfrutar de la comida típica son factores muy valorados.

Interés por la naturaleza y tranquilidad: Pallatanga es un destino que atrae a quienes desean desconectarse de la vida urbana y disfrutar de un entorno natural, relajado y sin masificación turística.

Interacción con la cultura local: Los turistas se sienten atraídos por las festividades locales, como las celebraciones patronales del mes de septiembre.

Conclusión

El perfil del turista en Pallatanga es variado, pero predominan aquellos interesados en el ecoturismo, la cultura local y el contacto con la naturaleza.

3.4.3. Sistema de Regulación y Gobernanza

La regulación y control de las actividades turísticas en los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) del Ecuador es crucial para asegurar un desarrollo ordenado y sostenible del sector. Estos controles permiten gestionar los flujos turísticos de manera equilibrada, evitando la sobrecarga de recursos naturales y culturales. Además, las políticas públicas establecidas por los GAD promueven la inclusión social, mejorando la calidad de vida de las comunidades locales. La normativa adecuada también facilita la protección de los derechos de los turistas y trabajadores del sector. Al regular la infraestructura y los servicios turísticos, los GAD fomentan la competitividad y calidad del destino. Asimismo, estas regulaciones son vitales para prevenir el impacto ambiental y garantizar que el crecimiento del turismo no perjudique la biodiversidad ni la cultura local. En resumen, la regulación fortalece la sostenibilidad del turismo, optimizando beneficios y reduciendo riesgos a largo plazo.

Las políticas públicas adecuadas, como parte de la gobernanza local son fundamentales para fomentar un desarrollo equilibrado y sostenible del sector. Estas políticas permiten diversificar la oferta turística, mejorar la infraestructura y garantizar una experiencia segura y de calidad para los visitantes. Además, favorecen la inclusión de comunidades locales, promoviendo el empleo y la conservación de los recursos naturales. Al mismo tiempo, ayudan a gestionar el turismo masivo, evitando la degradación ambiental y cultural. En conjunto, aseguran que el turismo sea una fuente de beneficios tanto para los destinos como para los turistas.

Actualmente, respecto a la actividad turística en el territorio, el Gad Municipal cuenta con instrumentos legales directos y complementarios, además de otros que se encuentran pendientes de aprobación cuyo fin es la calidad turística, la articulación intersectorial y el fortalecimiento integral del turismo; a continuación, se presentan los documentos con los que se cuenta actualmente:

Matriz # 04. Normativa Turística

NORMATIVA DIRECTA	FINALIDAD	AÑO
<u>ORDENANZA PARA EL OTORGAMIENTO DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS</u>	Determina valores cobro Licencia Única Anual de Funcionamiento de Establecimiento Turísticos	2021
<u>ORDENANZA QUE REGLAMENTA LA ADMINISTRACIÓN, FUNCIONAMIENTO, VALORES Y USO DE LAS INSTALACIONES DEL PARQUE ACUÁTICO</u>	Regula el funcionamiento del Parque Acuático Pallatanga	2018
<u>PLAN DE ACCIÓN DE EMERGENCIAS PARA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS</u>	Documento Requisito para obtención de LUAF	2022
NORMATIVA COMPLEMENTARIA	FINALIDAD	AÑO
<u>ORDENANZA PARA MANTENER, PRESERVAR Y DIFUNDIR EL PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO, CULTURAL DEL CANTÓN.</u>	Mantenimiento, preservación y difusión del Patrimonio cantonal.	2017
<u>PROTECCIÓN DE FUENTES Y ZONAS DE RECARGA DE AGUA, ECOSISTEMAS FRÁGILES Y OTRAS ÁREAS.</u>	Protección de fuentes y ecosistemas	2015
<u>ORDENANZA DE POLÍTICA PÚBLICA PARA LA PREVENCIÓN Y ERRADICACIÓN DE LA VIOLENCIA CONTRA NIÑAS, NIÑOS, ADOLESCENTES Y MUJERES DE PALLATANGA.</u>	Erradica violencia grupos vulnerables	2023

Fuente: Secretaría de Concejo Gad Pallatanga 2025

Desde la Unidad Técnica de Turismo durante el año 2024 y 2025, y son:

- Ordenanza que regula, planifica, controla y gestiona las facultades para el desarrollo de las actividades turísticas en el gobierno autónomo descentralizado municipal del cantón Pallatanga.
- Ordenanza que determina los parámetros técnicos y horarios para el funcionamiento de las actividades de alimentos y bebidas; organizadores de eventos, congresos y convenciones de establecimientos no turísticos del cantón Pallatanga.
- Ordenanza que promueve la organización, desarrollo, promoción y difusión de eventos vinculados con la cultura, arte, tradiciones, recreación, civismo e identidad local para el fortalecimiento del turismo en el cantón Pallatanga.

3.4.4. Sistema de Tecnología y Digitalización

Muchas son las opciones Tecnológicas y digitales que aplican al turismo y se encuentran en permanente transformación; dependiendo de los destinos de manera general se mencionan:

Matriz # 05. Sistemas Tecnológicos y Digitales para el Turismo

Nro	SISTEMA	TIPO	APLICACIÓN EN TERRITORIO	
			SI	NO
1	Plataformas de Reservas en Línea	Booking.com, Expedia, Airbnb	√	–
2	Aplicaciones Móviles para Guías Turísticas	Tripadvisor, Citymapper Google Maps Detour	√	–
3	Realidad Aumentada (AR) y Realidad Virtual (VR)	Google Cardboard y Oculus Rift Realidad Aumentada	–	√
4	Gestión de Destinos Inteligentes (Smart Tourism)	Sensores IoT Big Data y Análisis Predictivo	√	–
5	Marketing Digital y Redes Sociales	Instagram, Facebook, TikTok Google Ads y SEO	√	–
6	Gestión de Propiedades Turísticas	PMS (Property Management Systems) Channel Managers	–	√
7	Blockchain en el Turismo	Pagos seguros Identificación y documentación digital	√	–
8	Chatbots y Asistentes Virtuales	Chatbots Asistentes Virtuales como Alexa o Google Assistant	–	√
9	Tecnologías de Reconocimiento Facial	Control de acceso y seguridad	–	√
10	Plataformas de Evaluación de Sostenibilidad	Green Key o EarthCheck	–	√

Fuente: UGT Gad Pallatanga 2025

3.4.5. Sistema de Impactos y Retroalimentación

El **Sistema de Impactos y Retroalimentación en el turismo** se refiere al proceso mediante el cual se evalúan los efectos que tiene el turismo en un destino, tanto positivos como negativos, y cómo esta información se utiliza para ajustar y mejorar las políticas y prácticas turísticas. Este sistema tiene dos componentes clave:

1. **Impactos:** Se analizan las consecuencias del turismo en diferentes áreas, como el medio ambiente, la economía, la cultura y la sociedad. Por ejemplo, el impacto ambiental puede referirse a la sobreexplotación de recursos naturales, mientras que el impacto social puede involucrar el cambio en las dinámicas de la comunidad local debido a la llegada de turistas.
2. **Retroalimentación:** Es el proceso mediante el cual se recopilan datos y opiniones de diferentes actores involucrados en el sector turístico, como turistas, empresas locales, autoridades y comunidades, para evaluar si los objetivos del turismo están siendo alcanzados de manera sostenible. Esta retroalimentación es crucial para tomar decisiones informadas y ajustar las políticas turísticas a fin de maximizar los beneficios y minimizar los efectos negativos.

En resumen, un Sistema de Impactos y Retroalimentación en el turismo busca asegurar que las actividades turísticas sean gestionadas de manera efectiva, mediante la medición constante de sus efectos y la adopción de medidas correctivas o mejoradoras basadas en los resultados obtenidos.

El turismo ha generado impactos importantes en el cantón, tanto positivos como negativos. A continuación, se presenta un resumen de los principales impactos identificados:

Impactos Positivos

1. Generación de empleo y reducción de la pobreza

El turismo ha impulsado la creación de empleos directos e indirectos, contribuyendo al desarrollo económico y social de manera especial en comunidades donde practican turismo vivencial y manejan criterios de sostenibilidad como la Comunidad de Jalubí.

2. Fomento de la conservación ambiental

Pallatanga tiene una vocación para el ecoturismo lo que ha incentivado la protección de la biodiversidad y los ecosistemas, promoviendo la conservación de áreas naturales y la educación ambiental tanto para turistas como para residentes, de manera especial en San José de Pajón y Jalubí.

3. Impulso a la economía local

La actividad turística ha dinamizado la economía local mediante el aumento de la demanda de productos y servicios, beneficiando a sectores como la agricultura, y el comercio, es importante tomar en cuenta la cadena valor del turismo que fortalece este análisis, ya que los servicios turísticos tanto de alimentación como de alojamiento requieren de un sin número de proveedores, por ende, los emprendedores y empresarios locales articulan acciones de comercio variadas.

4. Preservación de la identidad cultural

Desde lo público, se ha tratado de fomentar actividades que busquen fomentar la identidad cultural a partir de la difusión patrimonial, la inversión privada es un actor importante para esta finalidad. El turismo ha permitido compartir y preservar sus tradiciones, costumbres y patrimonio cultural, fortaleciendo su identidad y cohesión social.

Impactos Negativos

1. Degradación ambiental

La actividad turística a largo plazo provocadla contaminación de recursos naturales, la destrucción de hábitats y la pérdida de biodiversidad debido a la acumulación de desechos y la sobreexplotación de áreas sensibles, actualmente no se evidencia una degradación ambiental que ponga en riesgo la actividad turística local, sin embargo es fundamental que se generen espacios para que desde la empresa privada se tomen iniciativas para promover un turismo consciente y responsable, sin dejar de lado la responsabilidad del estado al respecto. Un problema constante es el uso de materiales plástico de un solo uso, especialmente utilizado por los establecimientos de alimentación y bebidas, generando un aumento de desechos plásticos.

2. Desigualdad económica

Aunque el turismo genera ingresos, los beneficios no siempre se distribuyen equitativamente, lo que puede aumentar las disparidades económicas y sociales entre las comunidades locales y los operadores de turismo; el abuso en los costos del servicio en temporada alta afecta la satisfacción del turista en el territorio. actores turísticos externos.

3. Inflación local

La demanda turística puede elevar los precios de bienes y servicios básicos, afectando negativamente a los residentes locales que dependen de estos recursos para su subsistencia, este impacto en territorio es notorio especialmente en feriados nacionales, ya que la mayoría de proveedores de bienes y servicios del cantón es regularizado por el ministerio del interior, lo que hace que no sean competitivos por ejemplo a facturar 8% como si lo hacen los establecimientos regularizados por el Ministerio de Turismo.

Estos impactos resaltan la necesidad de implementar políticas de turismo sostenible que maximicen los beneficios y minimicen los efectos adversos, asegurando un desarrollo equilibrado y respetuoso con el entorno y las comunidades locales.

Gráfico # 19. Digitalización de Servicios



En cualquier lugar del mundo

Cualquier semana

¿Cuántos?



Pon tu espacio en Airbnb



Hostería en Pallatanga

[Compartir](#)

[Guardar](#)



[Mostrar todas las fotos](#)

Alojamiento entero: cabaña en Pallatanga, Ecuador

6 huéspedes · 2 habitaciones · 3 camas · 1 baño

★ 4.83 · [6 reseñas](#)



Los precios incluyen todas las tarifas

3.5. Análisis de la Tendencia

En 2025, el sector turístico mundial se encuentra en un punto de inflexión, marcado por la innovación, la sostenibilidad y una profunda orientación hacia las experiencias personalizadas. Las tendencias que dominarán este año no solo transforman la manera en que viajamos, sino que redefinen el concepto mismo de lo que significa viajar de forma significativa y responsable. A continuación, un análisis más detallado de estas tendencias clave:

1. Turismo regenerativo: un nuevo enfoque hacia la sostenibilidad

Los turistas de 2025 buscan algo más que minimizar su huella ecológica; quieren ser parte activa en la restauración de los ecosistemas que visitan. El turismo regenerativo se posiciona como una prioridad para los viajeros conscientes, ya que busca no solo reducir el impacto negativo, sino contribuir a la regeneración de la naturaleza y al fortalecimiento de las comunidades locales. Este enfoque promueve economías circulares, donde los ingresos generados por el turismo se invierten directamente en la preservación del medio ambiente y en el bienestar de las comunidades. Viajar se convierte así en una forma de devolver a la naturaleza lo que se ha recibido de ella.

2. Microaventuras y destinos alternativos: el deseo de explorar lo desconocido

La exploración de destinos menos transitados y las microaventuras serán una de las grandes apuestas de 2025. Los viajeros se alejarán de los destinos saturados y buscarán lugares menos conocidos, pero igualmente fascinantes. Estos destinos ofrecen una experiencia auténtica y enriquecedora, permitiendo que los turistas se conecten más profundamente con la cultura local o la naturaleza, lejos de las rutas tradicionales. Además, las microaventuras, viajes breves pero llenos de significado, seguirán siendo una opción atractiva para aquellos que desean desconectar sin la necesidad de largos desplazamientos o costosos itinerarios.

3. Bienestar integral: viajes para reconectar con uno mismo

El bienestar personal es una tendencia que sigue ganando terreno. En 2025, los destinos centrados en el bienestar, como retiros de yoga, spas en entornos naturales y experiencias de meditación, se destacarán por su capacidad para proporcionar una desconexión total del estrés cotidiano. Este tipo de viajes no solo ofrecen relajación, sino también una oportunidad para la autoreflexión y la reconexión con la naturaleza. Los turistas buscan destinos que les ofrezcan algo más que descanso físico: quieren revitalizar su mente y espíritu en un entorno sereno y natural.



4. Turismo gastronómico y cultural: un viaje a través de los sabores

El turismo gastronómico continuará siendo una de las experiencias más valoradas. En 2025, los turistas no solo viajarán por los lugares, sino por los sabores que definen la identidad de cada destino. La gastronomía y la mixología se consolidarán como elementos esenciales para entender una cultura. Desde mercados locales hasta restaurantes de alta cocina, la comida se convertirá en una puerta de entrada a las tradiciones, los rituales y las historias de cada lugar. Los viajeros estarán más interesados en descubrir recetas autóctonas y participar en experiencias culinarias auténticas que les permitan conectarse con las raíces del destino¹¹.

Ecuador posee las condiciones para consolidarse como un destino turístico líder en la región, pero requiere una planificación estratégica, inversión en infraestructura y promoción efectiva para aprovechar su potencial y superar los desafíos actuales, el turismo de 2025 será más consciente, personalizado y enriquecedor. La sostenibilidad, el bienestar y la gastronomía no solo serán tendencias, sino principios que guiarán la industria hacia un futuro donde los viajes se conviertan en experiencias transformadoras y responsables para quienes los practican y para los destinos que los reciben.

3.6. Zonificación Turística

La planificación turística responsable desde el ordenamiento territorial cantonal y responsabilidad institucional, debe establecer que contar con zonas especiales de uso turístico en 2025 es crucial para el desarrollo turístico local, ya que estas áreas permiten una gestión adecuada del flujo de visitantes, minimizando el impacto ambiental y social en los destinos. Al establecer estas zonas, se pueden regular las actividades turísticas, asegurando que se desarrollen de manera sostenible y armoniosa con el entorno natural y cultural. Esto no solo protege los ecosistemas locales, sino que también preserva la autenticidad de las comunidades receptoras. Además, las zonas especiales facilitan la creación de infraestructuras adecuadas y la implementación de estrategias de conservación, lo que contribuye a la preservación del patrimonio, garantizando que los recursos naturales y culturales se mantengan para futuras generaciones.

En términos de desarrollo económico local, las zonas especiales de uso turístico actúan como motores de crecimiento al concentrar la oferta turística en áreas específicas, lo que permite una mejor planificación y un uso más eficiente de los recursos. Estas áreas pueden generar empleo directo e indirecto, actividades turísticas, así como en actividades relacionadas con el ecoturismo, la gastronomía o las tradiciones culturales y las correspondientes cadenas de valor. Además, al concentrar la actividad turística en lugares diseñados específicamente para ello, se evita la saturación de otros espacios, mejorando la experiencia del turista y fomentando la creación de productos turísticos diversificados y de calidad. Esto, a su vez, atrae a un público más amplio, incluyendo a aquellos interesados en el turismo sostenible y de bienestar, lo que posiciona al destino como un referente turístico a nivel global.

3.6.1. Perfil de las Zonas Especiales de Uso Turístico (ZEUT)

Las zonas especiales de uso turístico en Pallatanga deben ser un modelo de desarrollo equilibrado, donde el turismo y la conservación trabajen de la mano. Esto garantizará que el cantón pueda ofrecer experiencias turísticas únicas, mientras protege sus recursos naturales y culturales a largo plazo; por tanto, deben ser planificadas y gestionadas de manera estratégica para maximizar sus beneficios tanto para los turistas como para las comunidades locales. A continuación, se describen las características clave que deben tener estas zonas para asegurar su éxito y sostenibilidad:

Identificación de áreas con alto potencial turístico: Las zonas deben estar ubicadas en lugares con un gran valor natural, cultural o histórico, que ofrezcan experiencias únicas para los visitantes. En el caso de Pallatanga, áreas como el Bosque Protector El Corazón, con su biodiversidad y paisajes andinos, son ideales para el ecoturismo. Además, las zonas deben ser accesibles, pero no estar sobrecargadas de infraestructura, para preservar la autenticidad del entorno.

¹¹ <https://ccq.ec/tendencias-clave-que-definiran-el-turismo-en-2025/>

Regulación del acceso y actividades: Es esencial establecer normativas claras para regular las actividades turísticas dentro de estas zonas. Esto incluye limitar la cantidad de visitantes, definir tipos de actividades permitidas (como senderismo, observación de fauna, visitas culturales, etc.) y fomentar prácticas sostenibles como el ecoturismo y el turismo regenerativo. La regulación debe promover una experiencia que minimice el impacto ambiental y promueva la conservación del paisaje y la biodiversidad local.

Infraestructura adecuada y respetuosa con el entorno: Las infraestructuras en estas zonas deben ser diseñadas de manera que no alteren el entorno natural ni cultural de la zona. Esto incluye la construcción de alojamientos ecológicos, senderos bien señalizados, espacios de interpretación ambiental, centros de información y áreas de descanso. Las construcciones deben seguir principios de sostenibilidad, utilizando materiales locales y métodos de bajo impacto.

Integración con la comunidad local: Las zonas especiales de uso turístico deben involucrar activamente a las comunidades locales en la gestión y operación del turismo. Esto no solo genera empleo directo, sino que también fomenta el desarrollo de productos turísticos que reflejan la cultura local. Se debe capacitar a la comunidad en prácticas de turismo sostenible, hospitalidad y gestión de recursos naturales para asegurar que los beneficios del turismo sean equitativamente distribuidos.

Conservación y protección ambiental: La conservación del medio ambiente debe ser una prioridad. Las zonas deben incluir estrategias de manejo sostenible, como la protección de áreas de biodiversidad, la promoción de prácticas de turismo de bajo impacto y la monitorización constante del estado de los recursos naturales. Además, debe fomentarse la educación ambiental para sensibilizar tanto a turistas como a residentes sobre la importancia de preservar el entorno.

Conectividad y accesibilidad: Aunque las zonas deben ser accesibles, también es importante que se mantenga un equilibrio para evitar la saturación. La mejora de la infraestructura de transporte debe realizarse de forma planificada, priorizando las rutas ecológicas y sostenibles, y garantizando que la accesibilidad no comprometa la calidad de la experiencia ni el respeto por el medio ambiente.

A continuación, se grafican las Zonas Especiales de Uso Turístico del cantón Pallatanga:

Gráfico # 20. Zona especial de uso turístico 1



Gráfico # 21. Zona especial de uso turístico 2

Gráfico # 23. Caracterización del perfil ZEUT 1



Gráfico # 24. Caracterización del perfil ZEUT 2



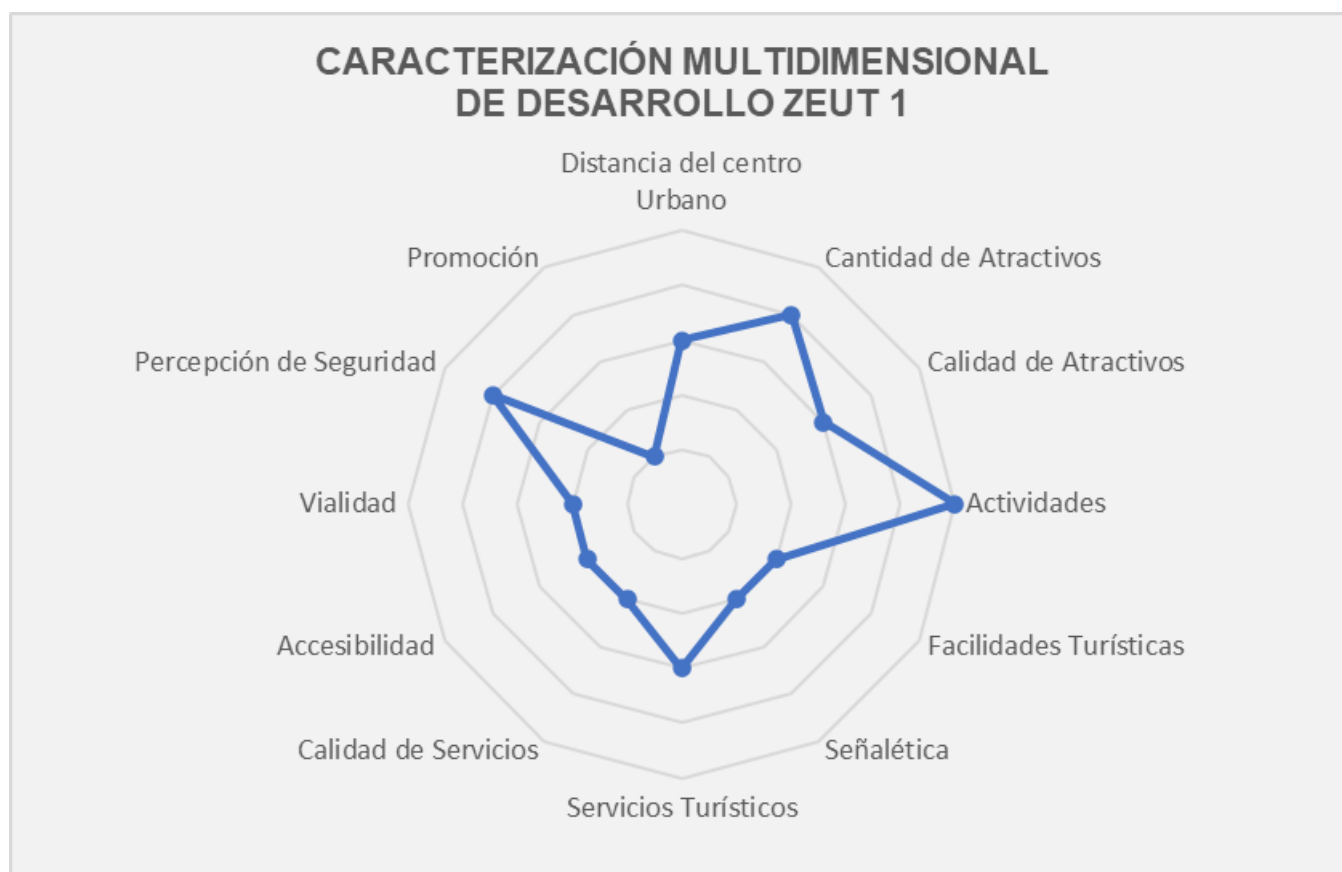
Gráfico # 25. Caracterización del perfil ZEUT 3



3.6.2. Caracterización multidimensional de nivel de desarrollo de las Zonas Especiales de Uso Turístico (ZEUT)

En Pallatanga se han determinados 3 zonas de uso turístico, cada una tiene sus características propias dentro de la dinámica económica, así también responden al nivel de desarrollo considerando varios factores más allá de la inversión pública o privada existente en cada espacio territorial; así se tiene la caracterización gráfica o el comportamiento de las ZEUT a nivel específico y general.

Gráfico # 26. Caracterización multidimensional nivel de desarrollo ZEUT 1

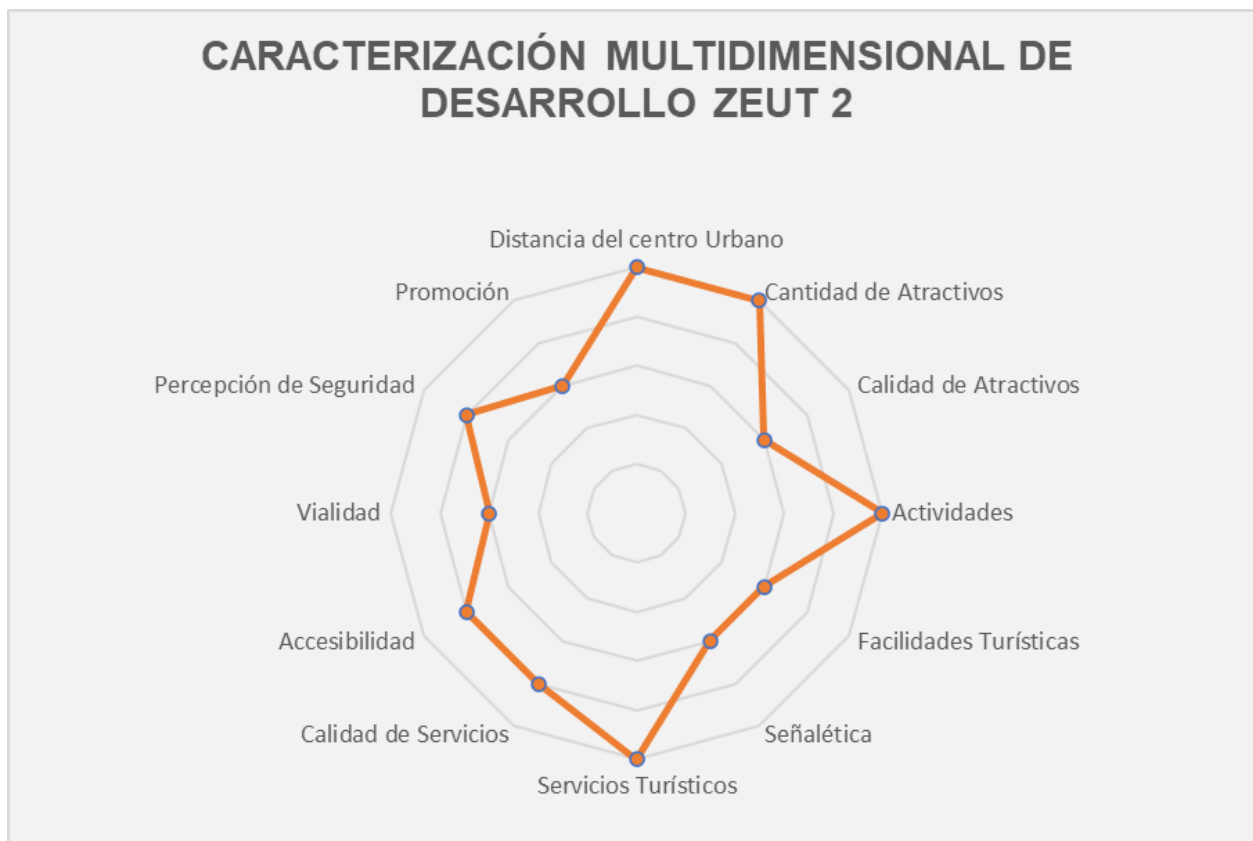


UGT Gad Pallatanga 2025

Esta zona de uso turístico presenta una variedad de atractivos turísticos, en su mayoría recursos hídricos como cascadas, esta unidad de planificación conforme la gráfica 7 de 12 componentes de análisis que requieren atención inmediata, si bien es cierto la promoción turística de esta ZEUT tiene la puntuación más baja, es coherente con las condiciones reales, por tanto, técnicamente deberá ser atendida y gestionada al final de toda la intervención. Elementos como facilidades turísticas, señalética, calidad de servicios, accesibilidad, calidad d ellos atractivos y vialidad, deben ser gestionados adecuada e integralmente, esto permitirá que desde la empresa privada se pueda generar una oferta turística más atractiva que genere experiencias y emociones en el turista para que este encuentre oportunidades de vacacionar y pernoctar más de un día en el territorio, promoviendo la ansiada dinamización económica en la cadena de valor y emprendimientos turísticos del territorio.

La intervención integral por sí misma, va a mejorar la calidad del atractivo turístico y a su vez el fortalecimiento de esta ZEUT, promoverá la implementación de emprendimientos turísticos de carácter sostenible, orgánico, cultural, de aventura y otras modalidades que por las condiciones geográficas de Pallatanga pueden ser implementadas. La problemática en este espacio de planificación, se evidencia por la ausencia de intervención del GAD Provincial de Chimborazo respecto al desarrollo rural, pues, quien tiene la competencia turística provincial, especialmente para el mejoramiento vial, accesibilidad, implementación de facilidades turísticas y señalética; desde el Gad Municipal a través de las atribuciones y facultades se ha buscado promover el turismo comunitario aún sin resultados positivos pues se requiere la organización de las comunidades de esta zona.

Gráfico # 27. Caracterización multidimensional nivel de desarrollo ZEUT 2



UGT Gad Pallatanga 2025

Esta segunda zona de planificación es la que presenta un mejor comportamiento de las 3 determinadas, pues, la principal consideración es que se encuentra en la zona consolidada de la ciudad, por lo cual, los servicios turísticos cuentan con mejor calidad que en las zonas rurales, permite al visitante visitar atractivos turísticos cercanos y realizar actividades especialmente gastronómicas y culturales, estas últimas que son específicas pero permiten mayor dinamización económica, además la percepción de seguridad es fundamental al momento de generar la oferta turística.

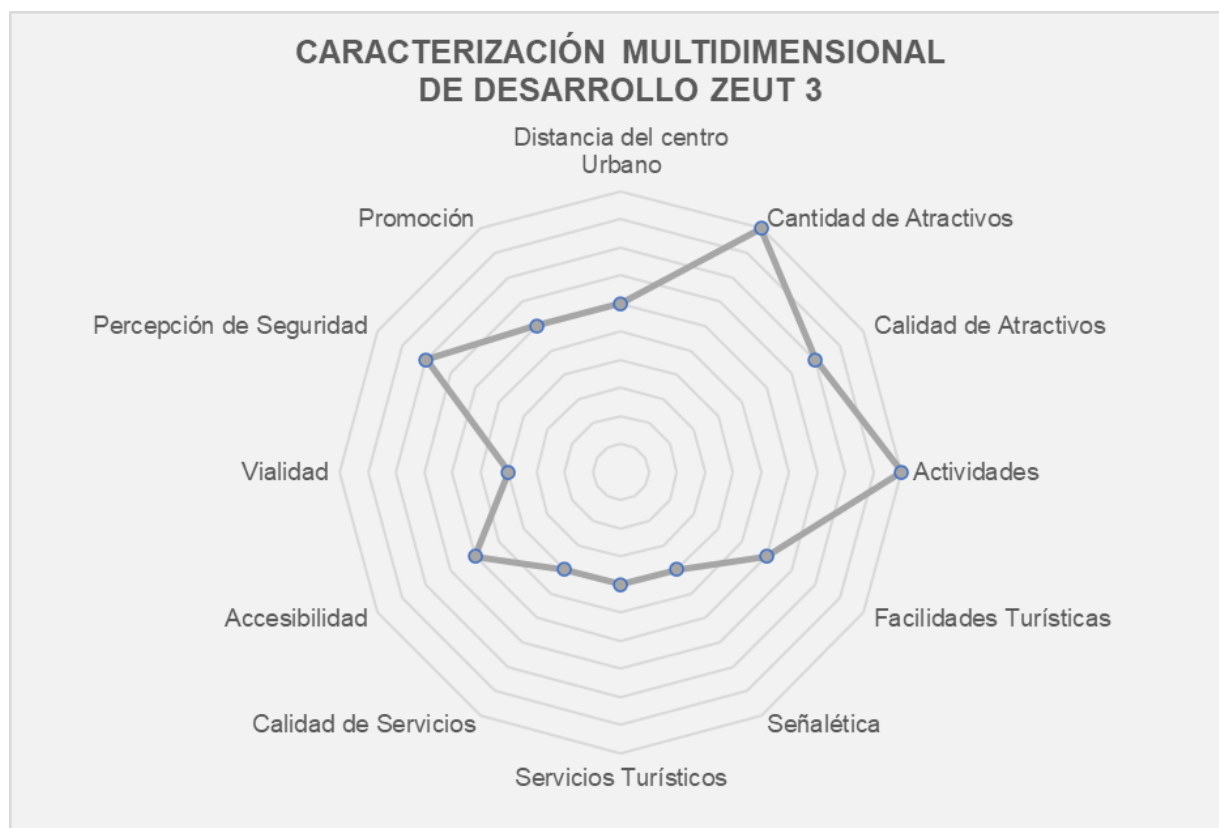
Importante señalar que 6 de los 12 componentes de análisis tiene el puntaje de 6 sobre 10, estos indicadores son alentadores y obviamente a diferencia del anterior ZEUT, hay una importante intervención del GAD Municipal Pallatanga; pero aún más importante es la inversión privada que realiza el empresario y emprendedor turístico.

En este espacio de planificación, el GAD Provincial de Chimborazo, aporta con la articulación de eventos culturales de carácter artístico además de ferias que impulsan el emprendimiento.

El centro urbano a través del Parque Acuático se debe convertir en el espacio dinamizador y distribuidor del flujo turístico hacia las otras zonas de planificación; sin embargo, aún hay problemas importantes que deben ser gestionados de manera articulada; entre ellos el fortalecimiento de la imagen del centro urbano, mejoramiento e implementación de señalética, mejoramiento y repotenciación del Parque Acuático, mejoramiento de la vialidad y acceso a los atractivos turísticos, así como la accesibilidad a servicios de alojamiento en la cercanía rural.

No es menos importante la necesidad de asociatividad de los empresarios y emprendedores turísticos, así como también la flexibilidad desde las instituciones financieras a través de la creación de productos financieros que promuevan el emprendimiento local en condiciones adecuadas que garantice para unos el retorno del capital y para otros la utilidad de la inversión. Sin embargo, desde la empresa privada hasta el momento no se cuenta en el cantón con un tour operador que genere esa articulación y comercialización de la oferta turística cantonal.

Gráfico # 28. Caracterización multidimensional nivel de desarrollo ZEUT 3



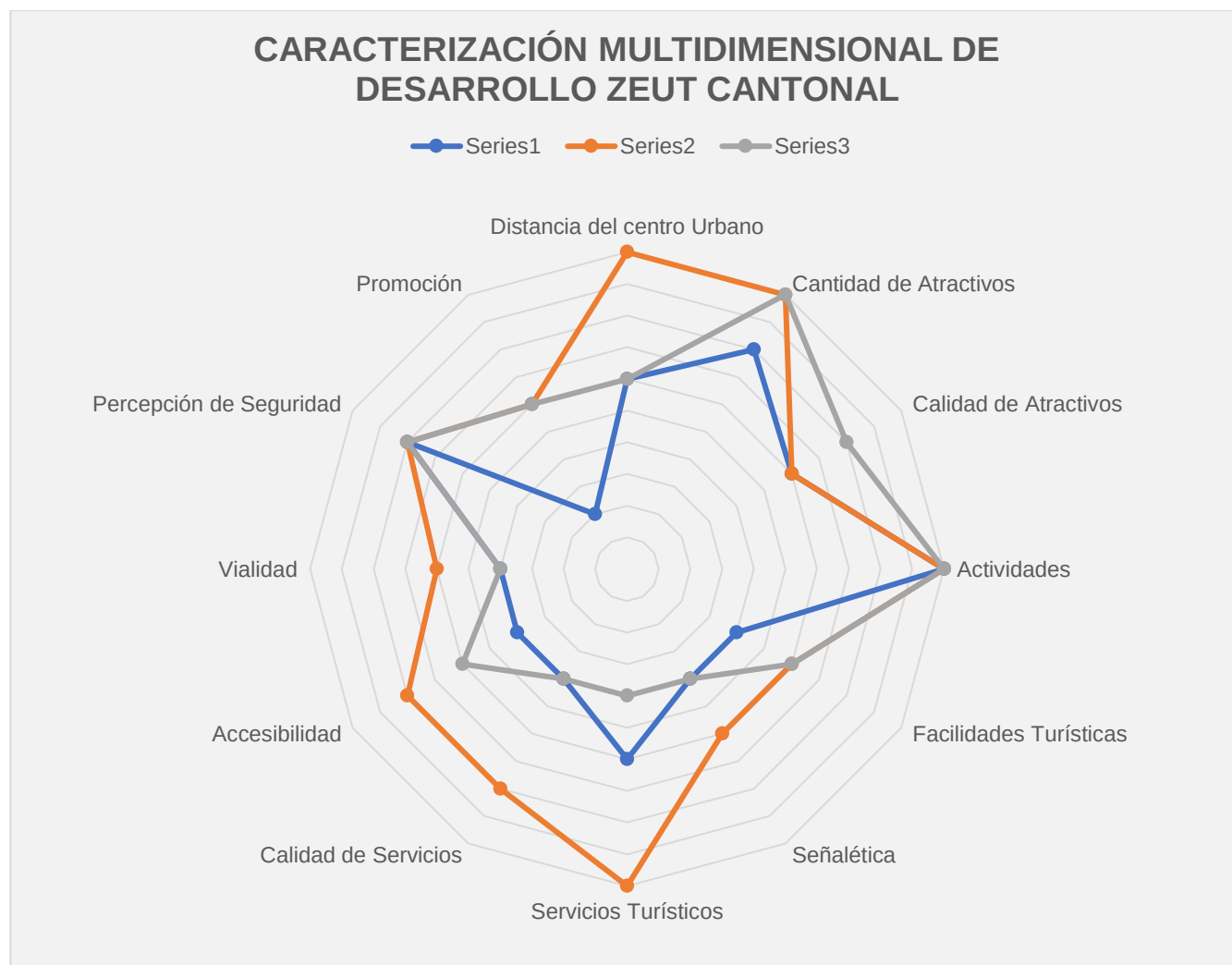
UGT Gad Pallatanga 2025

En esta zona de planificación, el 33% de las variables de análisis presentan una calificación de 4 puntos que es mala y se ve reflejado en la gráfica; factores como señalética, facilidades turísticas, servicios turísticos y accesibilidad, deben ser gestionados interinstitucionalmente, no deja de ser la realidad territorial en la zona rural y nuevamente determinada por las competencias de los niveles de gobierno.

Los atractivos turísticos, las actividades que se ofertan y la percepción de seguridad, corresponden al 25% de los factores de análisis que presentan buena puntuación, el sector de Jalubí, post pandemia, se convirtió en un punto turístico importante promoviendo la asociatividad, el emprendimiento y la oferta de un turismo sostenible y vivencial en la ruralidad, lo que ha generado que desde el Gad Provincial de Chimborazo en articulación con el Gad Municipal de Pallatanga generen acciones para promover el fortalecimiento emprendedor, la gastronomía y la guianza turística; actualmente se espera se pueda implementar señalética turística que brinde mejor facilidad al turista que se desplaza a este punto turístico, La Comunidad San José de Pajón se especializa en la oferta de aviturismo especialmente.



Gráfico # 29. Caracterización multidimensional nivel de desarrollo ZEUT cantonal



UGT Gad Pallatanga 2025

La imagen determina el comportamiento turístico del cantón Pallatanga, componentes como distancia/localización, cantidad de atractivos turísticos, actividades turísticas servicios turísticos calidad de servicios, accesibilidad y percepción de seguridad tiene una puntuación favorable, especialmente por el comportamiento de la ZEUT 2 (Gastronomía-cultura) que se desarrollan en el área urbana del cantón. Por otra parte, la problemática rural se mantiene respecto a las competencias turísticas y articulación interinstitucional; sin embargo, la inversión privada respecto a las diferentes actividades turísticas del territorio es importante. Un factor exógeno fundamental que ha limitado la recuperación turística local, es la vía estatal E487, en el tramo Balbanera-Pallatanga-Cumandá, que afecta directamente el flujo turístico desde guayaquil que es nuestro principal mercado turístico, y desde el centro norte (Riobamba-Quito).



3.7. Análisis de la Competencia

La competencia turística, debería ser comprendida desde la óptica nacional, es decir nadie en el Ecuador debe ser considerado competencia para otro, más bien lo adecuado y correcto es que todos debemos ser aliados estratégicos, esta consideración sería gran aliado del desarrollo turístico cantonal; más, las metodologías y conceptos teóricos llevan a promover la competencia muchas veces al interior del territorio, por tanto, se realizará un sencillo análisis de la competencia turística que tiene Pallatanga.

Pallatanga enfrenta una competencia directa de cantones cercanos como Cumandá, Bucay y en un espacio geográfico lejano la parroquia Mindo del cantón San Miguel de los Bancos y el cantón Puerto Quito, ubicados al noroccidente de la Provincia de Pichincha y considerados en este análisis por la proximidad a nuestros mercados de oportunidad como Quito y Ambato. Todos ellos con atractivos naturales similares, pero con enfoques y servicios turísticos diferentes. Si bien Mindo destaca por su ecoturismo especializado en aves y su infraestructura consolidada convertido en un destino para turismo receptivo; Bucay y Puerto Quito son fuertes competidores en ecoturismo y turismo de aventura. Cumandá, por su parte, destaca en el ecoturismo relacionado con la selva tropical.

Pallatanga tiene una ventaja competitiva en cuanto a su diversidad geográfica (de páramos a cascadas), su enfoque en la sostenibilidad, el astroturismo y su autenticidad. Sin embargo, para destacarse más, debería mejorar su infraestructura turística, aumentar su promoción y seguir desarrollando actividades que complementen sus atractivos naturales.

3.7.1. Ventajas Competitivas del cantón Pallatanga

Las principales ventajas competitivas que presenta el cantón Pallatanga son:

Matriz # 06. Ventajas competitivas de Pallatanga

Ventaja Competitiva	Descripción	Reto
Diversidad Geográfica y Natural	Pallatanga cuenta con una importante variedad de paisajes que van desde páramos, bosques nublados, hasta cascadas, lo que le permite ofrecer una gama diversa de actividades turísticas como senderismo, ecoturismo, canyoning y astroturismo.	Aprovechar esta diversidad promoviendo paquetes turísticos integrados que incluyan actividades de aventura, exploración de ecosistemas, y un enfoque en el turismo de bienestar en sus paisajes más tranquilos.
Astroturismo	Su cielo despejado y poca contaminación lumínica le otorgan un potencial único para el astroturismo. Este tipo de turismo está ganando cada vez más popularidad, pero pocos destinos en Ecuador lo aprovechan al máximo.	Desarrollar experiencias de observación astronómica guiadas, talleres sobre astronomía, y establecer alianzas con centros educativos y observatorios astronómicos. Esto puede convertirse en un diferenciador clave para atraer turistas interesados en el espacio y el universo.
Turismo Sostenible y Regenerativo	Pallatanga está en una excelente posición para desarrollar un modelo turístico sostenible, dado su entorno natural conservado y su potencial para el ecoturismo. Los turistas buscan cada vez más destinos que no solo minimicen su impacto ambiental, sino que contribuyan activamente a la regeneración de los ecosistemas.	Implementar programas de conservación y regeneración de la biodiversidad en colaboración con las comunidades locales. Promover el uso de alojamientos ecológicos y prácticas turísticas responsables, como el reciclaje y la protección de los recursos naturales. Ofrecer turismo comunitario como una forma de involucrar a la población local y distribuir equitativamente los beneficios del turismo.

Accesibilidad de mercados	La ubicación de Pallatanga, cercana a importantes ciudades de la costa y sierra como Guayaquil y Quito, la hace un destino relativamente accesible tanto para turistas nacionales como internacionales.	Mejorar la infraestructura vial y de transporte para facilitar el acceso. Establecer conexiones directas o paquetes turísticos desde ciudades cercanas como Riobamba y Guayaquil. Desarrollar rutas de transporte sostenibles, como vehículos eléctricos o compartidos para reducir el impacto ambiental.
Autenticidad Cultural	Pallatanga tiene un fuerte componente cultural indígena, con tradiciones, gastronomía y festividades que enriquecen la experiencia turística. Esta autenticidad es muy valorada por los turistas que buscan algo diferente de los destinos turísticos masificados.	Crear experiencias inmersivas que permitan a los turistas vivir las tradiciones locales, como talleres de artesanías, clases de cocina tradicional, y participación en festividades locales. Promover el turismo comunitario para que los turistas interactúen de forma genuina con las comunidades y de manera especial promover la gastronomía típica y emprendimientos en base a la cadena de valor del café es una opción importante de innovación.

UGT Gad Pallatanga 2025

3.8. Análisis de la Situación Turística del cantón Pallatanga

Pallatanga posee los recursos naturales y culturales necesarios para posicionarse como un destino turístico atractivo y sostenible, alineado con las tendencias globales del turismo en 2025. Al implementar estrategias que promuevan la sostenibilidad, el bienestar y la autenticidad, puede fortalecer su vocación turística y contribuir al desarrollo económico y social de la región. Las características naturales y culturales de Pallatanga se alinean con las tendencias globales del turismo en 2025:

Turismo Regenerativo y Sostenible: La biodiversidad y los ecosistemas de Pallatanga ofrecen oportunidades para desarrollar prácticas turísticas que promuevan la conservación y el fortalecimiento de la comunidad local.

Turismo de Bienestar: El entorno natural y tranquilo de Pallatanga es ideal para el desarrollo de retiros de bienestar que incluyan actividades como yoga, meditación y terapias holísticas.

Microaventuras y Destinos Menos Transitados: La variedad de paisajes y la autenticidad de Pallatanga atraen a viajeros que buscan experiencias únicas fuera de las rutas turísticas tradicionales.

Experiencias Personalizadas: La rica cultura local y las tradiciones de Pallatanga permiten la creación de itinerarios personalizados que ofrecen una inmersión profunda en la identidad del lugar.



Comparando las realidades turísticas post covid con la actualidad, se establece una serie de diferencias importantes de identificar para el presente análisis:

Matriz # 07. Diferencias Tendenciales

COMPONENTE	POST COVID (2022)	ACTUALIDAD (2025)
Seguridad	Enfoque prioritario en la seguridad sanitaria, con estrictos protocolos de higiene.	La seguridad sigue siendo importante, pero la sostenibilidad y la regeneración ecológica toman el centro del escenario.
Cambio de Motivaciones	Los viajeros priorizaron la seguridad, el confort y la cercanía. Se centraron más en evitar las multitudes y el riesgo de infección.	La motivación cambia hacia la búsqueda de experiencias más auténticas, personalizadas y sostenibles, con un mayor énfasis en la regeneración y el bienestar integral.
Uso de Tecnología	La tecnología se utilizó principalmente para adaptarse a restricciones, como los tours virtuales y el distanciamiento.	La tecnología será fundamental para crear experiencias personalizadas, mejorar la inmersión en destinos y hacer que el turismo sea más interactivo e inclusivo.
Turismo de naturaleza vs Turismo regenerativo	El turismo de naturaleza fue una salida ante la imposibilidad de viajar a grandes ciudades, buscando contacto con el aire libre.	El enfoque se amplía hacia el turismo regenerativo, donde los destinos no solo se visitan, sino que contribuyen activamente al bienestar ambiental y social.
Turismo Local vs Turismo receptivo	Los viajeros se centraron en destinos cercanos debido a las restricciones internacionales de viaje.	Se espera un retorno al turismo internacional, pero con una creciente demanda de experiencias locales y auténticas, tanto en destinos internacionales como en los de proximidad.

UGT Gad Pallatanga 2025

De la matriz que antecede, se puede determinar que mientras que las tendencias turísticas post-COVID respondieron a la necesidad de adaptarse a un contexto sanitario y de seguridad, las tendencias para 2025 se enfocan en una evolución hacia un turismo más sostenible, personalizado y tecnológico, donde la regeneración ambiental y el bienestar integral ocupan un lugar central. Analizar estas tendencias nos permite generar un diagnóstico técnico ceñido a la realidad, pues desde que se elaboró el Plan de Desarrollo Turístico cantonal (2022) hasta su actualización (2025) han sucedido dinámicas mundiales, nacionales, provinciales y locales que han modificado las condiciones del quehacer turístico. Conocer las tendencias turísticas es fundamental para realizar un diagnóstico turístico efectivo por varias razones clave, que pueden marcar la diferencia entre el éxito o el estancamiento de un destino.



A continuación, las principales razones por las cuales es esencial comprender estas tendencias al momento de realizar un análisis turístico:

1. Identificación de Oportunidades y Amenazas

Oportunidades: Las tendencias turísticas proporcionan una visión clara de los intereses y comportamientos actuales de los viajeros. Al conocerlas, se pueden identificar oportunidades de desarrollo que respondan a las demandas del mercado, como la sostenibilidad, el turismo de aventura o el bienestar. Esto permite a los destinos adaptarse proactivamente y ofrecer productos y servicios alineados con lo que buscan los turistas.

Amenazas: Las tendencias también revelan cambios en el comportamiento del consumidor, como una mayor preferencia por destinos menos masificados o más sostenibles. Si un destino no se adapta a estos cambios, podría perder competitividad frente a otros destinos más modernos o alineados con las nuevas expectativas de los turistas.

2. Mejora de la Planificación Estratégica

Adaptación a las Nuevas Preferencias: El diagnóstico turístico implica la recopilación de datos sobre las características, necesidades y expectativas del visitante. Si un destino no está alineado con las tendencias actuales, sus estrategias de desarrollo y promoción pueden quedar obsoletas. Conocer las tendencias permite diseñar planes turísticos que respondan a la demanda, asegurando la satisfacción del turista y un mejor desempeño económico.

Desarrollo de Productos y Servicios: Las tendencias turísticas guían la creación de nuevos productos y servicios. Por ejemplo, si se observa que el ecoturismo está en auge, un destino puede desarrollar nuevas rutas de senderismo, actividades de avistamiento de aves o alojamiento sostenible. Sin esta información, es probable que los esfuerzos no estén alineados con lo que los turistas buscan.

3. Diferenciación Competitiva

Ventaja frente a la Competencia: Al conocer las tendencias, un destino puede anticiparse a las necesidades de los turistas antes que sus competidores. Por ejemplo, si un destino vecino está viendo un aumento en el interés por el astroturismo, un destino como Pallatanga, con cielo despejado, puede aprovechar esta tendencia para destacarse en ese nicho. La capacidad de innovar y adaptarse a las tendencias es clave para sobresalir en un mercado turístico competitivo.

Innovación y Novedad: Las tendencias a menudo se asocian con la novedad o la innovación. Los turistas buscan nuevas experiencias. Si un destino conoce y se adapta rápidamente a estas tendencias, puede ofrecer experiencias únicas que lo distingan de otros destinos más tradicionales.

4. Sostenibilidad y Turismo Responsable

Adaptación al Turismo Sostenible: Las tendencias actuales, como el turismo sostenible, demandan que los destinos adopten prácticas responsables que minimicen su impacto ambiental y beneficien a las comunidades locales. Conocer estas tendencias es crucial para un diagnóstico turístico que considere no solo la rentabilidad a corto plazo, sino también la viabilidad a largo plazo del destino.

Construcción de una Imagen Positiva: Los turistas de hoy están más conscientes de los impactos ambientales y sociales de sus viajes. Si un destino se alinea con estas tendencias de sostenibilidad, puede mejorar su imagen y atraer a un público más responsable y comprometido con el medio ambiente.

5. Mejora de la Experiencia del Turista

Ajuste a las Preferencias de los Viajeros: Las preferencias turísticas cambian con el tiempo. Por ejemplo, después de la pandemia, los turistas buscan más experiencias al aire libre, contacto con la naturaleza, menos aglomeraciones y un mayor enfoque en la seguridad sanitaria. Un diagnóstico turístico que tenga en cuenta estas preferencias puede permitir que el destino brinde experiencias que mejoren la satisfacción del turista, lo cual a su vez puede generar lealtad y recomendaciones.

Segmentación de Clientes: Las tendencias también permiten identificar diferentes tipos de turistas, como los viajeros de bienestar, los ecoturistas o los aventureros. Un diagnóstico turístico preciso facilita la segmentación adecuada de estos grupos, lo que permite diseñar estrategias personalizadas para cada perfil y, por tanto, optimizar la experiencia del cliente.

6. Optimización de Recursos y Promoción Efectiva

Uso Eficiente de los Recursos: Al conocer las tendencias, se pueden asignar los recursos de manera más eficiente. Por ejemplo, si una tendencia creciente es el turismo de bienestar, se puede invertir en infraestructura adecuada, como spas o centros de salud, en lugar de seguir promoviendo actividades que ya no son tan demandadas.

Estrategias de Promoción: Las campañas de marketing y promoción pueden volverse mucho más efectivas si están alineadas con lo que los turistas buscan en el momento. Si el destino sabe que la demanda de turismo digital está creciendo, puede invertir en marketing digital, como experiencias virtuales de destino, para atraer a nuevos visitantes.

7. Anticipación a Cambios en el Mercado Global

Adaptación a Cambios Globales: Las tendencias turísticas no solo reflejan lo que está sucediendo localmente, sino también cambios en el comportamiento global del turista. Por ejemplo, el aumento del turismo sostenible, la influencia de las redes sociales o el turismo post-pandemia. Un destino que se mantiene al tanto de estas tendencias puede anticipar cambios en el mercado global y adaptarse rápidamente, lo cual es crucial para su relevancia en el futuro.

Resiliencia ante Crisis: Las tendencias permiten predecir hacia dónde se dirige el turismo y cómo los cambios globales (como una pandemia o una crisis económica) pueden impactar. Esto ayuda a los destinos a prepararse mejor y a crear estrategias para superar tiempos difíciles.

3.8.1. Análisis Intersectorial

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 presupuesto necesario para generar acciones, proyectos y programas que generen impacto turístico territorial, la visión de desarrollo cantonal respecto al turismo es una limitante fundamental junto 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 & bebidas, recreación y similares han realizado esfuerzos importantes en infraestructura y servicios, en los últimos tres años se tiene la percepción de un incremento en la inversión como resultado del control sanitario post covid y la necesidad de generar economía local a través de la cadena de valor del turismo.

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 estos se encuentran en las zonas rurales en su gran 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 busca generar acciones tendientes al fomento de la actividad turística, 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 vivencial, que permite aportar en el posicionamiento del cantón.

Actualmente, en la Comunidad San José de Pajón y la zona de influencia en las comunidades cercanas se desarrolla una nueva oferta de turismo especializado como es el aviturismo, que promueve acciones de conservación, investigación y sostenibilidad.

-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. Por su parte el Concejo cantonal no gestiona adecuadamente la función legislativa respecto a la necesidad de cuerpos normativos que fortalezcan la facultad de control y regulación de la actividad.

-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 articulación 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 afecta directamente los procesos de gestión y articulación local y por ende, 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 aún evidente respecto al cierre 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 de la Organización Mundial de Turismo, son alentadoras, El turismo internacional alcanzó el 97% de los niveles anteriores a la pandemia en el primer trimestre de 2024¹²; por lo que el 2025 deberá servir para que los territorios se preparen de mejor manera para recibir al turista y aplicar un sin número de estrategias para conseguirlo, especialmente asumiendo la importancia económica del turismo interno.



¹² <https://www.unwto.org/es/news/el-turismo-internacional-alcanzo-el-97-de-los-niveles-anteriores-a-la-pandemia-en-el-primer-trimestre-de-2024>

3.8.2. 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:

3.8.2.1. Actores Internos

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pallatanga.
- Administración Parque Acuático Pallatanga.
- Comisaría Nacional de Policía Pallatanga.
- Policía Nacional Circuito Pallatanga-Cumandá.
- Distrito de Educación Pallatanga-Cumandá.
- Distrito de Salud.
- 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, Discotecas, Karaokes).
- Radio Primavera.
- Asociaciones de Artesanos, de servicios.
- Clubes Deportivos, Ecuestres, Bicicletas, automóviles y afines.

3.8.2.2. Actores Externos

- Ministerio de Turismo.
- Ministerio de Cultura y Patrimonio.
- Consejo Nacional de Competencias
- Organización de Gestión de Destinos Chimborazo.
- Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME).
- Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo.
- Academia.

Sin embargo, que la institución GAD Municipal Pallatanga, a través de la administración municipal maneja muy buenas relaciones con todos los actores descritos, durante los últimos 6 años ha existido una desarticulación y limitadas relaciones para el fomento turístico cantonal, 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 facultades y atribuciones 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, es importante

manifestar el interés de la autoridad nacional de turismo en fortalecer las capacidades y destrezas mediante la transferencia de conocimientos virtual a través de su programa de capacitación anual.

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 y regulación de la actividad turística.

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 de turismo más consistente, asociativos y de economía solidaria.

3.8.3. Matriz de Análisis de Actores del Sector Turístico del cantón Pallatanga

Matriz # 07. Actores Turísticos del cantón Pallatanga

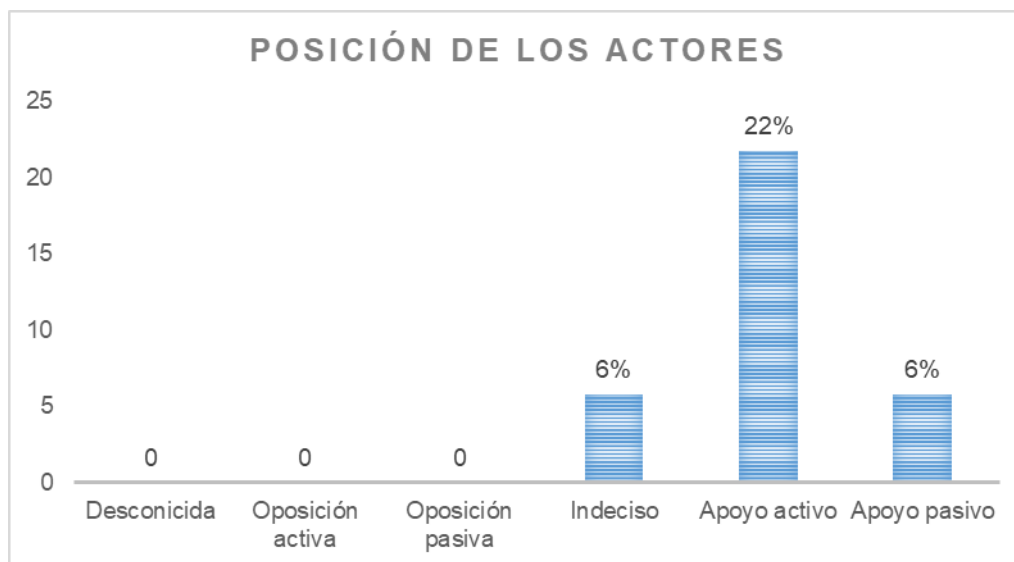
TIPO DE ACTOR	ACTORES	ROL	POSICIÓN						INTERÉS						INFLUENCIA					
			Desconocida	Oposición activa	Oposición pasiva	Indeciso	Apoyo activo	Apoyo pasivo	Desconocido	Ningún o poco interés	Algún interés	Interés moderado	Mucho interés	El más interesado	Desconocido	Ninguna o poca influencia	Alguna influencia	Influencia moderada	Mucha influencia	El más influyente
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		
	Distrito de Educación Pallatanga-Cumandá	Articular procesos de aprendizaje extracurriculares					1					1					1			
	Distrito de Salud	Garantizar la salud de la ciudadanía, atención de emergencias turísticas					1					1					1			
	Comunidades de zonas rurales Rutas Turísticas	Forman parte de la cadena productiva y conservan los atractivos					1						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		

ACTORES EXTERNOS	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						1			
	Emprendedores de servicios de alimentación	Emprendedores que ofertan servicio de alimentación y bebidas a los turistas, no regularizados por el MINTUR				1				1						1			
	Emprendedores de recreación	Empresarios o emprendedores que ofertan servicio de recreación a los turistas, no regularizados por el MINTUR				1				1						1			
	Radio Primavera	Comunicar con objetividad, informar y apoyar los procesos de fortalecimiento turístico en el cantón					1				1							1	
	Asociación Artesanos, de servicios	Prestar bienes y servicios artesanales para turistas					1				1						1		
	Clubes deportivos, ecuestres, bicicletas, automóviles y afines	Promover actividades que fomentan el turismo de salud, extremo y cultural					1				1						1		
	Ministerio de Turismo	Ejerce la rectoría de la actividad turística en el país						1				1						1	
	Ministerio de Cultura y Patrimonio	Ejerce la rectoría de la actividad cultural y patrimonial en el país						1				1					1		
	Asociación de Municipalidades del Ecuador	Asesora y brinda asistencia técnica al GADM Pallatanaga					1						1					1	
	Gobierno Autónomo Descentralizado de la Provincia de Chimborazo	Articulador con los niveles de gobierno y sectores de apoyo con el fin de gestionar descentralizadamente el fomento turístico					1					1						1	
	Consejo Nacional de Competencias	Empresa privada que apoya en la catalogación de establecimientos y emprendimientos turísticos a través de su plataforma digital.						1					1					1	
	Organización de Gestión de Destinos Turístico Chimborazo	Promueve el turismo provincial y gestiona procesos articulados interinstitucionales					1						1					1	
	Academia	Investiga, capacita y se vincula permanenteente a las necesidades de innovación turística local					1						1					1	

En la presente matriz se identifican 23 actores turísticos tanto internos como externos; el 70% de actores corresponde a actores del medio interno, mientras que, el 30% corresponden al medio externo, se ha analizado a cada una de ellas conforme los siguientes parámetros: posición, interés e influencia; así se tiene la siguiente estadística:

Variable Posición:

Gráfico # 30. Posición Turística de los actores locales

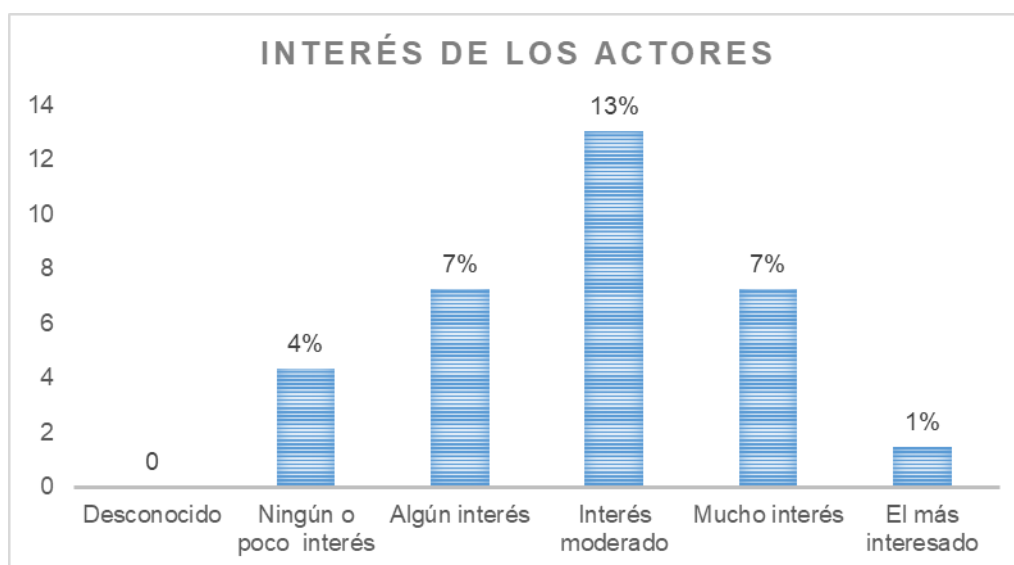


Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

Respecto a la posición de los actores locales el 22% de ellos presenta una posición con apoyo activo, el 6% de actores es indeciso al respecto e igualmente el 6% mantiene un apoyo pasivo.

Variable Interés:

Gráfico # 31. Interés Turístico de los actores locales

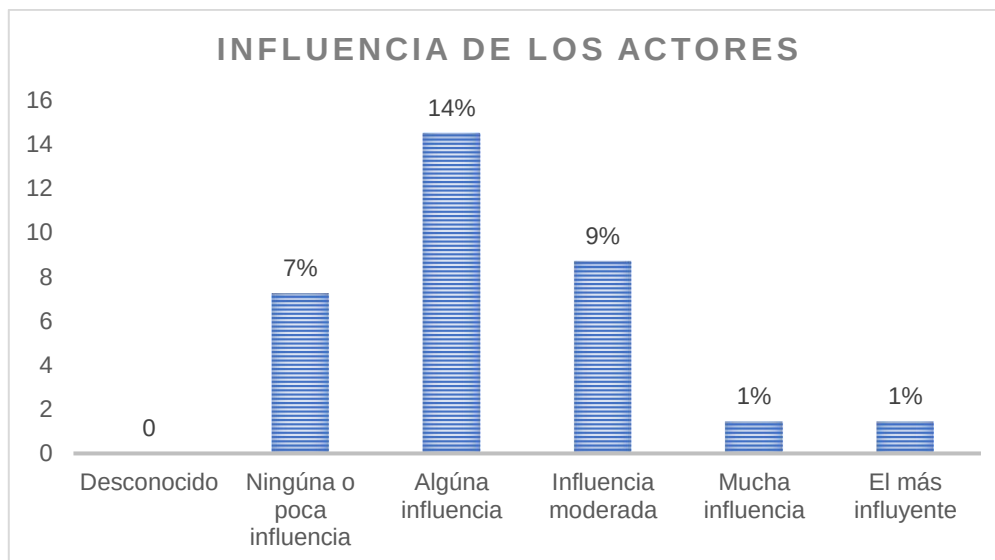


Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

En esta variable respecto al interés de los actores turísticos, al respecto se evidencia que el mayor número de actores presenta un interés moderado del 13%, seguido de actores muy interesados, así como de otros actores que presentan algún grado de interés; apenas un 1% 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 o ningún interés igual al 4%.

Variable Influencia:

Gráfico # 32. Influencia Turística de los actores locales



Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

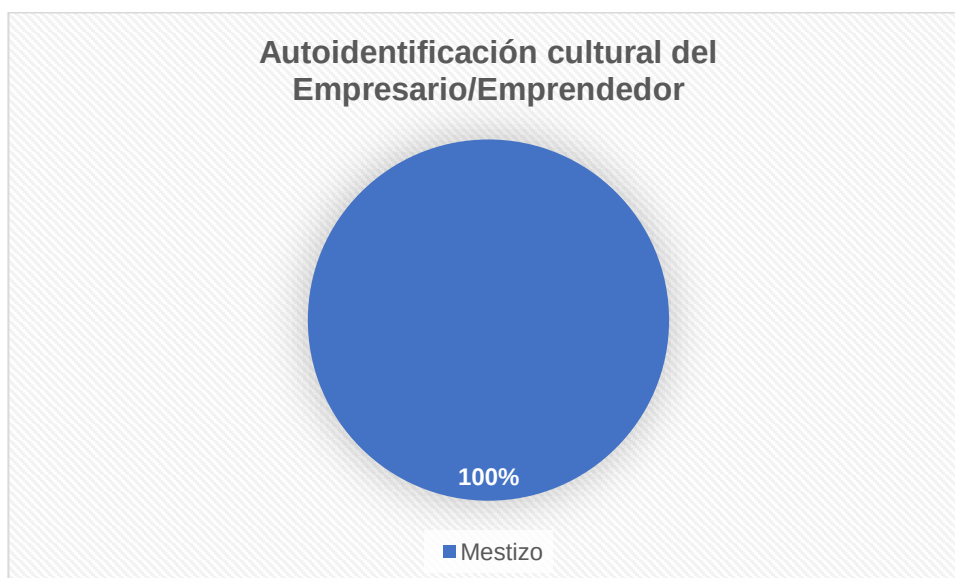
Esta variable, es importante en el análisis, pues hay actores que por su condición, presupuesto o competencia generan sobre el resto determinado grado de influencia, que es positiva desde cualquier óptica, por lo tanto, se puede evidenciar que el 23% de actores presentan algún grado y moderada influencia; un 2% tiene mucha influencia sobre el resto de actores que en un 18% reflejan poca o ninguna influencia sobre el resto de actores, finalmente el 7% tiene poca o ninguna influencia.

3.8.4. Problemas, Causas y Soluciones

Al respecto y para generar un proceso participativo, se aplicaron encuestas virtuales a los empresarios y emprendedores del cantón Pallatanga el enfoque estuvo direccionado al turismo cantonal y a la realidad de los establecimientos, así se obtuvieron los siguientes resultados:

Pregunta 1: Autoidentificación cultural del empresario turístico

Gráfico # 33. Autoidentificación cultural del empresario turístico

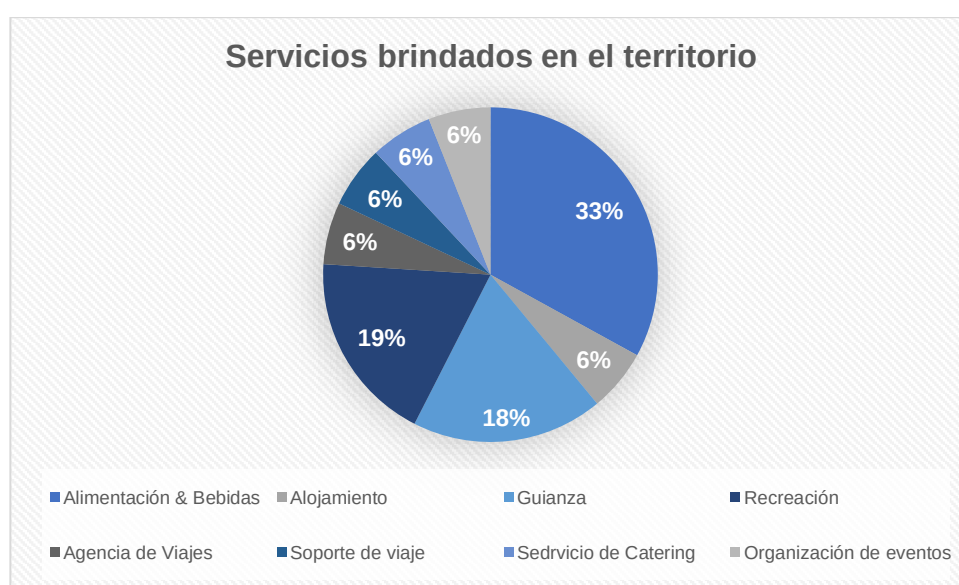


Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

El 100% de empresarios turísticos se autoidentifican como mestizos, lo que indica una completa homogeneidad étnica en este grupo. Esto podría reflejar la composición demográfica predominante en la región o barreras de acceso para otros grupos étnicos en el sector turístico. La uniformidad étnica puede influir en la visión, valores y formas de gestión de las empresas turísticas, afectando también la diversidad cultural representada en la oferta turística. Además, este dato sugiere la necesidad de políticas inclusivas que fomenten la participación de grupos indígenas u otros sectores menos representados. Comprender esta dinámica es clave para diseñar estrategias que promuevan la diversidad y la equidad en el turismo local. También se recomienda investigar si esta identidad mestiza impacta en la promoción de productos turísticos con raíces culturales específicas. En resumen, el resultado invita a reflexionar sobre la pluralidad cultural y la equidad en el desarrollo del sector turístico.

Pregunta 2: Servicio que brinda el establecimiento

Gráfico # 34. Servicios Turísticos brindados en el territorio

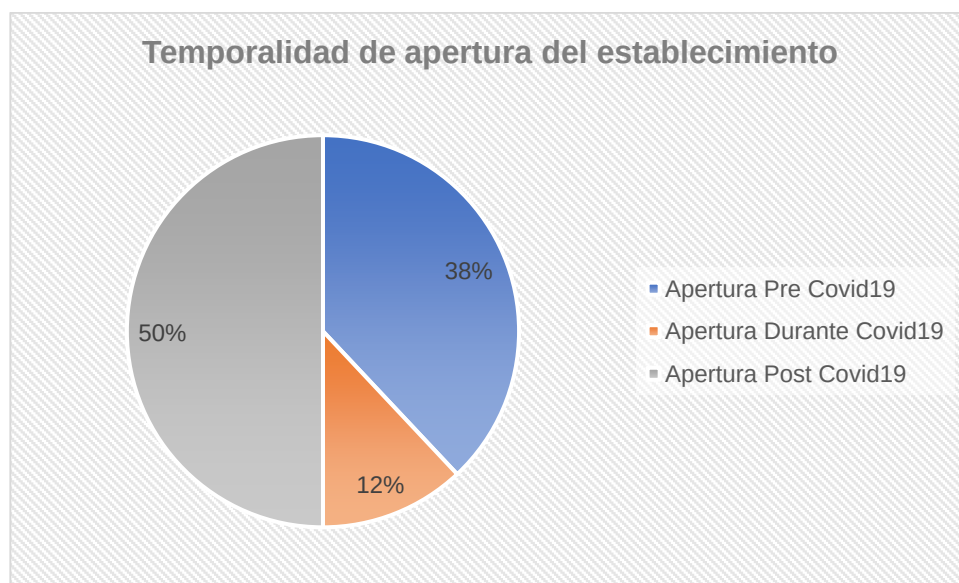


Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

En Pallatanga, la oferta turística está concentrada principalmente en Alimentación & Bebidas (33%), lo que refleja la importancia de la gastronomía local como atractivo para visitantes. Las actividades de Recreación (19%) y Guianza (18%) también tienen un peso significativo, evidenciando que el cantón ofrece experiencias recreativas y tours guiados que aprovechan su entorno natural y cultural. La baja participación en Alojamiento, Agencia de Viajes, Soporte de viaje, Servicio de Catering y Organización de eventos (6% cada una) sugiere que estos servicios son incipientes o menos desarrollados en Pallatanga, lo que podría limitar la estancia prolongada y la variedad de actividades para turistas. Esto indica una oportunidad clara para fomentar la inversión y capacitación en alojamiento y servicios complementarios, que podrían mejorar la experiencia turística integral. Además, potenciar la guianza y recreación puede fortalecer la valorización del patrimonio local y diversificar la oferta. En resumen, Pallatanga parece orientarse hacia el turismo vivencial y gastronómico, pero requiere consolidar servicios clave para crecer como destino turístico sostenible.

Pregunta 3: Temporalidad de apertura del establecimiento respecto al COVID19

Gráfico # 35. Temporalidad de Apertura del establecimiento

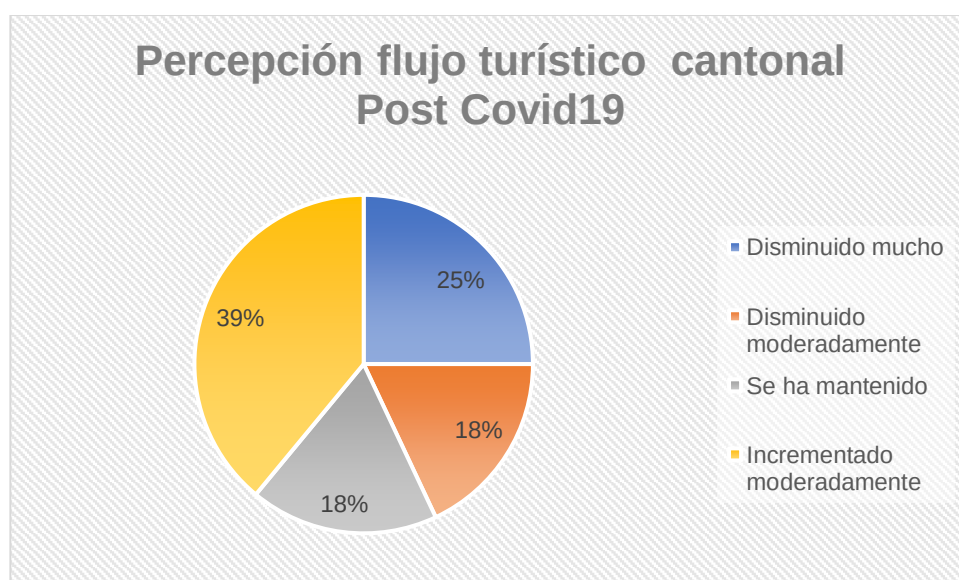


Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

El 50% de los establecimientos turísticos en Pallatanga se abrieron después de la pandemia, lo que indica una notable recuperación y posiblemente un auge en la reactivación del sector turístico local. El 38% de los negocios existían antes de la pandemia, mostrando que una parte significativa del sector tiene experiencia previa y pudo enfrentar el impacto del COVID-19. Solo un 12% se abrió durante la pandemia, lo que sugiere que la crisis limitó la creación de nuevos negocios, posiblemente debido a restricciones y menor demanda turística en ese período. Este patrón refleja la resiliencia y adaptabilidad del sector, con una recuperación fuerte en la etapa post-COVID. Además, el crecimiento post-pandemia podría estar vinculado a nuevas oportunidades de turismo local y a cambios en las preferencias de los visitantes. Este dato es clave para planificar apoyos y políticas que consoliden la sostenibilidad y expansión del sector turístico en Pallatanga.

Pregunta 4: Percepción del Flujo Turístico al cantón post COVID19

Gráfico # 36. Percepción de flujo turístico cantonal

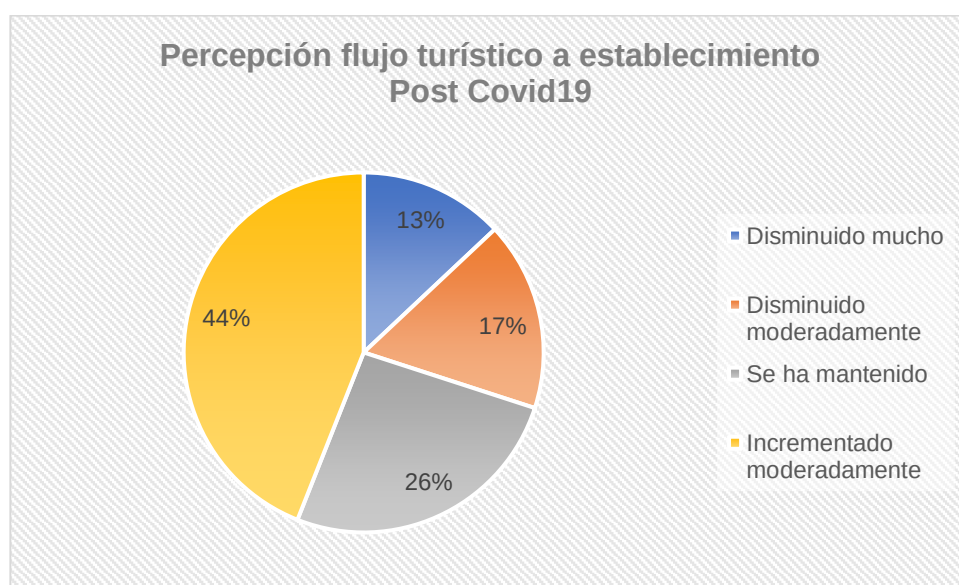


Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

El 43% de los empresarios turísticos perciben que el flujo turístico hacia el cantón Pallatanga ha disminuido, sumando un 25% que lo considera “disminuido mucho” y un 18% “disminuido moderadamente”. Esta percepción refleja que casi la mitad del sector aún siente los efectos negativos de la pandemia en la afluencia de visitantes. Sin embargo, un 18% indica que el flujo se ha mantenido estable, mientras que un 39% percibe un incremento moderado, evidenciando señales de recuperación y crecimiento turístico en la región. La percepción de disminución sugiere que existen retos pendientes para recuperar plenamente el volumen de turistas pre-COVID. Esto puede deberse a factores como cambios en las preferencias de viaje, restricciones residuales o competencia con otros destinos. En conjunto, estas percepciones muestran un turismo en proceso de recuperación desigual, que requiere acciones específicas para fortalecer la confianza y atraer más visitantes. Mantener el impulso en los sectores que crecen será clave para dinamizar el flujo turístico general en Pallatanga.

Pregunta 5: Percepción del Flujo Turístico al establecimiento post COVID19

Gráfico # 37. Percepción de flujo turístico al establecimiento

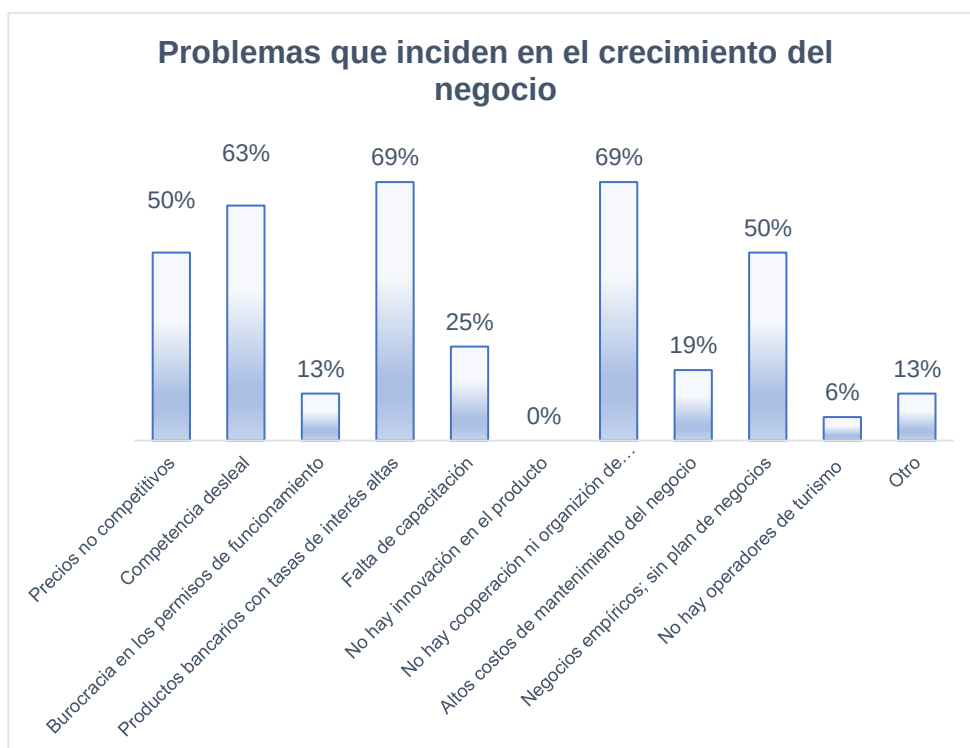


Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

El 30% de los empresarios turísticos perciben que el flujo turístico en sus establecimientos ha disminuido, con un 13% que señala una disminución significativa y un 17% una disminución moderada. Esta percepción refleja que, aunque una parte importante del sector aún enfrenta reducción en la afluencia de visitantes, la mayoría no experimenta pérdidas tan graves. De hecho, un 26% reporta que el flujo se ha mantenido estable, mientras que el 44% percibe un incremento moderado, mostrando una tendencia positiva hacia la recuperación y crecimiento. Este panorama indica que el turismo en Pallatanga está en una fase de transición, con ciertos negocios recuperando o incluso superando niveles previos, mientras otros aún enfrentan desafíos. La percepción de disminución subraya la necesidad de fortalecer estrategias para atraer más visitantes y apoyar a los establecimientos que aún no se recuperan plenamente. En conjunto, la data sugiere que el flujo turístico está mejorando, pero la recuperación aún no es homogénea en todo el sector.

Pregunta 6: Problemas que inciden en el crecimiento del negocio

Gráfico # 38. Problemas que inciden en el crecimiento del negocio

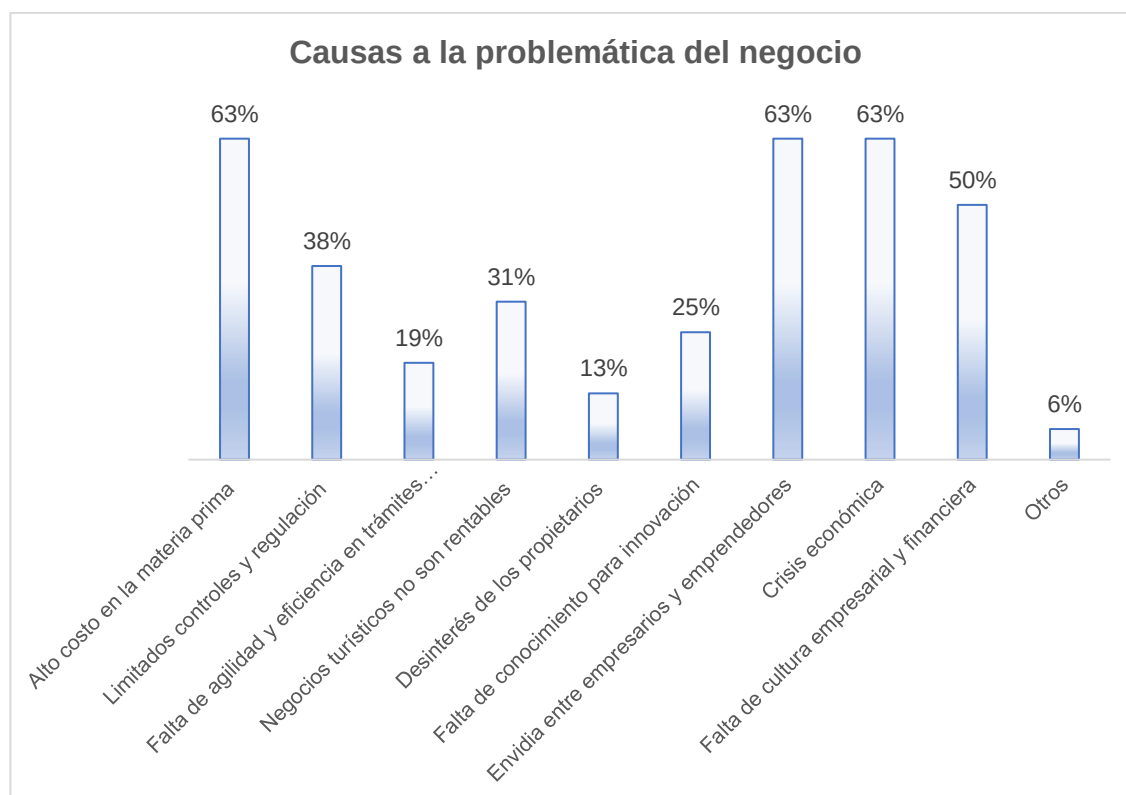


Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

Las principales barreras que enfrentan los empresarios turísticos son la competencia desleal y la falta de cooperación u organización local, ambas con un 69%, lo que indica un entorno competitivo y poco colaborativo que dificulta el desarrollo conjunto. Además, un 69% señala que los productos bancarios con tasas de interés altas limitan el acceso a financiamiento. El 50% identifica precios no competitivos y negocios empíricos sin plan de negocios como obstáculos clave, lo que refleja falta de estrategia y posicionamiento. La falta de capacitación afecta al 25%, mientras que la burocracia en permisos y otros factores como los altos costos de mantenimiento afectan a un menor porcentaje. La inexistencia de innovación no es percibida como problema, lo que podría ser una oportunidad para diferenciarse. En conjunto, estas problemáticas evidencian la necesidad de fortalecer capacidades empresariales, fomentar la cooperación y mejorar el acceso a financiamiento para impulsar el crecimiento del sector turístico local.

Pregunta 7: Causas de la problemática de crecimiento del negocio.

Gráfico # 39. Causas a la problemática del negocio

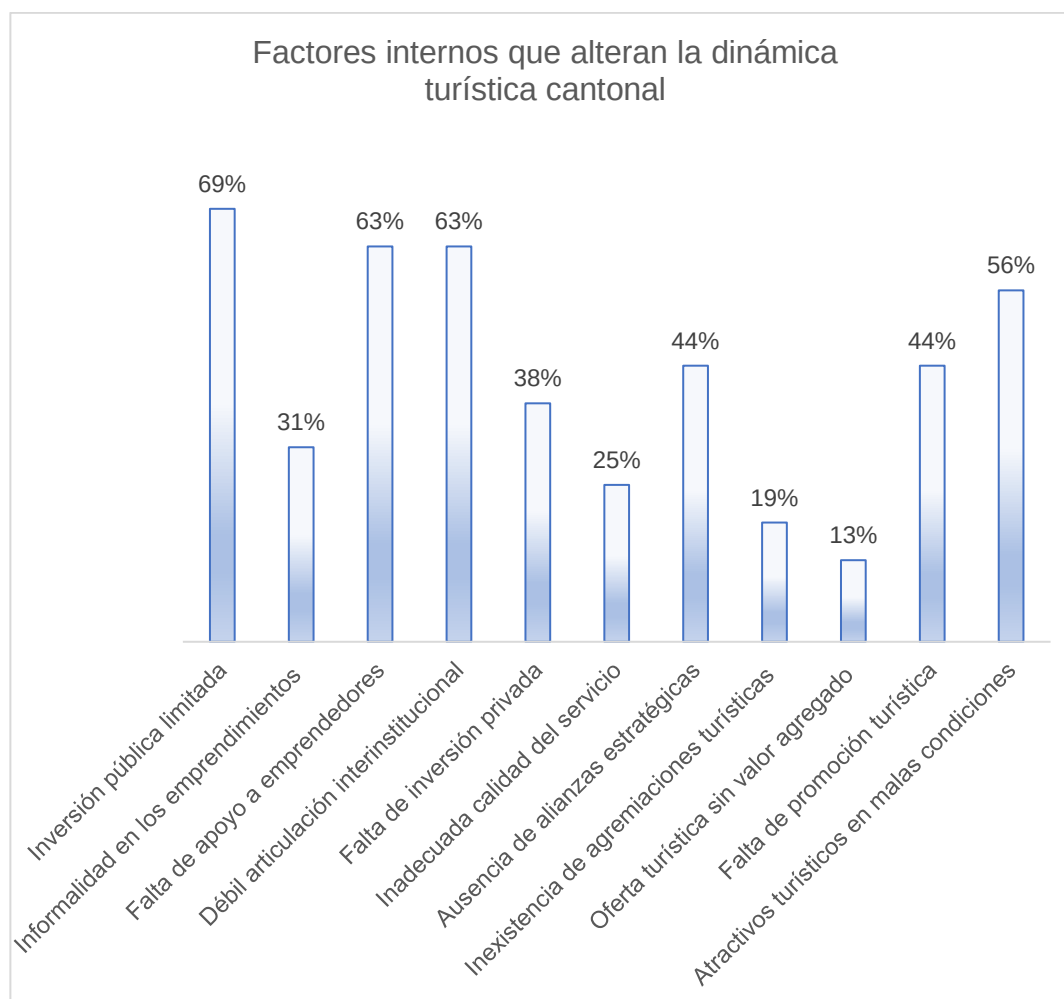


Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

Las principales causas que limitan el crecimiento de los negocios turísticos incluyen el alto costo de la materia prima, la envidia entre empresarios y la crisis económica, cada una con un 63%, lo que refleja dificultades tanto externas como internas en el sector. Además, el 50% señala la falta de cultura empresarial y financiera, mientras que un 38% percibe controles y regulaciones limitados, generando un ambiente poco estructurado. La falta de conocimiento para innovar afecta al 25%, y un 31% considera que los negocios no son rentables, lo que agrava la desmotivación y la falta de interés (13%) de algunos propietarios. La falta de agilidad en trámites públicos (19%) añade obstáculos administrativos. En conjunto, estas causas evidencian problemas financieros, culturales y de gestión que frenan el desarrollo turístico, destacando la necesidad de formación, apoyo institucional y una mejor colaboración entre actores para fortalecer el sector.

Pregunta 8: Factores internos que alteran la dinámica turística del cantón

Gráfico # 40. Factores internos que alteran la dinámica turística cantonal



Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

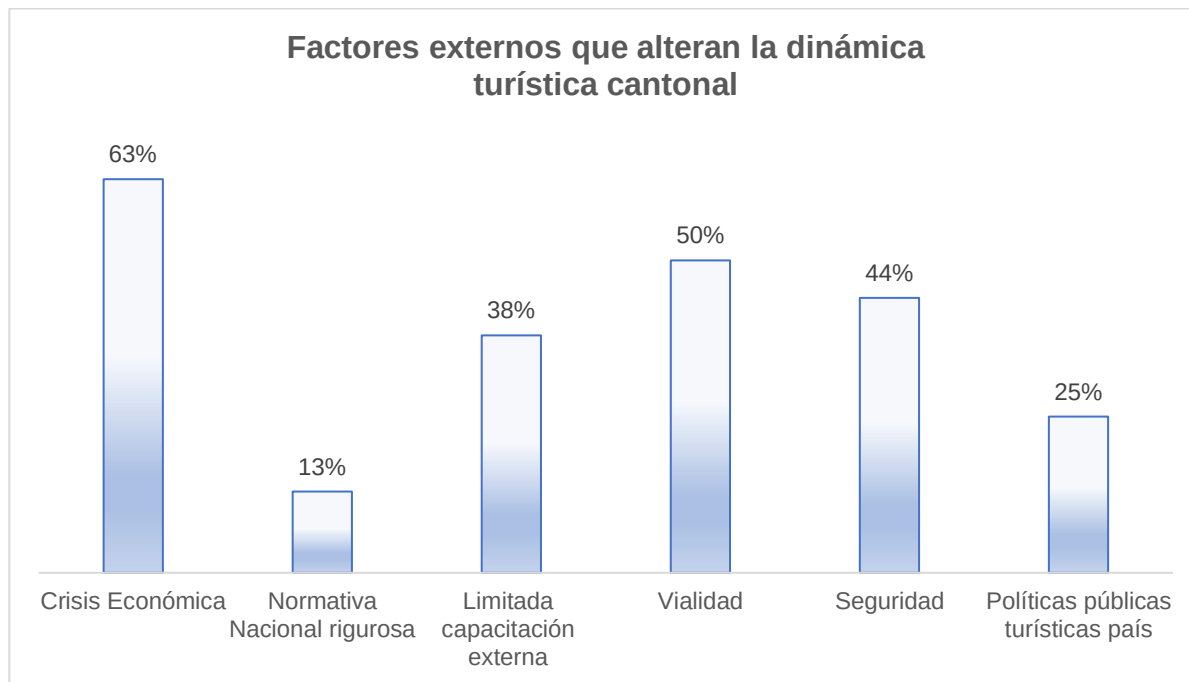
La dinámica turística en Pallatanga se ve afectada por múltiples factores internos que limitan su desarrollo y competitividad. En primer lugar, la inversión pública limitada (69%) y la falta de apoyo a emprendedores (63%) reflejan un déficit en recursos y respaldo institucional que dificulta la consolidación y expansión de los negocios turísticos. Esta carencia de recursos públicos se agrava con la débil articulación interinstitucional (63%), que impide una gestión coordinada y eficiente del sector. La informalidad en los emprendimientos (31%) también es significativa, generando dificultades para acceder a financiamiento formal y regulaciones adecuadas.

Además, la falta de inversión privada (38%) sugiere que el sector no logra atraer suficientes capitales que impulsen proyectos turísticos innovadores y sostenibles. La inadecuada calidad del servicio (25%) y la oferta turística sin valor agregado (13%) limitan la experiencia del visitante, afectando la competitividad del destino. La ausencia de alianzas estratégicas (44%) y de agremiaciones turísticas (19%) dificulta la colaboración entre empresarios, lo que es clave para articular esfuerzos y promover el destino.

La falta de promoción turística (44%) y el mal estado de los atractivos turísticos (56%) impactan directamente en la atracción y retención de visitantes, afectando la imagen y el flujo turístico. En conjunto, estos factores internos indican que Pallatanga enfrenta retos estructurales y organizativos que requieren atención integral. Es fundamental mejorar la coordinación institucional, fomentar la formalización y capacitación, impulsar alianzas y fortalecer la inversión pública y privada para dinamizar el turismo local. Sin estas acciones, el crecimiento y sostenibilidad del sector seguirán limitados.

Pregunta 9: Factores externos que alteran la dinámica turística del cantón

Gráfico # 41. Factores externos que alteran la dinámica turística cantonal



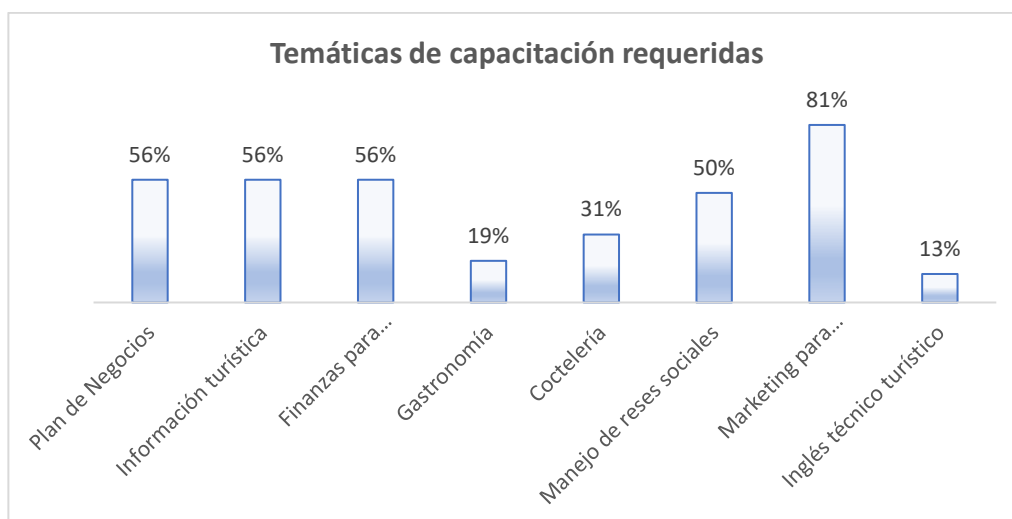
Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

La crisis económica nacional, percibida por el 63% de los empresarios, afecta directamente el turismo interno en Pallatanga, ya que reduce el poder adquisitivo de los visitantes locales y limita su gasto en actividades turísticas. La vialidad, con un 50%, es un factor crucial para el turismo interno, pues el mal estado de las vías dificulta el acceso desde ciudades cercanas y reduce la frecuencia de visitas de turistas locales. La percepción de inseguridad a nivel nacional, señalada por el 44%, también impacta negativamente en el turismo interno, generando incertidumbre y temor que desmotivan a las personas a viajar dentro del país, incluso a destinos seguros como Pallatanga.

Además, la limitada capacitación externa (38%) limita la mejora en la calidad y diversidad de servicios que podrían atraer a turistas nacionales más exigentes. La normativa nacional rigurosa (13%) y las políticas públicas (25%) parecen insuficientes para fomentar e impulsar el turismo interno, lo que genera un vacío en apoyo específico para este mercado. En conjunto, estos factores externos indican que el turismo interno en Pallatanga enfrenta barreras económicas, de acceso y percepción que requieren ser abordadas mediante mejor infraestructura, campañas de promoción que mejoren la imagen de seguridad y programas de capacitación adecuados para potenciar la oferta local y captar más visitantes nacionales.

Pregunta 10: Requerimientos de Capacitación

Gráfico # 42. Temáticas de capacitación



Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

Los datos reflejan que las principales áreas donde los empresarios turísticos de Pallatanga requieren fortalecer sus conocimientos y capacidades son Marketing para emprendedores (81%), Plan de Negocios (56%), Información turística (56%), Finanzas para emprendedores (56%) y Manejo de redes sociales (50%). Este enfoque revela una clara demanda por mejorar habilidades estratégicas y técnicas que impactan directamente en la gestión y posicionamiento de sus negocios.

El predominio del marketing (81%) subraya la necesidad de que los prestadores de servicios desarrollen competencias para promocionar eficazmente sus productos y servicios, aumentar su visibilidad y captar nuevos clientes en un mercado cada vez más competitivo. La formación en Plan de Negocios (56%) y Finanzas (56%) es vital para que los emprendedores puedan estructurar, planificar y administrar sus empresas de manera sostenible, garantizando la rentabilidad y facilitando el acceso a financiamiento.

La importancia de la Información turística (56%) también es clave, ya que permite a los empresarios comprender mejor el mercado, las tendencias y las necesidades de los visitantes, lo que mejora la oferta y la experiencia turística. El manejo de redes sociales (50%) es indispensable en la era digital para comunicar, interactuar con clientes y crear comunidades de seguidores que potencien la promoción y fidelización.

Fortalecer estas áreas no solo contribuye al éxito individual de cada negocio, sino que también mejora la competitividad y profesionalización del sector turístico local. En un contexto donde la calidad del servicio y la innovación son esenciales para atraer y mantener turistas, capacitar a los prestadores en estas habilidades es una estrategia fundamental para dinamizar el turismo en Pallatanga y favorecer su desarrollo sostenible.

Las áreas con menor porcentaje de capacitación, como inglés técnico turístico (13%), Gastronomía (19%) y Coctelería (31%), representan oportunidades clave para diversificar y mejorar la calidad del servicio turístico en Pallatanga. La formación en inglés es crucial para atender a turistas internacionales, ampliando el mercado potencial y mejorando la experiencia del visitante. Mejorar en gastronomía y coctelería permite ofrecer productos diferenciados y auténticos, fortaleciendo la identidad local y agregando valor a la oferta turística. Aunque estos temas tienen menor demanda actual, su desarrollo puede generar ventajas competitivas y facilitar la inclusión en mercados más amplios. Capacitar en estas áreas complementa las habilidades estratégicas, logrando una oferta más integral y profesional. Comprender que invertir en formación en estas áreas es fundamental para elevar la calidad del servicio y atraer un turismo más diverso y exigente.

Matriz # 08. Diagnóstico crecimiento negocio turístico

MATRIZ DIAGNÓSTICA RESPECTO AL CRECIMIENTO DEL NEGOCIO TURÍSTICO		
Problema actual	Causa probable	Solución posible
Productos bancarios con tasa de interés altas	Política monetaria restrictiva sin control directo por ausencia de banca central propia.	Gestionar créditos blandos a través de la CFN, BanEcuador o alianzas con banca de desarrollo..
Desarticulación entre empresarios turísticos	Escasa cultura empresarial	Generar procesos de formación y alianzas estratégicas
Desorganización de prestadores de bienes y servicios turísticos	Escasa cultura asociativa y desconfianza entre prestadores de servicios por falta de organización formal.	Promover la creación de asociaciones turísticas locales con respaldo del GAD y capacitación en gestión cooperativa.
Competencia desleal	Alta informalidad y operación de negocios sin permisos ni control tributario.	Establecer campañas de formalización voluntaria con incentivos como promoción gratuita y acceso a ferias locales.
Precios poco competitivos	Servicios turísticos fragmentados, sin integración ni paquetes que generen valor agregado.	Impulsar paquetes turísticos integrados (alojamiento, gastronomía, guía) mediante alianzas entre emprendedores locales.
Negocios empíricos afectan la dinámica turística	Operación basada en el empirismo sin conocimientos técnicos ni orientación al turista.	Generar planes de negocios para garantizar técnica, calidad y sostenibilidad en los negocios turísticos
Altos costos de mantenimiento del negocio	Elevados costos operativos por dependencia de insumos importados y baja eficiencia energética.	Incentivar uso de energías renovables, programas de eficiencia energética, economía circular y sostenibilidad
Operación turística local inexistente	Las condiciones actuales limitan la inversión privada en esta actividad	Gestionar alianzas privadas para la operación turística
Flujo de turistas limitado	Sistema turístico cantonal deteriorado	EL GAD Municipal articule esfuerzos y presupuestos para ejecutar la competencia de manera concurrente

Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025



“El turismo es un sector horizontal e interconectado; nuestro éxito depende de la colaboración, es decir, darnos la mano unos a otros, compartir inteligencia y compartir experiencias”



La fase de análisis estratégico constituye el punto de partida fundamental en la planificación turística de un territorio, pues permite identificar con claridad las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que condicionan su desarrollo. En el marco del Plan de Turismo Sostenible Ecuador 2030, este análisis resulta clave para adaptar los lineamientos nacionales a la realidad local del cantón Pallatanga, potenciando sus ventajas competitivas y respondiendo a las tendencias del turismo sostenible, digital e inclusivo.

El turismo, entendido como motor de dinamización económica y social, debe orientarse hacia la sostenibilidad, la innovación y la participación comunitaria. En este sentido, el diagnóstico estratégico de Pallatanga se centra en tres ejes prioritarios: la conservación de sus recursos naturales y culturales, la diversificación de productos turísticos (naturaleza, gastronomía, aventura, cultura viva) y la articulación institucional y comunitaria para la gestión del destino. Estos ejes responden a la necesidad de fortalecer la identidad territorial, incrementar la competitividad frente a otros destinos emergentes de la provincia de Chimborazo y garantizar que los beneficios turísticos lleguen de forma equitativa a la población local.

El análisis estratégico también incorpora la dimensión de mercado y promoción digital, reconociendo que la visibilidad del cantón depende de su posicionamiento en entornos tecnológicos y de comunicación. Asimismo, se considera la dimensión social e inclusiva, que busca generar empleo, emprendimientos y bienestar para los habitantes, integrando a grupos vulnerables y promoviendo la equidad en el acceso a los beneficios turísticos.

De este modo, el presente proceso de actualización de planificación establece un conjunto de políticas, estrategias y objetivos al 2027, con metas concretas de sostenibilidad, innovación y participación. Dicho marco permitirá que Pallatanga consolide su imagen como “corazón verde y gastronómico de Chimborazo”, convirtiéndose en un referente cantonal del turismo sostenible en línea con las directrices nacionales y las exigencias del turismo internacional responsable.



4.1. Análisis FODA

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) es una herramienta clave en la planificación turística porque permite comprender de manera integral la situación actual de un destino. A través de las **fortalezas**, se identifican los recursos y capacidades internas que otorgan ventajas competitivas, como atractivos naturales, culturales o gastronómicos. Las **oportunidades** muestran las tendencias y condiciones externas favorables, como el crecimiento del turismo sostenible o la digitalización. Por su parte, las **debilidades** evidencian las limitaciones internas que deben corregirse, tales como la falta de infraestructura o de capacitación en el sector. Finalmente, las **amenazas** reflejan los riesgos externos que pueden afectar al desarrollo turístico, como la competencia de otros destinos, el cambio climático o crisis económicas.

La importancia del FODA radica en que no se limita a describir la realidad, sino que orienta la toma de decisiones estratégicas: permite diseñar políticas y proyectos turísticos alineados con las capacidades locales, aprovechar oportunidades de mercado, prevenir riesgos y garantizar un desarrollo equilibrado y sostenible. En síntesis, el FODA convierte la información en un instrumento práctico para planificar, priorizar acciones y proyectar el futuro del turismo de forma realista y competitiva.

Matriz # 09. FODA Pallatanga 2025

FODA TURISMO PALLATANGA 2025			
FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)	OPORTUNIDADES (O)	AMENAZAS (A)
F1. Potencial humano dispuesto a capacitarse pese a la oferta limitada.	D1. Inversión pública limitada y baja priorización del turismo en el PDOT.	O1. Posibilidad de convenios con SECAP, universidades y ONGs para capacitaciones itinerantes.	A1. Normativa turística nacional poco flexible que obstaculiza la regularización
F2. Interés creciente de la comunidad en formalizar emprendimientos turísticos.	D2. Atractivos turísticos en mal estado por falta de mantenimiento y gestión.	O2. El turismo comunitario puede actuar como motor de reactivación económica frente a la crisis.	A2. Crisis económica que limita el consumo turístico y la inversión en infraestructura.
F3. Existencia de atractivos naturales y culturales con potencial turístico.	D3. Alta informalidad y débil calidad de servicios en muchos emprendimientos.	O3. Oportunidad de integrar al turismo en la planificación y presupuestos cantonales.	A3. Baja conectividad vial que reduce la accesibilidad y competitividad del destino.
F4. Predisposición del GAD a coordinar con instituciones externas.	D4. Ausencia de promoción estructurada y canales efectivos de difusión del destino.	O4. Espacios de articulación interinstitucional para mejorar promoción e infraestructura turística.	A4. Inadecuada seguridad afecta la percepción del visitante.
F5. Conciencia local sobre la necesidad de mejorar la calidad del servicio.	D5. Falta de alianzas y agremiaciones turísticas para generar encadenamientos productivos sostenibles.	O5. Propuesta de adecuación de normativa turística nacional a contextos rurales desde mesas técnicas.	A5. Escasa implementación de políticas públicas adaptadas al contexto local desde el nivel nacional.

Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

Esta matriz muestra una diferencia importante respecto al documento inicial, es decir ahora sin presencia de COVID 19, existen oportunidades que se han presentado, sin embargo, las debilidades se han mantenido en su mayoría, por lo cual se realizarán los análisis EFE y EFI para tener mayor claridad respecto a las estrategias.

4.2. Análisis de Factores Internos y Externos

El análisis de los factores internos y externos constituye una herramienta esencial en la planificación turística, ya que permite comprender la realidad integral de un destino y orientar las decisiones estratégicas hacia un desarrollo sostenible y competitivo.

La combinación de ambos análisis posibilita construir una visión clara y realista del destino, fomentando una planificación estratégica que no se limite a la explotación de los recursos, sino que integre criterios de sostenibilidad, innovación y resiliencia. En este sentido, la identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas (FODA) se convierte en una herramienta metodológica que guía la formulación de políticas, estrategias y objetivos concretos para lograr un turismo inclusivo, responsable y competitivo.

En definitiva, analizar los factores internos y externos no solo orienta la toma de decisiones, sino que asegura que la planificación turística esté alineada con las capacidades locales y las dinámicas globales, garantizando un desarrollo equilibrado que beneficie tanto a la comunidad anfitriona como a los visitantes.

4.2.1. Análisis de Factores Internos

En cuanto a los factores internos, su evaluación facilita identificar los recursos, capacidades y limitaciones propias del territorio: atractivos naturales y culturales, infraestructura turística, calidad de servicios, nivel de organización comunitaria y disponibilidad de talento humano. Reconocer estas variables permite fortalecer las ventajas competitivas y trabajar en la superación de debilidades que podrían obstaculizar el crecimiento turístico.

Matriz # 10. Diagnóstico de Factores Internos

MATRIZ DIAGNÓSTICA DE FACTORES INTERNOS		
Problema actual	Causa probable	Solución posible
Inversión pública limitada	El turismo no está priorizado como eje estratégico en los presupuestos del GAD cantonal.	Incluir al turismo como eje estratégico en el PDOT y asignar presupuesto en el POA para infraestructura y promoción.
Falta de apoyo a emprendedores turísticos	Ausencia de programas municipales de fomento productivo para el sector turístico.	Crear fondos de incentivo local (capital semilla) y asistencia técnica para emprendedores turísticos rurales.
Débil articulación institucional	Falta de coordinación entre GAD, MINTUR y otras entidades en proyectos turísticos.	Establecer una mesa técnica interinstitucional de turismo a nivel cantonal con actores públicos y privados.
Atractivos turísticos en malas condiciones	Mantenimiento inadecuado por falta de gestión y recursos para conservación.	Implementar un plan de recuperación de atractivos turísticos con financiamiento mixto (GAD + comunidad).
Ausencia de alianzas estratégicas en la cadena de valor	Desconexión entre sectores complementarios (alojamiento, alimentos, transporte, artesanía).	Promover alianzas comerciales entre actores turísticos mediante ruedas de negocios y plataformas digitales locales.
Falta de promoción turística	Inexistencia de una estrategia de marketing territorial y canales de difusión.	Diseñar y ejecutar un plan de promoción turística con identidad local, uso de redes sociales y señalética.
Informalidad en los emprendimientos	Escaso control municipal y falta de incentivos para la formalización.	Establecer jornadas de formalización con asesoría gratuita y beneficios como acceso a ferias y capacitación.
Calidad del servicio inadecuada	Falta de formación técnica continua en atención al cliente y operación turística.	Ejecutar capacitaciones regulares en calidad turística con el apoyo de SECAP y MINTUR.
Inexistencia de agremiaciones turísticas	Débil organización sectorial y falta de liderazgo comunitario en turismo.	Fomentar la creación de asociaciones o cooperativas turísticas con personería jurídica y acompañamiento técnico.
Oferta turística sin valor agregado	Productos turísticos básicos, repetitivos y sin diferenciación cultural o ambiental.	Desarrollar productos con identidad local (turismo comunitario, agroturismo, experiencias vivenciales).

Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

Fácilmente se puede determinar las condiciones turísticas respecto a inversión, calidad y organización inciden directamente en el desarrollo local, sin embargo, desde lo público se requiere inversión para promover, apoyar y generar articulación efectiva al momento de facilitar que la actividad turística sea parte fundamental y dinamizadora de la economía cantonal.

4.2.2. Matriz de Evaluación de Factores Internos (EFI)

Matriz # 11. EFI

Factores Internos	Tipo	Ponderación	Calificación	Puntaje Ponderado
F1. Potencial humano dispuesto a capacitarse	Fortaleza	0.08	3	0.24
F2. Interés en formalizar emprendimientos	Fortaleza	0.09	4	0.36
F3. Atractivos turísticos con potencial	Fortaleza	0.13	4	0.52
F4. Predisposición del GAD a coordinar con instituciones	Fortaleza	0.09	3	0.27
F5. Conciencia local sobre calidad del servicio	Fortaleza	0.06	3	0.18
D1. Inversión pública limitada	Debilidad	0.12	1	0.12
D2. Atractivos turísticos deteriorados	Debilidad	0.10	2	0.20
D3. Alta informalidad	Debilidad	0.12	1	0.12
D4. Falta de promoción estructurada	Debilidad	0.10	2	0.20
D5. Falta de alianzas y agremiaciones	Debilidad	0.11	2	0.22
TOTAL		1.00	–	2.43

Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

Conclusión técnica:

El resultado de 2.43 en la matriz EFI indica que el sistema turístico de Pallatanga presenta fortalezas internas moderadas, aunque las debilidades aún son significativas y deben ser abordadas con urgencia. Existen activos importantes como el potencial de los atractivos turísticos, la predisposición del GAD y la voluntad comunitaria, sin embargo, el bajo nivel de inversión pública, la informalidad y la ausencia de articulación organizativa limitan seriamente el desarrollo estructurado del turismo.

Este puntaje refleja una posición interna neutral–favorable, lo que significa que hay capacidades locales para avanzar, pero se requiere fortalecer la gestión municipal, la formación técnica, y la formalización del sector para mejorar la competitividad turística cantonal.

4.2.3. Análisis de Factores Externos

Por otro lado, el estudio de los **factores externos** permite anticipar las oportunidades y amenazas que provienen del entorno regional, nacional e internacional. Entre ellos destacan las tendencias del mercado turístico, la normativa vigente, la competencia de otros destinos, los cambios tecnológicos, así como fenómenos ambientales, económicos y sociales que impactan directamente en la actividad turística.

Matriz # 12. Diagnóstico de Factores externos

MATRIZ DIAGNÓSTICA DE FACTORES EXTERNOS		
Problema actual	Causa probable	Solución posible
Crisis económica	Bajo crecimiento productivo local y alta dependencia de recursos externos y transferencias del Estado.	Diversificar la economía cantonal con el turismo comunitario como eje dinamizador mediante proyectos sostenibles.
Conectividad vial	Infraestructura vial secundaria en mal estado y falta de inversión interinstitucional coordinada.	Gestionar convenios entre el GAD, MTOP y Prefectura para mantenimiento vial y mejora de accesos turísticos.
Seguridad integral	Débil presencia policial en zonas rurales y limitada articulación con la comunidad para prevención.	Activar comités de seguridad comunitaria en zonas turísticas y reforzar patrullajes coordinados con la Policía.
Capacitación externa limitada	Oferta técnica descentralizada escasa y falta de coordinación entre GAD y entidades formadoras.	Firmar convenios con SECAP, universidades y ONGs para implementar programas itinerantes de formación turística.
Políticas públicas turísticas inadecuadas	Falta de diagnóstico territorial y planificación específica para el sector turístico local.	Elaborar un plan cantonal de desarrollo turístico con participación ciudadana y enfoque sostenible.
Normativa Turística Nacional rigurosa	Exigencias normativas poco adaptadas a la realidad rural y dispersa del territorio.	Proponer ajustes a normativa nacional mediante mesas técnicas regionales lideradas por los GAD y el MINTUR.

Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

Como se puede interpretar los datos obtenidos al respecto, los factores externos causan un impacto directo sobre el empresario, emprendedor turístico, viéndose una afectación importante ante la limitación en el flujo de turistas; la condición de la vía estatal afecta la movilización de visitantes y turistas al territorio; más, también las condiciones de conectividad rural hacia los atractivos turísticos también ha sufrido un importante deterioro por la falta de acción de las autoridades competentes; como es de esperarse las condiciones económicas determinan la capacidad de adquisición de bienes o servicios turísticos para quien busca conocer Pallatanga, sumado a la inseguridad en las vías estatales, se puede determinar la complejidad de la actualidad turística cantonal.



4.2.4. Matriz de Evaluación de Factores Externos (EFE)

Matriz # 13. EFE

Factores Externos	Tipo	Ponderación	Calificación	Puntaje Ponderado
O1. Convenios con SECAP/universidades para capacitación itinerante	Oportunidad	0.10	3	0.30
O2. Turismo como motor de reactivación económica	Oportunidad	0.14	4	0.56
O3. Inclusión del turismo en planificación cantonal	Oportunidad	0.12	4	0.48
O4. Coordinación interinstitucional para promoción e infraestructura	Oportunidad	0.10	3	0.30
O5. Ajustes normativos a contextos rurales mediante mesas técnicas	Oportunidad	0.06	2	0.12
A1. Normativa nacional rígida	Amenaza	0.10	2	0.20
A2. Crisis económica	Amenaza	0.14	1	0.14
A3. Conectividad vial deficiente	Amenaza	0.10	1	0.10
A4. Seguridad rural insuficiente	Amenaza	0.08	1	0.08
A5. Políticas nacionales no adaptadas al territorio	Amenaza	0.06	2	0.12
TOTAL		1.00	-	2.40

Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

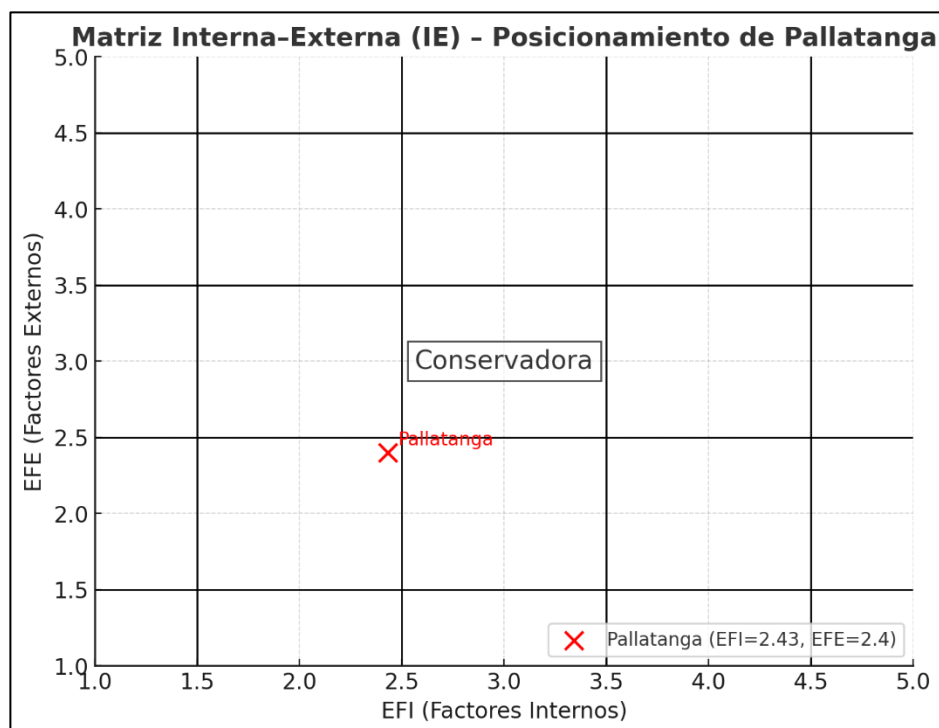
Conclusión técnica:

El resultado de 2.40 en la matriz EFE sugiere que el entorno externo para el turismo en Pallatanga ofrece más oportunidades que amenazas, aunque la diferencia es leve. Existen condiciones estratégicas favorables como la posibilidad de acceder a programas de capacitación, insertar el turismo en el PDOT, y establecer alianzas interinstitucionales. Sin embargo, la rigidez normativa, la crisis económica, la mala conectividad vial y la inseguridad rural son amenazas estructurales que exigen atención inmediata desde los gobiernos local, provincial y nacional.

Este puntaje posiciona al cantón en un entorno externo parcialmente favorable, donde una respuesta estratégica activa y bien coordinada podría permitir capitalizar las oportunidades y mitigar las amenazas, siempre que se cuente con un plan técnico y recursos básicos para ejecutar acciones.

4.2.5. Matriz Interna-Externa

Matriz # 14. FODA Pallatanga 2025



El resultado de la evaluación estratégica, con un **EFI de 2.43** y un **EFE de 2.40**, ubica al sistema turístico de **Pallatanga** en la **zona conservadora** de la Matriz Interna-Externa (IE). Este posicionamiento refleja una situación intermedia en la que el cantón cuenta con ciertas **fortalezas internas**, pero también con debilidades que limitan su competitividad, mientras que el entorno externo ofrece **oportunidades moderadas** y a la vez amenazas que deben ser gestionadas con cautela.

Condición interna (EFI 2.43):

Pallatanga dispone de atractivos y recursos turísticos relevantes, paisajes naturales, rutas gastronómicas y culturales, identidad comunitaria, pero aún existen deficiencias en infraestructura, capacitación técnica, profesionalización del sector y digitalización de servicios.

Condición externa (EFE 2.40):

El entorno ofrece oportunidades como el crecimiento del turismo sostenible, la cercanía a mercados turísticos de Guayas y Chimborazo y el respaldo de políticas nacionales (Plan de Turismo 2030). No obstante, se enfrentan amenazas como la competencia de destinos consolidados (Baños, Mindo, Riobamba), los riesgos derivados del cambio climático y las limitaciones en inversión y conectividad vial.

Implicación estratégica (Zona Conservadora):

Este cuadrante sugiere priorizar estrategias de **consolidación y fortalecimiento interno**, antes que un crecimiento agresivo. La meta principal no es expandirse aceleradamente, sino **afianzar capacidades locales, garantizar sostenibilidad y aprovechar las oportunidades** de manera gradual y responsable.

4.2.6. Análisis CAME

El análisis CAME es fundamental en la planificación turística porque **convierte el diagnóstico estratégico en decisiones concretas y viables**, asegurando que cada debilidad tenga una solución, cada amenaza una respuesta, cada fortaleza una consolidación y cada oportunidad una acción de aprovechamiento. De este modo, se logra un plan turístico más realista, sostenible y con mayores probabilidades de éxito.

Matriz # 15. Análisis CAME

ANÁLISIS CAME	
CAME	Acción Estratégica Recomendada
C – Corregir (debilidades)	● Aumentar inversión pública en turismo a través de proyectos GAD–Prefectura. ● Crear una estructura de promoción turística local. ● Formalizar emprendimientos mediante incentivos.
A – Afrontar (amenazas)	● Establecer acuerdos interinstitucionales para mantenimiento vial y seguridad. ● Gestionar una propuesta local de flexibilización normativa rural.
M – Mantener (fortalezas)	● Reforzar la coordinación del GAD con actores comunitarios. ● Continuar promoviendo capacitaciones adaptadas al territorio.
E – Explotar (oportunidades)	● Aprovechar alianzas estratégicas con la academia y otros afines para el fomento turístico. ● Posicionar al turismo como eje del desarrollo económico local mediante ejecución efectiva del PDOT.

Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

De las acciones estratégicas recomendadas en el análisis CAME, el 34% nos permitirán corregir las debilidades; mientras que el 22% permitirán afrontar las amenazas, el 22% permitirán mantener las fortalezas y el 22% explotar las oportunidades.

Recomendaciones estratégicas:

Fortalecimiento de la oferta actual: Mejorar la calidad de servicios turísticos, implementar buenas prácticas ambientales y profesionalizar la atención al visitante.

Gestión y gobernanza: Consolidar la coordinación entre el GAD, los emprendedores y las comunidades mediante un Comité Cantonal de Turismo.

Promoción selectiva: Enfocar campañas hacia mercados cercanos (Chimborazo, Guayas, Tungurahua), destacando el valor gastronómico y natural de Pallatanga.

Alianzas y cooperación: Buscar convenios con municipios vecinos y actores privados para complementar rutas y atraer visitantes sin necesidad de grandes inversiones inmediatas.

Resiliencia y sostenibilidad: Preparar planes frente a amenazas externas como la variabilidad climática, garantizando un turismo responsable y competitivo en el largo plazo.

4.2.7. Políticas Turísticas

Las políticas turísticas para el cantón Pallatanga al 2027 buscan consolidar un modelo de desarrollo participativo, seguro e innovador, en coherencia con el Plan Nacional de Turismo 2030. En primer lugar, se establece una política de **seguridad y confianza turística**, orientada a garantizar la protección del visitante mediante planes de prevención, protocolos de resiliencia y actividades seguras.

En segundo lugar, se plantea la **gobernanza y gestión participativa**, que promueve la articulación entre el GAD, la comunidad, el sector privado y la academia, asegurando la formación de promotores locales, la actualización normativa y la integración comunitaria al turismo.

Asimismo, se impulsa una política de **innovación y diversificación de productos turísticos**, enfocada en la investigación, el diseño creativo y la implementación de proyectos que generen valor agregado y respondan a las nuevas tendencias de mercado. En el ámbito estructural, se establece la política de **inversión y fortalecimiento del sistema turístico cantonal**, que prioriza la rehabilitación de atractivos, el mantenimiento de facilidades, el apoyo a los emprendimientos y la gestión de fondos que garanticen infraestructura adecuada. Finalmente, se adopta la política de **promoción y posicionamiento territorial**, que busca consolidar la marca turística de Pallatanga a través de marketing digital, participación en ferias, generación de material promocional y uso de tecnologías innovadoras como la realidad virtual y aumentada.

En conjunto, estas políticas ofrecen un marco integral que permitirá a Pallatanga consolidarse como un destino turístico seguro, sostenible y competitivo, fortaleciendo su identidad cultural y gastronómica, al tiempo que genera beneficios directos para la comunidad local.

4.2.8. Matriz de Objetivos y Estrategias y ODS

La planificación turística es un proceso que busca orientar el desarrollo de un destino hacia la sostenibilidad, competitividad e inclusión social. En este contexto, la definición de objetivos y estrategias claras y adecuadas constituye un elemento central para garantizar la eficacia de dicho proceso.

Definir objetivos y estrategias adecuadas en la planificación turística es fundamental para que los destinos logren consolidarse de manera ordenada, sostenible y competitiva. En el caso de Pallatanga, contar con objetivos claros al 2027 y estrategias alineadas a sus capacidades internas y al contexto externo le permitirá fortalecer su identidad gastronómica y natural, consolidar su gobernanza turística y asegurar que los beneficios lleguen directamente a la comunidad.

Las políticas y estrategias planteadas para el desarrollo turístico de Pallatanga se alinean directamente con varios **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**, constituyendo una hoja de ruta que integra sostenibilidad, inclusión y crecimiento económico.

1. ODS 8: Trabajo decente y crecimiento económico

Las estrategias de fortalecimiento del sistema turístico cantonal y de gestión turística para el desarrollo fomentan el emprendimiento local, la formación de promotores turísticos y la integración comunitaria, generando empleo digno y nuevas oportunidades económicas. La política de inversión en infraestructura turística apoya la creación de negocios sostenibles, contribuyendo al crecimiento inclusivo del territorio.

2. ODS 11: Ciudades y comunidades sostenibles

El impulso de productos turísticos innovadores y sostenibles fortalece la identidad local y promueve un uso responsable de los recursos, convirtiendo a Pallatanga en un destino resiliente frente a amenazas externas como el cambio climático. Las estrategias de rehabilitación de atractivos y mantenimiento de facilidades turísticas aportan a un desarrollo ordenado y sostenible del espacio urbano y rural.

3. ODS 12: Producción y consumo responsables

Las políticas de innovación de productos turísticos y de seguridad y confianza turística promueven prácticas sostenibles en el uso de recursos naturales y en la prestación de servicios. Al integrar gastronomía local, agricultura orgánica y experiencias comunitarias, se fomenta un modelo turístico que reduce impactos negativos y valoriza la producción responsable.

4. ODS 13: Acción por el clima

La implementación de planes de seguridad y resiliencia turística, junto con la promoción de actividades turísticas seguras y sostenibles, responde al compromiso de adaptación al cambio climático. La conservación de atractivos naturales y la inclusión de criterios de sostenibilidad en la planificación fortalecen la capacidad de respuesta del cantón.

5. ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos

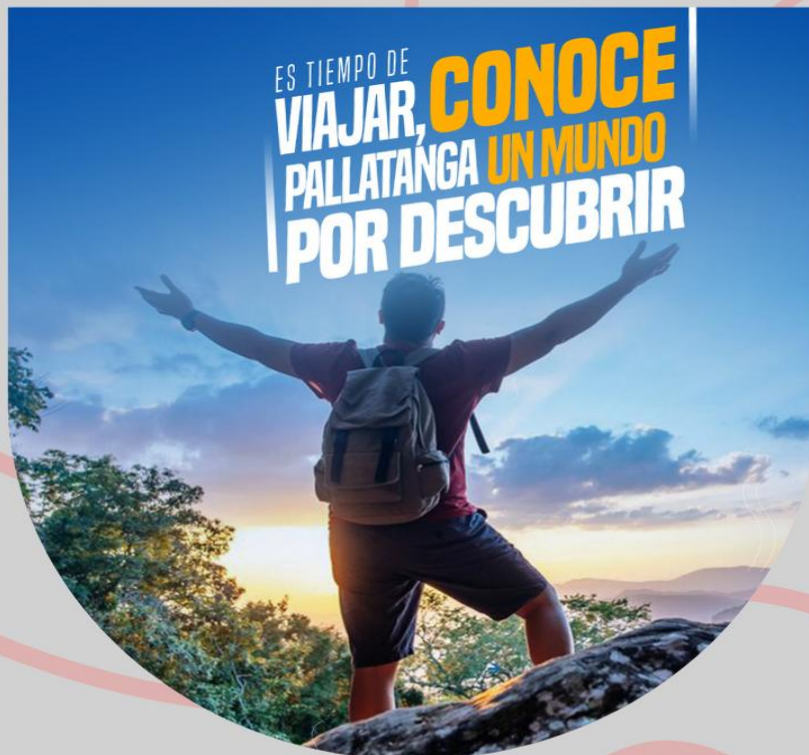
Las políticas de gobernanza participativa y promoción territorial enfatizan la cooperación entre el sector público, privado, comunidad y academia. Estrategias como la generación de la marca turística cantonal, la participación en ferias, el marketing digital y las alianzas comunitarias reflejan la necesidad de construir redes de colaboración que potencien el desarrollo turístico local y nacional.

Matriz # 16. Objetivos y Estrategias

MATRIZ DE OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS 2025-2027
Objetivo General: Consolidar participativamente el desarrollo turístico de Pallatanga, mediante una gestión integral y articulada que garantice seguridad, calidad, innovación y sostenibilidad, posicionando al cantón como un destino competitivo e inclusivo que genere bienestar social y económico para su población.
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 & TURISMO SEGURO
2. Actividades turísticas seguras
3. Transferencia de conocimientos para la resiliencia y seguridad turística
Objetivo Específico 2: Fortalecer el desarrollo turístico del cantón Pallatanga.
Estrategia Específica: Gestión turística para el desarrollo
1. Actualización e implementación de normativa turística local.
2. Formación de promotores turísticos locales.
3. Integración comunitaria al turismo cantonal.
4. Comunidades encantadas: Pallatanga un lugar para quedarse, conócelo.
5. Campañas de concienciación Turística
Objetivo Específico 3: Innovar 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: Fortalecer el sistema turístico cantonal
Estrategia Específica: Inversión para el desarrollo turístico cantonal
1. Rehabilitación de atractivos turísticos.
2. Implementación y mantenimiento de facilidades turísticas.
3. Apoyo al emprendimiento turístico.
4. Liderazgo local y fondos
Objetivo Específico 5: Promocionar y posicionar al cantón Pallatanga como un destino turístico emergente 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. (Generación de contenidos/promoción redes sociales e influencers, IA, Realidad Virtual y Aumentada))
7. Elaborar material turístico y promocional (físico y digital).



Si al franquear una montaña en la dirección de una estrella, el viajero se deja absorber demasiado por los problemas de la escalada, se arriesga a olvidar cual es la estrella que lo guía.



El modelo de gestión turística de Pallatanga se plantea como un instrumento estratégico para consolidar al cantón como un destino seguro, innovador y competitivo, capaz de generar desarrollo económico y social de manera participativa. Su diseño busca articular la seguridad, la calidad de los servicios, la innovación en la oferta y la promoción integral del territorio, de modo que el turismo se convierta en un motor sostenible de progreso local.

Este modelo reconoce que la gestión turística no se limita a la promoción del destino, sino que abarca aspectos esenciales como la planificación ordenada de actividades, la implementación de mecanismos de seguridad para visitantes, la formación de promotores turísticos, la actualización de la normativa local y la integración de las comunidades en el proceso. Con ello, Pallatanga fortalece su identidad cultural y natural, ofreciendo experiencias auténticas y seguras que contribuyen tanto al bienestar de los habitantes como a la satisfacción del turista.

De esta forma, la gestión turística en Pallatanga se concibe como un proceso dinámico que conecta las políticas públicas, la participación comunitaria y la iniciativa privada, generando un modelo sostenible alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y que posiciona al cantón como un referente de turismo de calidad en la provincia de Chimborazo y en el Ecuador.

5.1. Escenario Turístico Deseado (ETD)

El escenario turístico deseado para Pallatanga, se proyecta como un destino seguro, inclusivo y sostenible, capaz de integrar de manera armónica sus recursos naturales, culturales y gastronómicos con la innovación y la calidad en los servicios. Se busca que el turismo fortalezca la identidad local y se convierta en motor del desarrollo económico, articulando la actividad turística con sectores como la agricultura, ganadería, la artesanía y los servicios comunitarios y urbanos que conforman la cadena de valor turística local. Los barrios y comunidades con potencial turístico, organizadas se consolidan como protagonistas en la planificación y gestión, aplicando políticas modernas, capacitación constante y mecanismos de promoción digital que posicionen al cantón a nivel provincial y nacional. Así, Pallatanga aspira a consolidarse como un referente turístico emergente en Chimborazo, donde la experiencia del visitante se construye en un entorno de seguridad, participación ciudadana y respeto por el ambiente, garantizando beneficios directos y sostenibles para su población.



5.2. Estrategia Turística Cantonal (ETC)

5.2.1. Visión Cantonal

Para el año 2027, Pallatanga será un cantón donde el turismo se consolide como pilar del desarrollo socioeconómico local, integrado de manera sostenible con los actores de la cadena de valor productiva del territorio. El destino estará posicionado a nivel nacional por su seguridad, innovación y calidad, gracias a la articulación efectiva entre sector público, privado, comunitario y la cooperación internacional.

5.2.2. Misión Cantonal

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 a través de la Unidad de Gestión de Turismo.

5.2.3. Objetivos Cantonales

Los objetivos estratégicos del cantón Pallatanga plantean una visión proactiva y sostenible del desarrollo turístico local, orientada a consolidar al cantón como un destino emergente dentro de la provincia de Chimborazo. Para ello, se definen acciones específicas a corto, mediano y largo plazo que permitan potenciar el sector turístico mediante la integración de sus recursos naturales, culturales, gastronómicos y comunitarios, en articulación con otros sectores productivos del territorio. El análisis FODA realizado a nivel cantonal, considerando tanto el entorno interno (fortalezas y debilidades) como externo (oportunidades y amenazas), ha permitido formular objetivos estratégicos con lineamientos de política claros, propuestas de acción concretas y la definición de metas e indicadores medibles, lo que permite evaluar el impacto de las iniciativas y garantizar su cumplimiento. Además, se complementan con una cartera de programas y proyectos turísticos cantonales, diseñados para fortalecer la identidad cultural, diversificar la oferta turística y consolidar a Pallatanga como un referente de turismo sostenible, seguro e inclusivo dentro de la provincia y del Ecuador.

5.2.3.1. Objetivo Rector Sectorial

- ✓ Consolidar participativamente el desarrollo turístico de Pallatanga, mediante una gestión integral y articulada que garantice seguridad, calidad, innovación y sostenibilidad, posicionando al cantón como un destino competitivo e inclusivo que genere bienestar social y económico para su población.

5.2.3.2. Objetivos Estratégicos

- ✓ Garantizar que Pallatanga sea un destino que garantice seguridad al turista y visitante.
- ✓ Fortalecer el desarrollo turístico del cantón Pallatanga.
- ✓ Innovar de Productos turísticos
- ✓ Fortalecer el sistema turístico cantonal
- ✓ Promocionar y posicionar al cantón Pallatanga como un destino turístico emergente nacional.

5.2.4. Modelo de Gestión Turística Cantonal

El diseño del modelo de gestión para la actualización del Plan de Desarrollo Turístico Cantonal, parte de las definiciones establecidas en documentos oficiales entre los que se destacan:

- El Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas (COPFP), establece en su artículo 42, literal c) que, para la elaboración del modelo de gestión, los gobiernos autónomos descentralizados deberán precisar, por lo menos, los datos específicos de los programas y proyectos, cronogramas estimados y presupuestos, instancias responsables de la ejecución, sistema de monitoreo, evaluación y retroalimentación que faciliten la rendición de cuentas y el control social.

A partir del marco normativo cantonal y de la participación activa de los actores locales en la construcción del documento que actualiza el Plan de Desarrollo Turístico del Cantonal de Pallatanga (PDTCP), se ha privilegiado la gestión territorial del turismo, evidenciándose la concreción de políticas, lineamientos, propuestas de acción, metas, programas y proyectos que responden a las realidades y necesidades de la población vinculada al turismo en el cantón.

En este contexto, la implementación del PDTCP actualizado, constituye el referente estratégico para consolidar una nueva dinámica participativa de gestión territorial del turismo en Pallatanga, reflejando las propuestas de los actores barriales, comunitarios, y cantonales, los cuales se articularán posteriormente en el Comité Cantonal de Gestión Turística, iniciativa presentada ya al Pleno del Concejo Municipal para la aprobación de la ordenanza correspondiente., espacio participativo encargado de coordinar y vincular las demandas locales con las políticas, lineamientos y proyectos establecidos en el plan.

Estos elementos crean las condiciones necesarias para que el modelo de gestión turística cantonal se consolide como base de una gobernanza territorial inclusiva y sostenible. Dicho modelo estará integrado por dos componentes fundamentales:

- a) La institucionalidad para el fomento turístico cantonal; y
- b) Los instrumentos de gestión, que incluyen políticas, lineamientos, propuestas de acción, metas, programas y proyectos.

5.2.4.1. Institucionalidad para el fomento turístico cantonal.

El componente de institucionalidad constituye el pilar central de la gestión turística en Pallatanga, ya que integra mecanismos de participación ciudadana, priorización de proyectos, articulación y coordinación entre los distintos actores locales y niveles de gobierno vinculados al turismo. Su consolidación asegura la participación activa de la comunidad, la gestión conjunta entre sectores público, privado y comunitario, y el fortalecimiento de las relaciones de confianza necesarias para impulsar un turismo sostenible e inclusivo.

En este sentido, este componente se convierte en el eje rector que orientará en el largo plazo la ruta de desarrollo turístico del cantón, garantizando que las decisiones respondan a criterios técnicos, de equidad y sostenibilidad.

La institucionalidad turística de Pallatanga se organiza en cuatro mecanismos principales:

- a. Arquitectura interna del GAD Municipal para el fomento y fortalecimiento de la gestión turística.

- b. Arquitectura territorial cantonal, que articula la participación de barrios, comunidades, actores turísticos locales y organizaciones locales.

- c. Arquitectura externa, que facilita la coordinación y articulación con actores provinciales, nacionales e internacionales.

- d. Arquitectura integrada cantonal, orientada a consolidar una gobernanza turística participativa, sostenible y con visión de corto, mediano y largo plazo.

Arquitectura interna del GAD Municipal para el fomento y fortalecimiento de la gestión turística.

Para el efecto, el Gad Municipal de Pallatanga a través de su organigrama institucional, cuenta con la Unidad de Gestión de Turismo, misma que forma parte de la Dirección de Planificación, inicialmente a partir del año 2006 en base al Convenio de Transferencia de Competencias entre el Ministerio de Turismo y el entonces Ilustre Municipio de Pallatanga, esta dependencia municipal, era la encargada del fomento turístico cantonal.

Con la Constitución de la República del 2008, se da paso al proceso de descentralización nacional y es así que para el año 2016 se transfieren las facultades y atribuciones conforme la Resolución 001-CNC-2016 expedida por el Consejo Nacional de Competencias, en donde se organizan las facultades y atribuciones sin dejar de lado el convenio de descentralización con el MINTUR.

Las facultades determinadas son Planificación, Control, regulación y gestión turística; además se debe considerar que el COOTAD determina que el turismo es una actividad concurrente, para los fines de desarrollo.

Gráfico # 43. Arquitectura interna para el turismo

G A D M U N I C I P A L D E P A L L A T A N G A

ARQUITECTURA INTERNA PARA LA GESTIÓN TURÍSTICA



Arquitectura territorial cantonal

A nivel cantonal, se han definido diversas acciones orientadas al fomento del turismo en Pallatanga, articuladas principalmente a partir del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (PDOT) cantonal. Dentro de este marco, adquiere especial relevancia la propuesta de conformar el Consejo Consultivo Cantonal de Turismo Sostenible, como espacio de participación y concertación entre los actores comunitarios, productivos, institucionales y privados vinculados a la actividad turística. Esta estructura territorial responde a un nivel ejecutivo de asesoría y gestión, que permitirá coordinar acciones estratégicas, garantizar la sostenibilidad de las iniciativas y consolidar a Pallatanga como un destino seguro, innovador e inclusivo.

Gráfico # 44. Arquitectura Territorial para el turismo



Arquitectura externa

La composición del Consejo Consultivo de Turismo de Ecuador en 2025, conforme a la Ley Orgánica para el Fortalecimiento de las Actividades Turísticas y Fomento del Empleo, incluye al Ministro de Turismo (Presidente), al Ministro de Relaciones Exteriores o su delegado, al Ministro del Ambiente o su delegado, a un representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo (FENACAPTUR), a dos representantes de las Asociaciones Nacionales de Turismo legalmente reconocidas, a un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME), un representante del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador (CONCOPE), y un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FPTCE).

Para la articulación externa, desde el año 2023, se conformó a nivel provincial la Organización de Gestión de Destinos Chimborazo, pionera a nivel nacional, como la instancia responsable de articular y coordinar las acciones del sector en el territorio provincial y cantonal, permitirá consolidar propuestas, programas y proyectos, los cuales serán posteriormente elevados al Consejo Consultivo de Turismo Nacional, garantizando así la vinculación del turismo con las políticas de desarrollo productivo nacional.

Gráfico # 45. Arquitectura externa



Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

La articulación y coordinación de acciones para el turismo nacional es fundamental para garantizar un modelo de gestión integral y eficiente. Al establecer mecanismos de cooperación entre el Estado, los gobiernos locales, el sector privado y las comunidades, se evita la dispersión de esfuerzos y se optimiza el uso de recursos económicos, humanos y técnicos. Esta coordinación permite alinear políticas públicas con estrategias territoriales, asegurando que los destinos turísticos se desarrollen bajo criterios de sostenibilidad, seguridad y calidad.

Asimismo, fortalece la competitividad del país como destino internacional, al proyectar una oferta turística coherente, innovadora y diversificada. La articulación también facilita la ejecución de proyectos de infraestructura, promoción y capacitación de manera conjunta, generando impactos de mayor alcance. Finalmente, este trabajo coordinado crea condiciones para un **turismo inclusivo**, donde los beneficios se distribuyen equitativamente entre la población y se garantiza la conservación del patrimonio natural y cultural.

Arquitectura integrada cantonal

La arquitectura propuesta en la actualización del Plan de Desarrollo Turístico Cantonal de Pallatanga (PDTCP) para el fomento turístico tiene como propósito articular de manera integral las iniciativas locales con las políticas y estrategias nacionales de turismo, garantizando coherencia entre la planificación territorial y las políticas sectoriales del país. Este modelo se sustenta en la creación de espacios de diálogo y concertación como eje fundamental para la construcción de consensos, la priorización de proyectos y la coordinación de acciones interinstitucionales.

En este marco, se busca implementar el Comité Cantonal de Gestión Turística, concebido como la instancia central de articulación y dinamización de los temas sectoriales. Su función principal es integrar las demandas y propuestas de actores comunitarios, productivos, privados e institucionales, traduciéndolas en políticas, programas y proyectos concretos para el desarrollo turístico del cantón.

Este comité cumple un doble rol: por un lado, se constituye en un espacio de consulta y deliberación técnica, y por otro, en un mecanismo operativo de gestión participativa, capaz de vincular las decisiones locales con los lineamientos nacionales y provinciales. De esta manera, la arquitectura institucional propuesta se convierte en la base para consolidar una gobernanza turística sostenible e inclusiva en Pallatanga, asegurando que el turismo sea un motor de desarrollo económico, social y cultural para el territorio.

5.3. Planificación Estratégica Operativa

La planificación estratégica operativa turística constituye una herramienta fundamental para orientar de manera ordenada y eficiente el desarrollo del sector. Su finalidad es transformar los objetivos estratégicos en acciones concretas, metas medibles e indicadores verificables, permitiendo que la gestión turística avance desde la visión a largo plazo hacia resultados tangibles en el corto y mediano plazo.

En este proceso se articulan la política pública, la gestión institucional y la participación de los actores comunitarios y privados, asegurando la coherencia entre las estrategias nacionales, provinciales y cantonales con la realidad del territorio. La planificación estratégica operativa no se limita a definir actividades, sino que establece prioridades, recursos, cronogramas y responsabilidades, convirtiéndose en un instrumento clave para garantizar la sostenibilidad, competitividad e inclusión del turismo.

De esta manera, se promueve una gestión turística que combina la planificación a nivel macro con la ejecución local, fortaleciendo la gobernanza, dinamizando la economía, conservando el patrimonio cultural y natural, y generando beneficios directos para la población vinculada al turismo.

Para efectos de ejecución presupuestaria y operativización del Plan de Desarrollo Turístico actualizado, se realiza la aclaración siguiente:

Respecto al Plan de Desarrollo Turístico cantonal (2023) cuyo presupuesto planificado era de 385 000 USD, mismo que por diferentes situaciones institucionales no ha podido ejecutarse; ahora, para el proceso de actualización se considera la disminución de presupuesto y se espera que la administración municipal actual, comprenda la importancia y la necesidad de fortalecer el turismo local como una estrategia de desarrollo, que busca dinamizar la economía local, posicionar al cantón Pallatanga y especialmente promover el emprendimiento como fuente de empleo. Esta actualización de manera técnica ha determinado un presupuesto requerido de 100 000,00 USD, es decir una disminución presupuestaria del 74%. Para mayor detalle se han elaborado las siguientes matrices de planificación operativa:

Matriz # 17. PEO Objetivo 1

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							
PROGRAMA SEGURIDAD TURÍSTICA	PROYECTO/ACCIÓN	2025	2026	2027	PRESUPUESTO REFERENCIAL	INDICADORES	RESPONSABLES
	1. Plan de seguridad Turística PALLATANGA & TURISMO SEGURO				2000	1 documento entregado, socializado y en aplicación	GAD PALLATANGA MINTUR ACADEMIA
	2. Diseño/Adaptación e implementación de manuales para la práctica de actividades turísticas seguras				1500	3 manuales elaborados, socializados y aprobados	GAD PALLATANGA MINTUR ACADEMIA
	3. Transferencia de conocimientos para la resiliencia y seguridad turística				1500	30 personas capacitadas	GAD PALLATANGA MINTUR ACADEMIA
SUBTOTAL P1					5000		

Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

Matriz # 18. PEO Objetivo 2

OBJETIVO 2: Fortalecer el desarrollo turístico del cantón Pallatanga							
ESTRATEGIA 2: Gestión turística para el desarrollo							
PROGRAMA GESTIÓN TURÍSTICA	PROYECTO/ACCIÓN	2025	2026	2027	PRESUPUESTO REFERENCIAL	INDICADORES	RESPONSABLES
	1. Elaboración de Ordenanza de seguridad turística local				0	1 normativa aprobada y en aplicación	GAD PALLATANGA
	2. Formación de promotores/anfitriones turísticos locales				2000	50 personas formadas como promotores/anfitriones turísticos	GAD PALLATANGA MINTUR ACADEMIA
	3. Integración comunitaria al turismo cantonal (INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS/CHARLAS)				3000	3 acciones implementadas	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR ACADEMIA
	4. Comunidades Encantadas: Pallatanga un lugar para quedarse, conócelo				1000	3 comunidades declaradas	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR ACADEMIA
	5. Campañas de concienciación turística				2000	3 campañas de concienciación implemetadas	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR ACADEMIA
SUBTOTAL P2					8000		

Matriz # 19. PEO Objetivo 3

OBJETIVO 3: Innovación de Productos turísticos							
ESTRATEGIA 3: Investigación e innovación turística							
PROGRAMA INNOVACIÓN TURÍSTICA	PROYECTO /ACCIÓN	2025	2026	2027	PRESUPUESTO REFERENCIAL	INDICADORES	RESPONSABLES
	1. Actualización del inventario turístico cantonal				0	6 atractivos actualizados	GAD PALLATANGA
	2. Generación de valor a la cadena turística cantonal (Integración de proveedores)				0	1 gremios constituidos	GAD PALLATANGA MINTUR
	3. Diseño de productos turísticos innovadores				2000	2 productos turísticos diseñados	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR ACADEMIA
	4. Investigación turística de la Academia para el desarrollo de productos				1000	3 investigaciones realizadas	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL ACADEMIA
	5. Implementación de un banco de proyectos turísticos innovadores				0	4 proyectos innovadores en el Banco institucional	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR ACADEMIA
SUBTOTAL P3					3000		

Matriz # 20. PEO Objetivo 4

OBJETIVO 4: Fortalecimiento del sistema turístico cantonal							
ESTRATEGIA 4: Inversión para el desarrollo turístico cantonal							
PROGRAMA FORTALECIMIENTO DEL SISTEMA TURÍSTICO	PROYECTO/ACCIÓN	2025	2026	2027	PRESUPUESTO REFERENCIAL	INDICADORES	RESPONSABLES
	1. Rehabilitación de atractivos turísticos				20000	2 atractivos intervenidos y rehabilitados	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR
	2. Implementación de facilidades turísticas (seguridad, señalética y señalización turística etc.)				12000	50% de facilidades implementadas en atractivos	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL MINTUR
	3. Apoyo al emprendimiento turístico				0	10 emprendedores asesorados, capacitados y con plan de negocios	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL ACADEMIA
	4. Liderazgo Local y fondos				10000	2 proyectos financiados con cooperación internacional	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL ACADEMIA
SUBTOTAL P4					42000		

Matriz # 21. PEO Objetivo 5

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	2025	2026	2027	PRESUPUESTO REFERENCIAL	INDICADORES	RESPONSABLES
	1. Actualizar el perfil del turista que visita Pallatanga				0	1 documento actualizado y generado	GAD PALLATANGA ACADEMIA
	2. Elaborar el plan de marketing turístico del cantón				5000	1 documento entregado	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL
	3. Generar la marca turística cantonal				2000	1 documento entregado	GAD PALLATANGA
	4. Participación en ferias y eventos especializados				20000	2 eventos asistidos	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL
	5. Implementar alianzas turísticas públicas, privadas y comunitarias				0	2 alianzas generadas	GAD PALLATANGA GAD PROVINCIAL
	6. Marketing digital al servicio del turismo. (Generación de contenidos/promoción redes sociales e influencers, inteligencia artificial, realidad virtual y aumentada.)				5000	10 elementos promocionales	GAD PALLATANGA
	7. Elaborar material turístico y promocional (físico y digital)				10000	material turístico en stock	GAD PALLATANGA
SUBTOTAL P5					42000		

Finalmente, a continuación, se detalla la matriz consolidada valorada por programas:

Matriz # 22. Presupuesto consolidado por programas

PRESUPUESTO CONSOLIDADO POR PROGRAMAS	
PROGRAMA	PRESUPUESTO
SEGURIDAD TURÍSTICA	5.000,00
GESTIÓN TURÍSTICA	8.000,00
INNOVACIÓN TURÍSTICA	3.000,00
FORTALECIMIENTO SISTEMA TURÍSTICO	42.000,00
POSICIONAMIENTO TURÍSTICO	42.000,00
TOTAL PRESUPUESTO	100.000,00

Elaborado: UGT Gad Pallatanga 2025

Conclusión

Mirando hacia el futuro, Pallatanga enfrenta una oportunidad crucial para consolidarse como un destino turístico de referencia en la región Sierra del Ecuador, pero para lograrlo es imprescindible contar con un Plan de Desarrollo Turístico actualizado que guíe el crecimiento del sector de manera estratégica, sostenible y participativa. Sin una planificación clara y contemporánea, el potencial turístico del cantón podría quedar desaprovechado o gestionado de forma desordenada, lo que afectaría no solo la economía local sino también la conservación de sus recursos naturales y la cohesión social.

Un plan actualizado permitirá anticipar y adaptarse a las tendencias globales del turismo, como la creciente demanda de experiencias auténticas, turismo rural y ecoturismo, así como la integración de tecnologías digitales para la promoción y gestión del destino. Además, facilitará la identificación de prioridades en infraestructura, formación y servicios que respondan a las expectativas de visitantes cada vez más exigentes y conscientes del impacto ambiental y social.

En términos de inversión, el futuro de Pallatanga depende de la capacidad de atraer y canalizar recursos públicos y privados hacia proyectos que generen beneficios duraderos para la comunidad, impulsen la economía local y protejan el entorno natural. Un Plan de Desarrollo Turístico actualizado se convierte en la herramienta clave para garantizar que estas inversiones sean coherentes, focalizadas y contribuyan a un desarrollo equilibrado.

Asimismo, el rol de los Gobiernos Autónomos Descentralizados municipales será aún más estratégico en el futuro. Pallatanga deberá fortalecer la gestión municipal para regular el turismo, promover la participación comunitaria y articular acciones con otros niveles de gobierno y el sector privado. El plan turístico actualizado servirá como marco referencial para que el GAD municipal ejerza sus atribuciones con eficacia, transparencia y visión de largo plazo.

En definitiva, el futuro turístico de Pallatanga depende en gran medida de la capacidad de planificar con visión estratégica y actualizada. Este plan no solo será una guía para el desarrollo económico, sino también un compromiso para preservar la identidad cultural, proteger el medio ambiente y mejorar la calidad de vida de sus habitantes. Con una planificación adecuada, Pallatanga podrá transformarse en un destino turístico sostenible, innovador y competitivo, capaz de afrontar los retos futuros y aprovechar las oportunidades que el turismo global ofrece.

Atentamente



Firmado electrónicamente por:
**JAVIER GONZALO
BARAHONA IBARRA**

Validar únicamente con FirmaEC

Mg. Javier Gonzalo Barahona Ibarra
TÉCNICO DE GESTIÓN DE TURISMO GADMP