



**Estrategias de dinamización turística a partir del estudio socioeconómico del cantón
Patate, provincia de Tungurahua**

Chicaiza Suárez, Pamela Liseth y Ortega Sánchez, Diana Jacqueline

Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Trabajo de titulación, previo a la obtención del Título de Licenciada en Administración Turística y
Hotelera

Msc: Coronel Grados, Marlene Isabel

02 de marzo de 2022



PROYECTO DE TITULACIÓN CHICAIZA Y ORTEGA.docx

Scanned on: 21:47 March 7, 2022 UTC



Overall Similarity Score



Results Found



Total Words in Text

Identical Words	1067
Words with Minor Changes	0
Paraphrased Words	848
Omitted Words	2384



Escaneado electrónicamente por:
MARLENE ISABEL
CORONEL GRADOS



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Certificación

Certifico que el trabajo de titulación: “**Estrategias de dinamización turística a partir del estudio socioeconómico del cantón Patate, provincia de Tungurahua**” fue realizado por las señoritas **Chicaiza Suárez, Pamela Liseth** y **Ortega Sánchez, Diana Jacqueline**; el mismo que cumple con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, además fue revisado y analizado en su totalidad por la herramienta de prevención y/o verificación de similitud de contenidos; razón por la cual me permito acreditar y autorizar para que se lo sustente públicamente.

Sangolquí, 07 de marzo de 2022

Firma:



.....
Mgst. Marlene Isabel Coronel Grados

C.C. 1717432429



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Responsabilidad de Autoría

Nosotras, **Chicaiza Suárez, Pamela Liseth**, con cédula de ciudadanía N° 172404573-5 y **Ortega Sánchez, Diana Jacqueline**, con cédula de ciudadanía N° 180440268-1, declaramos que el contenido, ideas y criterios del trabajo de titulación: **“Estrategias de dinamización turística a partir del estudio socioeconómico del cantón Patate, provincia de Tungurahua”** es de nuestra autoría y responsabilidad, cumpliendo con los requisitos legales, teóricos, científicos, técnicos, y metodológicos establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, respetando los derechos intelectuales de terceros y referenciando las citas bibliográficas.

Sangolquí, 07 de marzo de 2022

Firma

Chicaiza Suárez, Pamela Liseth

C.C.: 172404573-5

Firma

Ortega Sánchez, Diana Jacqueline

C.C.: 180440268-1



Departamento de Ciencias Económicas, Administrativas y del Comercio

Carrera de Administración Turística y Hotelera

Autorización de Publicación

Nosotras, **Chicaiza Suárez, Pamela Liseth**, con cédula de ciudadanía N° 172404573-5 y **Ortega Sánchez, Diana Jacqueline**, con cédula de ciudadanía N° 180440268-1, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar el trabajo de titulación: **“Estrategias de dinamización turística a partir del estudio socioeconómico del cantón Patate, provincia de Tungurahua”** en el Repositorio Institucional, cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra responsabilidad.

Sangolquí, 07 de marzo de 2022

Firma

Chicaiza Suárez, Pamela Liseth

C.C.: 172404573-5

Firma

Ortega Sánchez, Diana Jacqueline

C.C.: 180440268-1

Dedicatoria

*En dedicación a mi querido hijo David y a mi hermana Kris, dos pequeños muy importantes en
mi vida.*

*Espero que este logro sirva de inspiración para guiar cada uno de sus pasos
y también de ejemplo que con perseverancia y dedicación pueden lograr
cualquier cosa que se propongan.*

Pamela Liseth Chicaiza Suárez

Dedicatoria

*Dedico este trabajo de titulación a mi madrecita allá en el cielo, Vilma Sánchez, por ser el ángel
de mi vida.*

*A mi padre Juan Ortega, porque eres un pilar fundamental en mi vida, por inculcar en mí el
esfuerzo y tesón.*

*A mi mamá de corazón Isabel Tusa por darme tu amor infinito, por ser mi guía y alentarme en
todo momento.*

*A mi esposo Rafael Guatapi, por ser mi compañero de vida, mi cómplice, por todo tu amor y
apoyo incondicional.*

*A mi hermano Maximiliano Ortega, con tu llegada trajiste felicidad a mi vida y me das impulso
para seguir.*

Finalmente, a todos mis familiares y amigos que de una u otra forma me han apoyado.

Diana Jacqueline Ortega Sánchez

Agradecimiento

“Deja todo en manos de Jehová y tus planes saldrán bien”. Proverbios 16:3

Desde muy pequeños hemos tenido el anhelo de cumplir metas personales y superarnos profesionalmente. Sin embargo, son muchos los que inician en la vida universitaria y pocos son los que lo logran. Por ese motivo, quiero agradecer a Dios, por darme las fuerzas y sabiduría necesarias para culminar esta bonita etapa, de igual forma me ha bendecido con personas maravillosas que han hecho más llevaderos los momentos difíciles.

Asimismo, agradezco a mi familia. A mis padres Edison y Marisol por haberme inculcado valores y principios, por haberme guiado y apoyado siempre.

A mis dos amores, Juan y David, quienes son parte fundamental en mi vida, por su paciencia y amor, por siempre darme ánimos para continuar.

A mi pequeña hermana Kristhel, quien con esa emoción que la caracteriza, siempre me instó a seguir adelante.

Pamela Liseth Chicaiza Suárez

Agradecimiento

Ante todo, agradezco a Dios por bendecir mi camino, por darme fortaleza para seguir adelante.

A mis padres, por forjarme como una persona de bien, porque son ejemplo de lucha, trabajo y perseverancia, este logro también es suyo.

A mi hermano, por tu cariño y apoyo, me siento tan afortunada de tenerte.

A mi esposo, por estar a mi lado, por tu amor, paciencia y apoyo, gracias por ayudarme a cumplir mis sueños, te amo.

A mi amiga y compañera de tesis Pamela Chicaiza, por tu amistad sincera, por el esfuerzo y dedicación puesto en este trabajo, juntas lo logramos.

A mis amigas Andrea, Karen y demás por su amistad y por tantos momentos compartidos.

A mi tutora de tesis MsC. Marlene Coronel, por el tiempo y el asesoramiento brindado para llevar a cabo este trabajo.

A mis profesores de la carrera, por transmitirme sus conocimientos y además el amor por esta profesión.

A la Universidad de la Fuerzas Armadas ESPE, por abrirme las puertas para poder formarme profesionalmente.

Diana Jacqueline Ortega Sánchez

Índice de Contenidos

Caratula.....	1
Similitud de contenido	2
Certificado del director	3
Responsabilidad de autoría.....	4
Autorización de publicación.....	5
Dedicatoria	6
Agradecimiento	8
Índice de Contenidos.....	10
Índice de Tablas	13
Índice de Figuras.....	15
Resumen	18
Abstract	19
Introducción.....	20
Formulación del Problema de Investigación.....	22
Planteamiento del Problema.....	22
Justificación	24
Objetivos.....	26
Objetivo General	26
Objetivos Específicos.....	26
Determinación de variables	26
CAPÍTULO I	27
Marco Teórico	27
Teorías de soporte.....	27
Teoría de Desarrollo sostenible	27
Teoría del Intercambio social	33
Marco referencial	35
El turismo sostenible como dinamizador local.	35
Actitudes de los Residentes hacia el Turismo en Destinos Turísticos Consolidados: El caso de Ibiza.....	36
Tourism and sustainable development of rural destinations: A stakeholders view.	38

Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana). Un análisis de la percepción de los residentes.....	41
Llamamiento a la acción para mitigar el impacto socioeconómico de la covid-19 y acelerar la recuperación.....	42
Marco conceptual	44
Marco legal	48
Constitución de la República del Ecuador	48
Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización	50
Ley de Turismo	51
Programa Pueblos Mágicos Ecuador - 4 Mundos.....	52
CAPÍTULO II	56
Marco Metodológico	56
Enfoque de la Investigación.....	56
Tipología de la investigación	57
Procedimiento para recolección y análisis de datos	58
Instrumentos para la recolección de información	59
Cobertura de las unidades de análisis.....	72
Muestra para la encuesta a los pobladores	73
Muestra para la encuesta a los potenciales visitantes.....	73
Censo de los prestadores de servicios turísticos	73
Procedimiento para el tratamiento y análisis de información	74
Diagnóstico Macro de la zona de estudio (provincia de Tungurahua).....	75
Componente Geográfico	75
Componente Económico.....	76
Componente Social.....	77
Componente Ambiental.....	77
Diagnóstico Micro de la zona de estudio (cantón Patate)	78
Componente Geográfico	78
Componente Económico.....	79
Componente Político.....	81
Componente Social.....	82
Componente Cultural	82
Componente Ambiental.....	84
Turismo	86

CAPÍTULO III	104
Resultados	104
Análisis de las encuestas	105
Encuesta a los pobladores del cantón Patate	105
Encuesta a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate	111
Preguntas cruzadas entre pobladores y prestadores de servicios de servicios	118
Encuesta a potenciales visitantes del cantón Patate	155
Análisis de las entrevistas	171
Discusión de resultados	174
Dimensión Económica	174
Dimensión Social	175
Dimensión Cultural	177
Dimensión Ambiental	179
Articulación de los actores del turismo	182
Crisis sanitaria y turismo	184
CAPÍTULO IV	186
Propuesta	186
Plan de Acción	186
Estrategias	190
Estrategia 1: Dinamizar la integración económica de los actores del turismo	190
Estrategia 2: Empoderando a la población local en la actividad turística	204
Estrategia 3: Reduciendo la huella del turismo	207
Estrategia 4: Impulsando a los turistas como embajadores de Patate	211
Presupuesto	214
Restricciones presentadas en la realización del proyecto de investigación	217
Conclusiones	218
Recomendaciones	220
Referencias Bibliográficas	222
Anexos	232

Índice de Tablas

Tabla 1 Matriz de operacionalización de variables cualitativas.....	68
Tabla 2 Establecimientos de servicios turísticos registrados en el cantón Patate	74
Tabla 3 Patrimonio Cultural Material e Inmaterial de Patate	83
Tabla 4 Santuario Religioso del "Señor del Terremoto"	90
Tabla 5 Museo Arqueológico y Religioso "Señor del Terremoto"	91
Tabla 6 Museo Arqueológico Sucre	91
Tabla 7 Parque Central "Simón Bolívar"	92
Tabla 8 Pasaje Turístico Marcial Soria.....	92
Tabla 9 Arepas y chicha de uva	93
Tabla 10 Fiestas del Señor del Terremoto	93
Tabla 11 Fiestas de Cantonización	94
Tabla 12 Fiestas de Corpus Christi	95
Tabla 13 Feria Eterna Primavera	95
Tabla 14 Cascada Mundug	96
Tabla 15 Cascada Las Golondrinas	97
Tabla 16 Cascada Mesa Tablón	98
Tabla 17 Laguna Sudagua	98
Tabla 18 Laguna San Borja.....	99
Tabla 19 Bosque Nublado Manteles	99
Tabla 20 Cueva de Los Incas.....	100
Tabla 21 Laguna Negra.....	100
Tabla 22 Mirador Ojos del Volcán Loma Grande	101
Tabla 23 Mirador La Tranquilla y Valle de Leito.....	101
Tabla 24 Proyección de la demanda de turistas del cantón Patate	103
Tabla 25 Giro del negocio	111
Tabla 26 Años de existencia del negocio.....	112
Tabla 27 Género del prestador de servicios turísticos	112
Tabla 28 Edad de los prestadores de servicios turísticos	113
Tabla 29 Grado de instrucción	113
Tabla 30 Impactos económicos.....	175
Tabla 31 Impactos sociales.....	177
Tabla 32 Impactos culturales	179

Tabla 33 Impactos ambientales	182
Tabla 34 Plan de Acción	187
Tabla 35 La programación de la capacitación.....	193
Tabla 36 Plan de capacitaciones	194
Tabla 37 Indicadores para seguimiento de la capacitación	198
Tabla 38 Cronograma de actividades rueda de negocios.....	200
Tabla 39 Presupuesto rueda de negocios.....	200
Tabla 40 Capitación pre-rueda.....	202
Tabla 41 Planificación Agenda Domingos Mágicos	207
Tabla 42 Presupuesto de las fundas biodegradables	209
Tabla 43 Presupuesto	214

Índice de Figuras

Figura 1 Factores que condicionan la sustentabilidad del sistema turístico	30
Figura 2 Ubicación geográfica y división política de la provincia de Tungurahua	75
Figura 3 Ubicación geográfica y división política del cantón Patate	79
Figura 4 Población Ocupada por Rama de Actividad	80
Figura 5 Edad de los pobladores encuestados	105
Figura 6 Género de los pobladores encuestados	106
Figura 7 Grado de instrucción de la población encuestada	106
Figura 8 Actividad económica de los pobladores encuestados	107
Figura 9 Conocimiento acerca de la declaratoria como Pueblo Mágico	108
Figura 10 Condiciones para el desarrollo del turismo	109
Figura 11 Participación en actividades relacionadas con el turismo	110
Figura 12 Conocimiento acerca de la declaratoria como Pueblo Mágico	114
Figura 13 Condiciones para el desarrollo del turismo	115
Figura 14 Grado de afluencia y gasto del turista.....	116
Figura 15 Aspectos que le gustaría mejorar	116
Figura 16 Convenio con otras empresas y/o entidades	117
Figura 17 Planta turística	118
Figura 18 Infraestructura	119
Figura 19 Estado de los atractivos	120
Figura 20 Promoción y publicidad del turismo	121
Figura 21 Información turística para el visitante.....	122
Figura 22 Servicio al cliente	123
Figura 23 Precios	124
Figura 24 Seguridad.....	125
Figura 25 Limpieza y salubridad	126
Figura 26 El turismo proporciona oportunidades de empleo para la comunidad local.....	127
Figura 27 El turismo proporciona más negocio para la población local y para las pequeñas y medianas empresas.....	128
Figura 28 Existen incentivos para la reactivación del turismo.....	129
Figura 29 El turismo genera un incremento en el precio de los bienes y servicios.....	130
Figura 30 El turismo beneficia solo a un pequeño número de personas	131
Figura 31 El turismo emplea mayor mano de obra extranjera	132

Figura 32 El turismo proporciona más parques y áreas recreativas públicas	133
Figura 33 El turismo proporciona un incentivo para la restauración de edificios históricos	134
Figura 34 El turismo mejora la calidad de las carreteras y otras infraestructuras públicas.....	135
Figura 35 El turismo genera mayor número de eventos para que participen los residentes	136
Figura 36 El turismo genera oportunidades laborales para los jóvenes y las mujeres	137
Figura 37 El turismo genera malestar en la comunidad por vivir en destino turístico	138
Figura 38 El turismo provoca aumento de la delincuencia.....	139
Figura 39 El turismo provoca aglomeraciones en tiendas, restaurantes, parques, rutas y otros espacios	140
Figura 40 El turismo facilita el intercambio cultural entre turistas y residentes	141
Figura 41 El turismo tiene un impacto positivo en la identidad local	142
Figura 42 El turismo proporciona un incentivo para la preservación de la cultura local	143
Figura 43 El turismo afecta negativamente a la cultura local.....	144
Figura 44 El turismo deteriora los activos culturales.....	145
Figura 45 El turismo fomenta la creación de áreas protegidas	146
Figura 46 El turismo genera recursos económicos que el Gobierno emplea en la protección de la naturaleza.....	147
Figura 47 El turismo daña o modifica el entorno natural, el paisaje, los ecosistemas, la fauna y la flora	148
Figura 48 El turismo aumenta el ruido y/o la contaminación ambiental	149
Figura 49 El turismo promueve el desarrollo local sostenible del cantón Patate	150
Figura 50 El turismo promueve la participación local, la cooperación en la planificación y desarrollo turístico	151
Figura 51 El turismo promueve la creación de nuevas atracciones turísticas	152
Figura 52 Apego de los residentes hacia el cantón	153
Figura 53 Acuerdo con el desarrollo de la actividad turística en el cantón Patate	154
Figura 54 Personas interesadas en visitar Patate.....	155
Figura 55 Edad de los potenciales visitantes	156
Figura 56 Género de los potenciales visitantes	157
Figura 57 Grado de instrucción de los potenciales visitantes	158
Figura 58 Lugar de procedencia de los potenciales visitantes.....	159
Figura 59 Motivación para viajar	160
Figura 60 Con quién viaja	161
Figura 61 Medio de transporte	162

Figura 62 Tipos de turismo en Patate	163
Figura 63 Servicios que los visitantes quieren encontrar	164
Figura 64 Tiempo de permanencia	165
Figura 65 Gasto promedio.....	166
Figura 66 Medios para recibir información	167
Figura 67 Medio para contratar los servicios y/o actividades.....	168
Figura 68 El turismo promueve el desarrollo sostenible	169
Figura 69 Perfil del potencial visitante.....	170
Figura 70 Fichas de recopilación de datos.....	191
Figura 71 Identificación de oferentes y demandantes.....	201
Figura 72 Convocatoria a los participantes	201
Figura 73 Logística de la rueda de negocios	203
Figura 74 Campaña para la creación del contenido.....	205
Figura 75 Campaña ambiental Reduciendo la Huella del Turismo	208
Figura 76 Modelos de fundas biodegradables de almidón de maíz.....	210
Figura 77 Campaña ¡Yo ya visité Patate y tú qué esperas!	212
Figura 78 Efecto personalizado con la marca Patate Pueblo Mágico	213

Resumen

El presente estudio tiene como objetivo proponer estrategias de dinamización turística a partir del estudio socioeconómico del cantón Patate, provincia de Tungurahua considerando que, en este lugar el turismo se presenta como una oportunidad para fortalecer la economía local y como herramienta que apoya el desarrollo. Por una parte, la investigación se sustenta a partir de la teoría del Desarrollo Sostenible de J. Elkington y la teoría del Intercambio Social. Por otra parte, es de tipo descriptiva y tiene un enfoque mixto. Los datos cualitativos y cuantitativos se obtuvieron a través de: la revisión de la literatura académica; encuestas a los diferentes actores como son: pobladores, prestadores de servicios turísticos y potenciales visitantes; entrevistas a autoridades del GAD cantonal y provincial, y personas destacadas en el ámbito turístico; de esta manera se recopiló información de las diferentes posturas para conocer la realidad del cantón. Los resultados permitieron constatar que la actividad turística influye de manera positiva y negativa en los aspectos económico, social y ambiental y que en ocasiones se subestiman ciertas afectaciones frente a los beneficios especialmente económicos que produce el turismo. Por consiguiente, se diseñan estrategias con acciones que están orientadas a: Dinamizar la integración económica de los actores del turismo; Empoderar a la población local en la actividad turística; Reducir la huella del turismo; e Impulsar a los turistas como embajadores de Patate.

Palabras clave: dinamización turística, impactos socioeconómicos, Patate, desarrollo sostenible.

Abstract

This study aims to propose strategies for tourism revitalization based on the socioeconomic study of Patate canton, province of Tungurahua, considering that in this place tourism is presented as an opportunity to strengthen the local economy and as a tool that supports development. On the one hand, the research is based on J. Elkington's theory of Sustainable Development and the theory of Social Exchange. On the other hand, it is descriptive and has a mixed approach. The qualitative and quantitative data were obtained through: the review of academic literature; surveys of different stakeholders such as residents, tourism service providers, and potential visitors; interviews with authorities of the cantonal and provincial GAD, and prominent people in the tourism scope; in this way, information was collected from different outlooks to learn about the reality of the canton. The results showed that tourism activity has a positive and negative influence on economic, social, and environmental aspects and that sometimes certain effects are underestimated in relation to the benefits, especially the economic benefits produced by tourism. Consequently, strategies are designed with actions that are focused to Dynamize the economic integration of tourism stakeholders; Empower the local population in tourism activity; Reduce the footprint of tourism, and Boost tourists as ambassadors of Patate.

Key words: tourism revitalization, socio-economic impacts, Patate, sustainable development.

Introducción

El turismo es considerado como un medio para alcanzar el desarrollo, por ser una actividad que permite revalorizar el componente sociocultural de un territorio. Por consiguiente, ha tomado un rol significativo como parte de los sectores productivos, caracterizándose por generar un efecto multiplicador. En aquellos lugares donde el turismo está en crecimiento, es necesario diseñar estrategias que contribuyan a su dinamización a fin de impulsar la consolidación de la actividad turística de forma sostenible; de modo que, estas deben integrar y analizar los aspectos socioeconómicos, así también, reconocer que genera costos y beneficios en torno a dichos aspectos y que esto influirá en el éxito que tenga en las diferentes localidades.

El cantón Patate presenta un gran potencial turístico, el cual fue reconocido con la declaratoria como primer Pueblo Mágico del Ecuador, y se ha planteado como visión en el PDyOT 2019-2023 ser competitivo en este ámbito, para así atraer más visitantes. No obstante, el desarrollo de la actividad turística se vio afectado a causa de la crisis sanitaria y hoy por hoy se está reactivando favorablemente. A partir de lo expuesto anteriormente, surge el interés de determinar la influencia del turismo en los aspectos económicos, sociales y ambientales, desde la perspectiva de los actores involucrados, para trabajar en función de ello y proponer estrategias de dinamización turística que contribuyan a la sostenibilidad.

La presente investigación toma como fundamento la teoría de Desarrollo Sostenible y la teoría del Intercambio social; por consiguiente, los instrumentos de recolección están en función de las dimensiones de la sostenibilidad y contemplan las repercusiones positivas y negativas que el turismo puede generar. Es así que las encuestas se aplicaron a los pobladores y prestadores de servicios turísticos; y las entrevistas a representantes de: los Prestadores de Servicios Turísticos de Patate, del Comité Pueblo Mágico, y de la Asociación de Servicios Turísticos Ruta de las Frutas; también al Coordinador de Turismo de Tungurahua, al Presidente

de la Comisión de Turismo y al Técnico de la Unidad de Turismo del GAD Patate. Además, se presenta un perfil del potencial visitante.

El trabajo de investigación se ha estructurado en cuatro apartados. En el Capítulo I se precisan las teorías que sirvieron de sustento, asimismo se aborda el marco referencial, conceptual y legal asociados al tema.

En el Capítulo II, se presenta la metodología empleada, considerando el enfoque y la tipología de la investigación; así como la población, muestra e instrumentos a utilizar para la recolección de datos. Adicionalmente, se realiza un diagnóstico macro y micro de la zona de estudio.

En el Capítulo III, se analiza la información recopilada en las encuestas y entrevistas y se procede a la discusión de resultados en donde se evalúa la actividad turística desde un enfoque socioeconómico.

Finalmente, en el Capítulo IV se desarrolla la propuesta de acuerdo con lo establecido en el apartado anterior, esta incluye estrategias orientadas a dinamizar el turismo en el cantón Patate. Por último, se determinaron las conclusiones y recomendaciones del estudio.

Formulación del Problema de Investigación

¿Un estudio socioeconómico permite proponer estrategias que favorezcan la dinamización turística en el cantón Patate?

Planteamiento del Problema

En Ecuador el turismo es una de las actividades que favorece la dinamización del tejido socioeconómico, sin embargo, la pandemia provocada por el covid-19 dejó en evidencia la vulnerabilidad de este sector. Las medidas adoptadas para disminuir la propagación del virus entre las que estaban el cierre de fronteras y el confinamiento total tuvieron grandes repercusiones, estas se evidenciaron en la disminución de las ventas generadas por el sector turístico, dado que en el 2019 fueron de \$5.596,8 millones. Mientras que en el 2020 apenas alcanzaron los \$2.824,1 millones; lo que significó la pérdida de \$2.772,7 millones (Ministerio de Turismo, 2020c).

En la provincia de Tungurahua, varios de los cantones como: Baños de Agua Santa, Cevallos, Mocha, Patate, apoyan su economía en la actividad turística. Un estudio de los impactos del turismo que llevó a cabo el Centro de Fomento e Innovación Turística realizado en los meses de marzo y abril del 2020, establece que la provincia se vio afectada económicamente en un monto aproximado de 12 millones de dólares y varios establecimientos que ofertan servicios de alimentación y alojamiento suspendieron sus actividades (Toledo, 2021).

En el caso del cantón Patate, se han puesto en marcha acciones para fortalecer el desarrollo turístico, una de ellas, es el reconocimiento como primer Pueblo Mágico el 29 septiembre de 2019. A pesar de esto, no se evidencia un diagnóstico de la situación actual producto de la actividad turística considerando los ámbitos: económico, sociocultural y ambiental; así como, la postura de los actores involucrados y que a su vez contemple la crisis

sanitaria. A fin de que, la gestión no sea limitada y más bien responda con estrategias acorde a la realidad local, en las que se tome en cuenta a todos los implicados.

De alguna manera, el covid-19 ha frenado la dinamización turística, esto se constata en los efectos acarreados. En cuanto al aspecto económico, se registró la reducción de llegadas de visitantes que ha provocado el cierre de varios establecimientos turísticos, lo que además produce la pérdida de empleo y la disminución de ingresos, de este modo, las vías recuperación se presentan inciertas (Lucero, Cunalata, & Maldonado, 2020). En el país para el año 2020, se dio un decremento de 70,2% en la llegada de extranjeros, el empleo turístico registró un decremento de 31,81% con respecto al 2019. Finalmente, la contribución directa del turismo al PIB del año 2020 alcanzó el 1,2% a diferencia del año anterior que fue del 2,2% (Ministerio de Turismo, 2020c).

Con respecto al aspecto sociocultural, los efectos están relacionados también con los económicos debido a que afectan al bienestar de las personas a causa de la disminución de ingresos y el desempleo. La crisis puso en evidencia la desigualdad social y la vulnerabilidad de ciertos grupos como: mujeres, jóvenes y trabajadores informales. El confinamiento y las restricciones de movilidad afectaron al desarrollo cotidiano, la vida social y cultural, se suspendieron o aplazaron fiestas y reuniones tradicionales que forman parte del patrimonio cultural. Adicionalmente, el cierre de los mercados de artesanías, productos y otros bienes afectó especialmente a los ingresos de las mujeres indígenas (ONU, 2020; Mur, 2020).

En lo referente al aspecto ambiental, las consecuencias pueden derivarse de la pérdida de ingresos por la disminución de la llegada de turistas lo que pone en peligro las zonas protegidas y otras de conservación de la biodiversidad, pues esto impulsa su preservación y al no tener otras alternativas, las comunidades podrían optar por la sobreexplotación de los recursos naturales para su consumo propio o para generar ingresos (ONU, 2020).

Por lo tanto, resulta necesario un análisis socioeconómico, a partir del cual se planteen estrategias que contribuyan a la dinamización del turismo. Además, Lucero, Cunalata &

Maldonado (2020), mencionan que para plantear, controlar y mejorar las estrategias es necesario investigar medir y predecir los impactos del turismo de covid-19 y enfatizan que se debe conocer el nivel de afectación para trabajar en función de ello.

Justificación

En la actualidad, muchas localidades han visto en el turismo una oportunidad de desarrollo que permite dinamizar la economía local, pues es uno de los sectores económicos que se adapta fácilmente a las condiciones y características propias de cada lugar, combinando recursos endógenos y exógenos que articulados de manera adecuada generan beneficios en las dimensiones económica, sociocultural y ambiental. Es así que, se ha convertido en una de las principales fuentes de ingresos de países en desarrollo. Sin embargo, si esta actividad se gestiona de manera deficiente y sin tomar en cuenta a los actores locales puede ocasionar impactos negativos.

El cantón Patate, distinguido como el “Valle de la eterna primavera” y como el primer Pueblo Mágico del país, por varios factores que lo hacen único, auténtico e irremplazable; entre los que destacan las festividades, gastronomía, atractivos naturales y culturales.

Adicionalmente, se encuentra cercano a Baños de Agua Santa y Ambato considerados como destinos consolidados en la provincia de Tungurahua según Velásquez (2011, p.82), factor que puede ser aprovechado para atraer mayor número de visitantes a Patate. Asimismo, posee el sello Safe Travels como destino bioseguro. Todo esto demuestra el alto potencial turístico que tiene el cantón.

Considerando que, en los últimos años se ha visto al turismo como eje crucial para alcanzar las metas de desarrollo local y teniendo en cuenta que, para sobrellevar los efectos producidos por la pandemia, depende en gran medida de la gestión con la que este se maneje, un estudio socioeconómico permitirá a las autoridades encargadas reconocer fortalezas y

debilidades, amenazas y oportunidades para así establecer estrategias que contribuyan a la dinamización turística.

De modo que, estas estrategias contribuyan e impulsen el emprendimiento, la creación de empleo, la preservación de la cultura local, permitan aprovechar adecuadamente las características y recursos del lugar, involucren a los actores públicos y privados, generen beneficios en las dimensiones inherentes de la sostenibilidad, sin comprometer el entorno y paralelamente mejoren la calidad de vida de la población. Así pues, el turismo se presenta como un medio para alcanzar el progreso de manera sostenible.

Los beneficiarios de estas estrategias son: la población residente y prestadores de servicios turísticos, pues en base a la percepción que tengan se propondrán estrategias en favor de ellos. Asimismo, una mejor gestión da paso a mejorar e innovar los servicios y productos ofertados enriqueciendo aún más la experiencia de los turistas. Además, es importante destacar que esta investigación puede servir para plantear nuevas líneas de investigaciones que contribuyan a dinamizar el turismo en el cantón Patate o como referente para otros lugares que presentan una situación similar.

Objetivos

Objetivo General

Proponer estrategias de dinamización turística a partir del estudio socioeconómico del cantón Patate, provincia de Tungurahua.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la investigación con el propósito de definir el alcance y abordaje de la problemática planteada.
- Establecer la metodología de acuerdo con las características propias de la investigación con el fin de precisar los procedimientos de recolección y tratamiento de la información.
- Evaluar la actividad turística mediante un estudio socioeconómico para conocer la situación actual que atraviesa el cantón Patate.
- Diseñar estrategias a través de un análisis de los resultados obtenidos de la investigación de campo que contribuyan a la dinamización del turismo y favorezcan el desarrollo local sostenible.

Determinación de variables

El presente estudio tiene como tiene las siguientes variables

- **Variables Independientes:**

Situación socioeconómica

- **Variables Dependientes:**

Dinamización turística

CAPÍTULO I

Marco Teórico

El presente capítulo comprende las teorías que sirven como base para el desarrollo de la investigación. Por una parte, la teoría del Desarrollo Sostenible, se basa en los ejes: económico, social y ambiental, los cuales deben interactuar en armonía. Por otra parte, la teoría del Intercambio Social explica que la actitud que la comunidad toma frente a la actividad turística está en función de los costes y beneficios que se dan en torno a los ejes antes mencionados. Para lograr la dinamización del turismo en el cantón Patate es necesario que la gestión se enmarque dentro de la sostenibilidad, haciendo a los residentes los protagonistas del desarrollo.

Teorías de soporte

Teoría de Desarrollo sostenible

Antecedentes

En el Informe de Brundtland 1987 “Nuestro Futuro Común” elaborado por la Comisión Mundial del Medio Ambiente y Desarrollo aparece oficialmente el término desarrollo sostenible como “La posibilidad de satisfacer las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las suyas” (Ferrandis, 2016, p. 78). Se determinó que al distribuir de manera más equitativa los bienes se puede alcanzar crecimiento y reducir la pobreza, para lo cual es fundamental que los líderes políticos tomen acciones para lograrlo y que los ciudadanos tengan una participación efectiva a fin de integrar la conservación ambiental con los objetivos del desarrollo económico y social (Gómez, 2017, p. 91).

A partir de esto, el desarrollo sostenible fue tomando mayor énfasis y abordado en eventos posteriores como: la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro 1992, en la cual 182 estados adoptaron el programa de acción “Agenda 21” enfocada al cambio de los modelos de

desarrollo cuyo fin era preservar los recursos del planeta. En el mismo año la ONU crea la Comisión de Desarrollo Sostenible cuyo propósito es controlar e informar sobre la puesta en práctica de los acuerdos a nivel local, nacional e internacional (Ayuso, 2013, p. 18).

Con el tiempo esta idea se ha convertido en una guía para muchos gobiernos, organismos internacionales y organizaciones no gubernamentales (Ayuso, 2013, p. 18). De tal forma que muchos países consideran que únicamente se puede alcanzar un desarrollo justo y equilibrado a través del desarrollo sostenible (Linares & Morales, 2014, p. 456). En tal sentido, en 2012 en la Conferencia de las Naciones Unidas de Río de Janeiro, se gestaron 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible y 196 países en 2015 se comprometieron en tomar acciones para su cumplimiento (Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2021)

Uno de los sectores que contribuye directa e indirectamente al cumplimiento de estos objetivos es el turismo, inmerso especialmente dentro de los Objetivos 8,12 y 14 que tratan acerca del crecimiento económico inclusivo y sostenible, el consumo y la producción sostenibles y sobre la vida submarina. Asimismo, puede contribuir en gran medida al cumplimiento de otros, como los objetivos 10,11,15 que pretenden reducir las desigualdades, promover comunidades y manejo de los ecosistemas terrestres, todo esto de forma sostenible (Suárez, & Fumero, 2020, pp. 289-290).

The triple bottom line

La sostenibilidad contempla el desarrollo de los ámbitos económico, social y ambiental de manera conciliable, en el cual el aprovechamiento de los recursos, la tecnología, inversiones, y los cambios institucionales deben estar alineadas a las necesidades actuales y venideras (Miranda, Suset, Cruz, Machado & Campos, 2007, p. 195). Al respecto, Elkington (1997) en su libro "Cannibals with forks" enfoca estas dimensiones al medio empresarial y menciona que el desarrollo sostenible se puede alcanzar mediante el "triple bottom line", plasmado en función

de: “profit” (prosperidad económica), “planet” (calidad ecológica) y “people” (bienestar social) (Ayuso, 2013, p. 25).

Al considerar los tres ámbitos se aplica la “triple rentabilidad” (Bien, 2004, p, 5). “Donde una compañía analiza los efectos sociales, ambientales y económicos de su desempeño sobre el entorno más amplio, comienza a mejorar su desempeño e informa públicamente sobre su progreso” (Elkington, 1997). La Triple Bottom Line sirve para la elaboración de las estrategias, a partir del reconocimiento de los elementos principales que se desean evaluar (Lara, 2013, p.132). De este modo, para alcanzar el desarrollo sostenible se debe lograr crecimiento económico, mediante acciones y políticas ambientalmente responsables, así como socialmente equitativas (Artaraz, 2002, p.2).

Las tres dimensiones están estrechamente relacionadas, se apoyan entre sí y son indisociables. La dimensión económica consiste en que el desarrollo sea económicamente eficiente, racionalizando los recursos. La dimensión social se basa en aspectos de equidad, accesibilidad, participación, seguridad y estabilidad institucional, compatibilidad con la cultura y valores, así como el mantenimiento y refuerzo de la identidad. La dimensión ambiental se refiere a que se debe garantizar los recursos para producir los bienes y servicios en el tiempo, tomando en cuenta la capacidad de regeneración de estos y el tiempo de desintegración de los residuos (Ayuso, 2013, p. 23; ONU, 2019).

El turismo sostenible

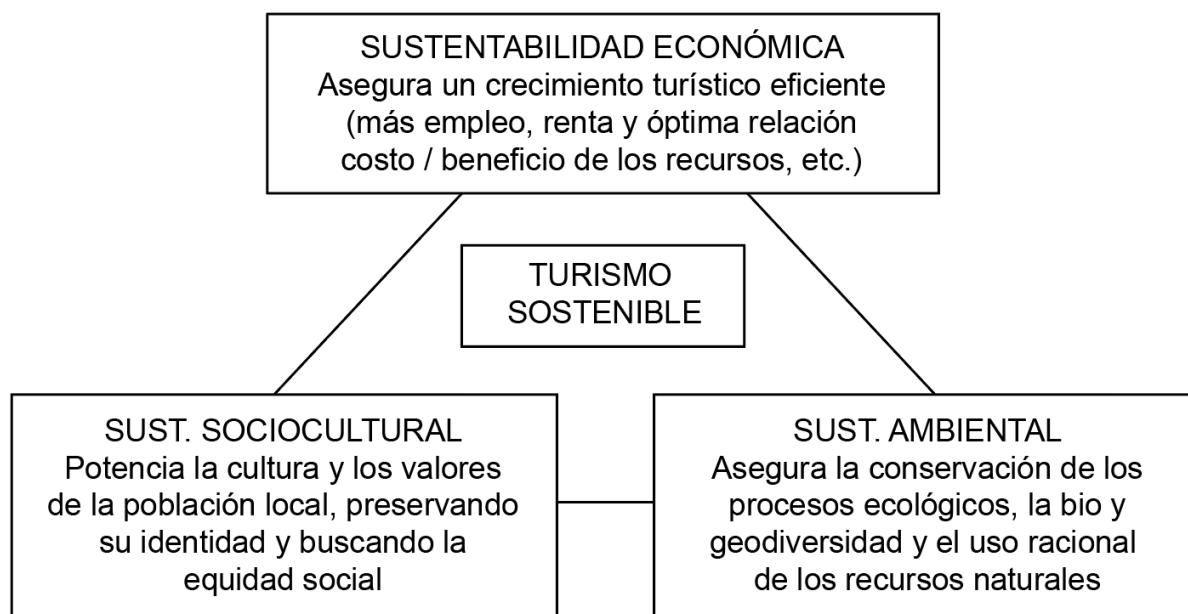
El concepto de turismo sostenible se origina en base del desarrollo sostenible a finales de los años ochenta, inicialmente en contraposición al turismo de masas, y con el tiempo se ha incorporado a las diferentes modalidades de turismo (Linares, & Morales, 2014, pp. 456-457). Es un modelo económico cuyo propósito es mejorar la calidad de vida de la población local, las experiencias de los visitantes, la preservación del medio ambiente, la obtención de rentabilidad

económica derivada de esta actividad tanto para los empresarios de este sector, como para los residentes locales (Pérez de las Heras, 2004).

Se debe encontrar la armonía entre la actividad turística, el mantenimiento intacto del medio ambiente y la parte sociocultural para minimizar posibles efectos negativos. (Lalanguí, Espinoza & Pérez, 2017, p. 150). Para evitar un manejo inadecuado del turismo, se debe hacer uso óptimo de los recursos ambientales, respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades receptoras, cuidar de los activos culturales y arquitectónicos de igual forma de los valores tradicionales, y garantizar actividades económicas viables y perdurables, de acuerdo con los principios de desarrollo sostenible establecidos por la OMT (Fernández, 2015, p. 231).

Figura 1

Factores que condicionan la sustentabilidad del sistema turístico



Nota. Tomado de Turismo y Sustentabilidad. De la Teoría a la Práctica en Cuba, Salinas & La O, 2006, p. 205.

Turismo como factor de desarrollo

El turismo fue una de los primeros sectores donde se aplicó los pilares del desarrollo sostenible. Este enfoque del turismo implica un desarrollo local donde el protagonista principal es la comunidad anfitriona, misma que aprovecha los recursos disponibles en su territorio. De este modo, la actividad turística debe ser entendida más que como un fin, como un medio; que contribuye a conseguir el desarrollo económico y social de la población (Linares, & Morales, 2014, pp.459-460).

Ciertamente, este modelo de desarrollo busca que los actores tanto públicos como privados y los sectores dentro del territorio trabajen de forma conjunta y coordinada, puesto que, la actividad turística es multisectorial y requiere diversas áreas productivas para proporcionar los bienes y servicios a los turistas, entre las que están: la agricultura, construcción, fabricación, los sectores estatales y no estatales. Así pues, tiene un efecto multiplicador, en vista de que el gasto turístico se distribuye en dichos sectores. No obstante, si el turismo no es gestionado de forma sostenible puede causar desequilibrio en la sociedad (Linares, & Morales, 2014, pp. 459-460).

En sentido, se requiere de la participación efectiva de los actores involucrados y del mismo modo una dirección política estable, que consiga consensos y una colaboración integral. Este es un proceso continuo precisa el seguimiento de los impactos, para en base a ellos llevar a cabo medidas preventivas o correctivas. Además de conseguir altos niveles de satisfacción en los turistas suponiendo una experiencia representativa, en la que se demuestre y motive prácticas sostenibles (Linares, & Morales, 2014, pp. 459-460).

El turismo como estrategia dinamizadora del tejido socioeconómico de las zonas rurales

El turismo es uno de los sectores económicos que más genera fuentes empleo y riquezas, contribuyendo así a mermar uno de los problemas sociales como es la migración de

las zonas urbanas hacia las zonas rurales. Flores y Barroso (2012) señalan que los argumentos para considerarlo como una actividad dinamizadora del desarrollo rural son los siguientes:

- Dado su efecto multiplicador, tiene la capacidad de dinamizar y diversificar las economías locales.
- Valorizan el patrimonio sociocultural y natural de las zonas en un marco de sostenibilidad.
- Debido a la demanda de los productos y/o servicios aumenta la dimensión del mercado.
- Genera muchas plazas de empleo ya que pertenece al sector servicios y requiere de una amplia mano de obra.
- Los actores principales del desarrollo son los pobladores locales, esto garantiza la sostenibilidad y competitividad del turismo.
- Permite compaginar el desarrollo socioeconómico con las políticas de conservación logrando así la viabilidad.
- Es una de las actividades económicas que aporta significativamente al PIB mundial, con alto potencial de crecimiento, en particular las modalidades de turismo de naturaleza y rural tienen gran demanda.
- Impulsa el emprendimiento a nivel local, en su mayor parte las micro, pequeñas y medianas empresas están a cargo de la comunidad. (pp. 61-62)

Por lo tanto, las estrategias de dinamización deben tener una visión integral y responsable a fin de aprovechar las características y recursos del lugar para la creación de nuevos productos, mejorar los atractivos turísticos, a su vez tomando en cuenta a todos los actores involucrados; para de este modo, favorecer el crecimiento económico, desarrollo sostenible y posicionamiento del mercado turístico. Esto se convierte en una oportunidad para la innovación, cooperación y la coordinación de la gestión público-privada. Asimismo, son

importantes dada su aportación a los modelos de planificación y competitividad turística y a la gestión, sobre todo en aquellos destinos turísticos emergentes (Chiriboga, Castro, Patiño, Tapia, & Chiriboga, 2018, p. 80)

Teoría del Intercambio social

La teoría sociológica general del intercambio social pretende comprender la postura que toman los actores involucrados frente a la interacción social, misma que a su vez se ve influenciada por los costes o beneficios resultantes del intercambio de recursos (Orgaz & Moral, 2015, pp. 2-3). Es así que, cuando los individuos reciben algo que tenga valor ya sea este social, material o psicológico se involucran con mayor compromiso en este proceso. Esta teoría además se fundamenta en que debe existir una correspondencia mutua en cuanto a los beneficios obtenidos para de esta manera seguir percibiéndolos, es decir, que exista reciprocidad (Cañero, 2018, p. 77).

En lo que respecta al turismo, esta teoría explica el intercambio de recursos con características tangibles e intangibles, que da o recibe la población residente y los turistas. De modo que, sirve como base para el análisis de las percepciones de los costes y beneficios, así como, de los impactos tanto positivos como negativos y el aporte al turismo (Orgaz & Moral, 2015, pp. 3-4). La comunidad receptora manifestará actitudes positivas y participativas en cuanto perciba mayores recompensas frente a las desventajas, que se pueden dar en el ámbito sociocultural, económico y medioambiental, además esto dependerá de los factores externos e internos que rodean a las personas (Ramón, 2012, p. 52).

Durante el intercambio los residentes ofrecen recursos y apoyo que son clave para el turismo, brindan hospitalidad y se muestran tolerantes ante las dificultades ocasionadas, entre ellas: la masificación de servicios, contaminación y congestión. Por lo tanto, una alternativa que ayuda a mitigar estos efectos es a través de involucrar y hacer partícipe a toda comunidad local. Sin embargo, usualmente no es tomada en cuenta para la planificación y ejecución de

proyectos turísticos, particularmente en los países en vías de desarrollo, donde en ocasiones estos proyectos están en manos de actores externos y de ciertas élites (Ramón, 2012, p. 53).

Cabe destacar que existirán diversas posturas, unas a favor y otras en contra, de acuerdo a los beneficios o afectaciones percibidas. Por una parte, los individuos que dependen del sector turístico, se ven favorecidos de forma directa ya sea de manera económica o personal, por ende, se mostrarán positivos al sector. Por otra parte, quienes perciben el intercambio como algo perjudicial estarán en contra del desarrollo turístico. En este contexto, es necesario determinar las causas de la valoración positiva o negativa. Considerando que para que un lugar llegue a consolidarse como destino turístico, influirá en gran medida la actitud que tomen los residentes, misma que se debe conocer para conseguir una gestión que favorezca la sostenibilidad (Ramón, 2012, pp. 52-53).

El turismo proporciona oportunidades para que el turista se relacione con otras culturas y formas de vida, lo cual le permite vivir experiencias únicas que alimentan su aprendizaje, pero es necesario tomar en cuenta los aspectos favorables y desfavorables hacia la población receptora, por ello se deben contemplar estrategias para que el beneficio sea mutuo (Cañero, 2018, pp. 77-78).

Marco referencial

El turismo sostenible como dinamizador local.

El turismo sostenible combina de forma dinámica recursos internos y externos, que bien articulados revelan una serie de beneficios en los aspectos económicos, socioculturales y ambientales; de este modo, se presenta como una estrategia dinamizadora local. López & Esteban, (2010) en su estudio exponen que el turismo es un potente motor del desarrollo local, por lo que resulta importante distinguir el grado de contribución, coordinación y dependencia con respecto a la economía local para así darle un lugar apropiado en el planteamiento de las políticas locales.

Además del respeto al medio ambiente y la cultura local, el turismo debe involucrar en todas las fases a los actores públicos y privados en concertación con la población local, caso contrario se puede transformar en una actividad con efectos adversos. De este modo, la planificación estratégica resulta indispensable tanto en destinos consolidados como en emergentes, la misma debe tener un enfoque integral considerando la creación, promoción y comercialización de los productos y/o servicios, así como la coordinación entre los actores involucrados (López & Esteban, 2010).

La actividad turística se distingue por su capacidad de: generar empleo directo e indirecto, impulsar el emprendimiento local, promover el mejoramiento de la infraestructura y servicios básicos lo que resulta favorable para la calidad de vida de los residentes, favorece el comercio local y la apertura de nuevos mercados para los productos procedentes de la agricultura, ganadería, artesanías, entre otros sectores. Además de, impulsar el desarrollo y formación de los recursos humanos locales, que debe ser uno de los ejes de actuación en pro de la dinamización local (López & Esteban, 2010).

Desde este punto de vista, uno de los componentes esenciales de las estrategias de desarrollo local fundamentados en el turismo es la formación. En cuanto a esto, las

administraciones públicas tienen labores como la de sensibilización para que los poderes públicos, el sector privado y la población hagan hincapié en este tema para forjar así una oferta turística más competitiva, asimismo, crear planes formativos integrales que vayan dirigidos para aquellos que están en la primera línea de la cadena de valor como los que están detrás y que influyen en la calidad del servicio (López & Esteban, 2010).

Otras de las propuestas de actuación que se plantean son: 1) Estimular la inversión mediante incentivos como subvenciones o exenciones fiscales certificados de calidad, cesiones de suelo y licencias municipales, ventanillas de atención única para trámites, etc., para empresas o personas involucradas en la actividad y otros que promuevan acciones social y ambientalmente responsables; 2) Alianzas estratégicas y vertebración del sector turismo, en relación a este punto, las administraciones públicas deben fomentar y brindar las facilidades para que el sector empresarial se asocie y colabore con la gestión del turismo (López & Esteban, 2010).

Finalmente, y tomando en cuenta que la ejecución de los planes y políticas de turismo son responsabilidad tanto del sector público como el privado, cada uno en trabajo coordinado debe actuar desde su campo de acción para hacer posible el desarrollo turístico (López & Esteban, 2010).

Actitudes de los Residentes hacia el Turismo en Destinos Turísticos Consolidados: El caso de Ibiza

Ramón, (2012) basa su estudio en la teoría del Intercambio Social, considerando que el producto turístico implica diversas actividades, pero un elemento primordial es la hospitalidad que brindan tanto prestadores de servicios como pobladores residentes a los turistas, lo que influirá en gran medida en la valoración que los visitantes tengan del destino. Además, si un lugar llega a desarrollarse como destino turístico también se debe a que la población local estima los beneficios como más altos que los costes o desventajas. Lo cual evidencia la importancia que

tiene para una gestión turística sostenible obtener información de la postura de los residentes y trabajar en función de ello. Al respecto plantean posibles acciones para mejorar sus actitudes:

- A. Controlar la capacidad de carga ya sea si el destino es incipiente o consolidado, se debe empezar por medir y establecer el límite para evitar su degradación.
- B. Implicar a los residentes en la actividad turística, para alcanzar este fin se precisan de ciertos elementos como: la correcta información y la participación de los residentes. Las decisiones al respecto deben mantenerse al alcance local, en administraciones o en personas de la región.
- C. Crear oportunidades empleo y negocio para la población local, tomando en cuenta que es prioridad el beneficio económico del sitio.
- D. Controlar la llegada de inmigrantes inducida por el turismo, a fin de evitar conflictos sociales, si está dentro de las competencias locales se debe controlar el arribo de inmigrantes o en tal caso llevar a cabo acciones inclusivas.
- E. Mejora de las infraestructuras y recursos turísticos, sin dar prioridad al turista sobre el uso, sino que deben ser polivalente (turistas y residentes).
- F. Actuar sobre los líderes de opinión, o las personas que son consideradas como un referente para un grupo de personas, puesto que, si tienen una opinión favorable sobre el desarrollo turístico de la región influenciarán en el resto de la población. Del mismo modo, se debe trabajar con medios de comunicación y grupos de presión.
- G. Trabajar en el aspecto cultural, llevar a cabo acciones que aumenten los efectos positivos como: promover el intercambio y difusión cultural; evitar la “pseudocultura” o la exageración y teatralización solo por atraer más turistas.
- H. Dejar zonas de “intimidad” para los habitantes, a fin de evitar la sofocación, esto se puede conseguir por ejemplo delimitando las zonas residenciales de los lugares con gran actividad turística para de este modo disminuir las molestias que puede ocasionar el turismo.

- I. Minimizar incomodidades en los residentes, para no generar estrés en la población por vivir en un destino turístico, efectuando acciones como: vigilancia policial en los lugares turísticos o reducir la contaminación acústica.
- J. Cuidado ambiental, a través de la implementación de políticas a fin a: minimizar las repercusiones ambientales y crear espacios protegidos incluyendo a los residentes, para que ellos no tomen esto como una intromisión.
- K. Educación y cualificación profesional, priorizando a la población nativa partiendo de la premisa a mayor formación mayores posibilidades de desarrollo de la localidad y de la población.
- L. Diversificar y desestacionalizar la oferta turística, los gestores turísticos deben impulsar productos y servicios novedosos para así atraer a nuevos segmentos.
- M. Diversificación económica, no solo enfocarse en una actividad económica, para no crear dependencia (Ramón, 2012).

Tourism and sustainable development of rural destinations: A stakeholders view.

El turismo puede considerarse como una herramienta de desarrollo en la que deben utilizarse los principios del desarrollo sostenible. De modo que, para que el turismo sea sostenible, debe proteger la cultura local, mejorar el bienestar social e individual y preservar el medio ambiente, adicionalmente, la sostenibilidad debe estar vinculada a todos los tipos y escalas de actividades y entornos turísticos. Sin embargo, no es fácil implementar el turismo sostenible a nivel local pues en muchos destinos turísticos, los residentes están excluidos de la toma de decisiones, hay ausencia de colaboración de las partes interesadas y existe un control externo sobre el desarrollo por parte de operadores privados o inversores extranjeros (Eusébio, Kastenholz & Breda, 2014).

Una de las modalidades que más aporta y en donde se puede aplicar la sostenibilidad es el turismo rural. En este contexto, el artículo “Turismo y desarrollo sostenible de los destinos

rurales: Una vista de las partes interesadas” analiza las percepciones de los distintos involucrados (visitantes, residentes, agentes de abastecimiento del sector privado y entidades responsables de la planificación turística), del pueblo Janeiro de Cima, sobre la actividad turística del pueblo y sus implicaciones para el desarrollo sostenible (Eusébio, Kastenholz & Breda, 2014).

Para la obtención de datos se realizaron entrevistas semiestructuradas a 9 visitantes, 11 residentes, 7 agentes de abastecimiento locales y 8 representantes de la administración local. Dicha información sirvió para determinar el perfil de los visitantes y de la comunidad receptora, así como las principales actividades de los agentes del sector privado. Respecto al punto de vista de los visitantes, todos mencionaron que disfrutaron la visita al pueblo por su belleza natural, patrimonio cultural, y la gente local con sus valores y costumbres; asimismo resaltaron la importancia de las interacciones agradables con los residentes; la mayoría de los visitantes adquirieron artesanías o productos locales; por último, pocos visitantes dijeron que algunos residentes son más accesibles para comunicarse con los visitantes que otros (Eusébio, Kastenholz & Breda, 2014).

En cuanto al punto de vista de los agentes del sector privado, reconocieron que la hospitalidad es un elemento clave para atraer visitantes. Además, afirman que el turismo ha generado más impactos positivos que negativos, como la creación de empleo, dinamización de actividades comerciales, revitalización de productos locales; y añaden que la agricultura también se beneficia. Por contraparte, explican que: los productores locales no pueden vender los productos directamente a los visitantes, las actividades turísticas son estacionales y de alguna manera se sienten excluidos del proceso de toma de decisiones y suelen utilizar canales informales para intercambiar información y participar en el proceso de toma de decisiones (Eusébio, Kastenholz & Breda, 2014).

En lo que respecta al punto de vista de las entidades responsables de la planificación turística, las opiniones son similares a las de los actores privados, pues consideran al turismo

como un motor de desarrollo local y un complemento de otras actividades económicas, también como una forma de valorización y promoción de recursos endógenos y productos locales. Estas entidades, especialmente las locales, tienen vínculos estrechos con los actores privados y la población, mismas que son importantes para ganar confianza, especialmente a través de reuniones comunitarias. Hay una clara inversión realizada por algunas entidades regionales en la construcción de un espíritu comunitario y relaciones de red, para involucrar a la comunidad local en el proceso de desarrollo, es decir, utilizando metodologías de la Agenda 21 Local (Eusébio, Kastenholtz & Breda, 2014).

Acerca del punto de vista de la comunidad local, están muy satisfechos con el turismo, varios residentes señalaron impactos positivos como: generación de empleo, revitalización de actividades tradicionales y creación de nuevas empresas, y mencionan que los establecimientos comerciales son los principales beneficiarios, por la venta de productos locales; pero que los agricultores no pueden vender directamente los productos a los visitantes. Asimismo, el turismo contribuye a que la población local se sienta orgullosa de su patrimonio tangible e intangible, pero los residentes sugieren la creación de actividades recreativas y la mejora de los servicios comerciales y de otro tipo para que los turistas permanezcan más tiempo. Sin embargo, algunos mencionan que se sienten excluidos del proceso de toma de decisiones (Eusébio, Kastenholtz & Breda, 2014).

A modo de conclusión, se puede establecer que para los planificadores turísticos y los agentes de suministro locales, el turismo es el principal motor del desarrollo local y destacan el potencial del turismo para mejorar el desarrollo sostenible; no obstante, la población es menos entusiasta, pues percibe una distribución desequilibrada de los beneficios económicos, pero reconoce una vida social más dinámica. Por lo tanto, todas las partes interesadas del destino local entienden que la aldea podría mejorar su atractivo turístico, especialmente si se utilizan mejor los recursos endógenos y los productos locales. De tal forma que, para alcanzar un desarrollo sostenible de la localidad se requiere realizar ciertos cambios e involucrar a la

comunidad y a los agentes de suministro tanto en la planificación como en la toma de decisiones (Eusébio, Kastenholz & Breda, 2014).

Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana). Un análisis de la percepción de los residentes

Cañero, (2018) en esta investigación tiene el propósito de examinar la postura de las comunidades rurales por el turismo de tipo comunitario. Si bien es cierto, esa tipología está en consonancia con la sostenibilidad, aun así, se debe considerar que la actividad turística puede acarrear repercusiones positivas y negativas. Mediante una revisión teórica el autor determina que los impactos se dan en tres dimensiones: económica, sociocultural y ambiental.

Con respecto a los impactos socioculturales destaca que se debe perseguir un equilibrio entre los costos y beneficios que perciben los residentes, debido a que esto influye de manera directa en la satisfacción del turista y a su vez es de suma importancia para que el turismo tenga éxito. En este contexto, se reconocen efectos positivos tales como: la promoción y conservación de lugares y sitios históricos, la preservación de los valores culturales de las comunidades y un incremento en las posibilidades de esparcimiento de los residentes. En cuanto a lo negativo, puede conducir a un aumento de problemas sociales como: la delincuencia, la prostitución y también la pérdida de la identidad cultural (Cañero, 2018).

En cuanto a lo ambiental, Cañero, (2018) señala que las amenazas se dan principalmente en lugares y situaciones con bajo control sobre la capacidad de carga, menciona que al ser el paisaje un recurso turístico vital, resulta crucial preservarlo. Otra acotación importante es la relación que debe existir con el desarrollo sostenible en función de la importancia de los impactos del turismo para el futuro de la actividad. En lo que se refiere a lo económico, se destaca la generación de empleo, oportunidades de negocio, aumento de la fuente de ingresos de la población local, lo que resulta en un aumento de la calidad de vida, además que impulsa el mejoramiento de las infraestructuras locales.

El estudio concluye en que la dimensión económica es la única que se estima generalmente como positiva, en virtud de que se subestima lo negativo frente a la influencia positiva que genera el turismo en las economías. Finalmente, se enfatiza que los resultados obtenidos deberían ser contemplados por las administraciones locales puesto que, aportarían a mejorar el desarrollo turístico, a medida que, las acciones se desempeñen conforme a los principios del desarrollo sostenible, y tomando en cuenta los intereses de las comunidades locales (Cañero, 2018).

Llamamiento a la acción para mitigar el impacto socioeconómico de la covid-19 y acelerar la recuperación

La OMT a través del Comité Mundial de Crisis para el Turismo formado por representantes de varios organismos vinculados, exponen esta guía, la cual presenta una serie de recomendaciones cuya finalidad es apoyar la recuperación del turismo y de la sociedad; es importante destacar que los planteamientos deben tomar en cuenta la permanencia y el alcance de la crisis tanto en el ámbito sanitario como en el económico (OMT, 2020b, p. 1).

El virus de covid-19 puso en pausa a la sociedad a nivel global, esto produjo una serie impactos en los sectores económicos y sociales. El sector turístico es uno de los más perjudicados, dado que genera empleos directa e indirectamente al largo de su cadena de valor, con esta crisis un sin número de puestos de trabajo se han perdido, lo cual afecta especialmente a grupos más sensibles como: comunidades rurales, mujeres y jóvenes. Debido a que el turismo integra a muchos sectores tiene efecto sobre los aspectos económico, social y ambiental. Aun cuando, esto lo pone en desventaja ante la situación actual; las acciones que se lleven a cabo para reactivarlo influirán también en otros sectores (OMT, 2020a, pp. 5-6).

De modo que, para la recuperación y reactivación del turismo se requiere de apoyo inmediato y planes de mitigación que permitan mantener al mercado y el empleo. Esta es una oportunidad para reinventar y perseguir un crecimiento que ponga en práctica la sostenibilidad,

es decir, que beneficie a las personas sin perjudicar al planeta, considerando que, transcurre la década de acción pues quedan diez años para lograr los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Agenda 2030. En este sentido, es la ocasión para que el turismo afiance su compromiso hacia estos propósitos y pueda recuperarse de la crisis, forjando oportunidades para muchas personas alrededor del mundo (OMT, 2020a, pp. 5-6).

La guía se basa en dos principios: Apoyar los viajes y el turismo, es apoyar el empleo y los medios de vida; El turismo tiene una capacidad demostrada para recuperarse e impulsar la recuperación de otros sectores. Dicho de otra manera, el turismo se interrelaciona con varios sectores lo que a su vez produce un efecto multiplicador. La guía está conformada por 23 recomendaciones que sirven de base para que los gobiernos, el sector privado y la comunidad internacional ejecuten acciones, mismas que están divididas en tres ámbitos clave:

1. **Gestionar la crisis y mitigar el impacto:** estas recomendaciones pretenden contrarrestar la baja económica, que amenaza varios aspectos entre estos, los empleos relacionados al turismo y en particular de los grupos vulnerables, por ello, en esta área se propone medidas con relación a conservar las plazas empleo, coadyuvar a los trabajadores autónomos, garantizar liquidez, verificar las normativas, impuestos y tasas e impulsar el desarrollo de competencias.
2. **Suministrar estímulos y acelerar la recuperación:** las recomendaciones de este apartado requieren que el turismo sea incluido y tome un papel importante dentro de los planes de acción y de las políticas de recuperación. Por lo tanto, se contemplan los siguientes factores: el alza de las restricciones de viaje a medida de lo posible, fortalecimiento de la confianza de los viajeros y consumidores, potencialización del marketing, incentivos financieros y políticas fiscales flexibles.
3. **Prepararse para el mañana:** en esta sección se sugiere sacar el máximo aprendizaje de la crisis, reforzando la capacidad de resiliencia y enfocándose en el gran aporte del turismo al cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, así como, de

su capacidad para dirigir el crecimiento a nivel local y nacional. Las recomendaciones además hacen un llamado a los gobiernos y al sector privado para aprovechar esta situación y elaborar planes de preparación para optar por la economía circular (OMT, 2020b, p.2).

Marco conceptual

Capacidad de Carga

Es el umbral o límite de tolerancia más allá del cual se saturan las instalaciones (capacidad de carga física), disminuye el bienestar del visitante (capacidad de carga perceptual o psicológica), la población residente siente malestar por el aumento excesivo de turistas (capacidad de carga social) o se degrada el medio ambiente (capacidad de carga ambiental) (Quinteros, 2004).

Calidad de vida

“Medida de logro respecto de un nivel establecido como óptimo teniendo en cuenta dimensiones socioeconómicas y ambientales dependientes de la escala de valores prevaleciente en la sociedad y que varían en función de las expectativas de progreso histórico” (Velásquez, 2001).

Desarrollo local

El desarrollo local es un proceso endógeno registrado en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos capaz de promover el dinamismo económico y la mejoría en la calidad de vida de la población. A pesar de constituir un movimiento de fuerte contenido interno, el desarrollo local está inserto en una realidad más amplia y compleja con la cual interactúa y de la cual recibe influencias y presiones positivas y negativas.(...) El desarrollo local dentro de la globalización es una resultante directa de la capacidad de los actores y de la sociedad local para estructurarse y movilizarse en base a sus potencialidades, y en su matriz cultural, para definir, explorar sus prioridades

y especificidades en la búsqueda de competitividad en un contexto de rápidas y profundas transformaciones (Boisier, 2005).

Desarrollo turístico

El desarrollo turístico puede definirse específicamente como la provisión y el mejoramiento de las instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definido de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos (Pearce, 1991, como se citó en Varisco, 2008).

Dinamización

Creación de dinamismo en una actividad: dinamización de la vida cultural. Los planes de dinamización turística surgen a raíz de la necesidad de reanimar, reactivar, de movilizar el turismo en una determinada área, en un determinado destino. Se aplica a la persona que tiene mucha actividad, energía y diligencia para hacer cosas (Ramos, 2012, p. 15).

Dinamización turística

“Tienen como finalidad los destinos turísticos en fase de desarrollo incipiente, cuyo objetivo es acelerar el crecimiento y asegurar la sostenibilidad futura, donde los beneficiarios son pequeñas poblaciones, ciudades medianas y áreas territoriales extensas” (Tapia, Chango, & Pazmiño, 2021, p. 3).

Diversificación económica

“Es el proceso de trasladar una economía de una fuente de ingresos única a múltiples fuentes de una gama creciente de sectores y mercados” (UNFCCC, 2021).

Economía circular

Es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar materiales y productos existentes todas las veces que sea posible para crear un valor añadido. De esta forma, el ciclo de vida de los productos se

extiende. En la práctica, implica reducir los residuos al mínimo. Cuando un producto llega al final de su vida, sus materiales se mantienen dentro de la economía siempre que sea posible. Estos pueden ser productivamente utilizados una y otra vez, creando así un valor adicional (Parlamento Europeo, 2021).

Excursionista (visitante del día)

“Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como visitante del día (o excursionista) si su viaje no incluye una pernoctación. Los visitantes de cruceros, por ejemplo, se clasifican como excursionistas porque no pernoctan en el país de referencia” (UNWTO, 2021, p. 12).

Impactos del turismo

“Son el resultado de una compleja interacción de fenómenos, una interacción que se manifiesta en el vínculo entre los turistas, el área de destino y su población” (Quinteros, 2004).

Impactos socioeconómicos

“...se compone de un grupo de actividades de distinta naturaleza (económica, social, geográfica, cultural, ambiental e institucional” (Carvajal, 2020).

Percepción

Las percepciones pueden entenderse como el resultado de la interpretación realizada por la mente de los datos recibidos por los sentidos. En este proceso los datos objetivos y neutros que llegan a los sentidos se convierten en recuerdos subjetivos provocados por elementos propios de la persona y con capacidad de influir en las valoraciones posteriores que realice el individuo. Podemos considerar que las percepciones son el proceso de conversión de los datos que llegan a través de los sentidos en información, bajo la influencia de valores, creencias y procesos mentales de síntesis de los datos, para ser usados en la formación de actitudes (Ramón, 2012).

Planificación turística

“La guía de pensar antes de actuar, utiliza procesos para introducir una mayor racionalización y organización en las actividades y acciones propias de la actividad turística, que debe alcanzar sus objetivos y metas preestablecidas de manera eficiente y eficaz maneja los recursos que en algunos casos son escasos y en otros puestos a prueba” (Rivera, & Cachipiendo, 2019).

Pueblos Mágicos

“Localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico” (Gobierno de México, 2019).

Stakeholders

“Aquellas personas o grupos de personas procedentes de entidades públicas o privadas que pueden afectar o son afectadas por las actividades turísticas y que, por lo tanto, deben ser considerados como un elemento esencial en la planificación estratégica del sector del turismo en un territorio o destino turístico” (Morales & Hernández, 2011, p. 896).

Turista

Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (UNWTO, 2008).

Marco legal

Para la presente investigación se ha tomado en cuenta la normativa legal vigente que parte de la constitución y de las entidades que regulan la actividad turística del país de acuerdo a su área de competencias.

Constitución de la República del Ecuador

Es la norma jurídica de mayor jerarquía que actualmente está vigente, fue creada en el 2008, con la modificación más reciente el 25 de enero de 2021. En esta se establecen las normas que rigen al Estado ecuatoriano (Asamblea Nacional del Ecuador, 2021). A continuación, se citan los artículos que se han considerado relevantes para el desarrollo de la presente investigación:

TÍTULO I

ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO

Capítulo primero

Principios fundamentales

Art. 3.- Son deberes primordiales del Estado:

1. Garantizar sin discriminación alguna el efectivo goce de los derechos establecidos en la Constitución y en los instrumentos internacionales, en particular la educación, la salud, la alimentación, la seguridad social y el agua para sus habitantes. [...]
3. Fortalecer la unidad nacional en la diversidad. [...]
5. Planificar el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir.
6. Promover el desarrollo equitativo y solidario de todo el territorio, mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización.
7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país. [...]

TÍTULO II**DERECHOS****Capítulo segundo****Derechos del buen vivir****Sección cuarta****Cultura y ciencia**

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

Art. 22.- Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoría.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

TÍTULO II**DERECHOS****Capítulo segundo****Derechos del buen vivir****Sección sexta****Hábitat y vivienda**

Art. 31.- Las personas tienen derecho al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad, justicia social, respeto a las diferentes culturas urbanas y equilibrio entre lo urbano y lo rural. El ejercicio del derecho a la ciudad se basa en la

gestión democrática de ésta, en la función social y ambiental de la propiedad y de la ciudad, y en el ejercicio pleno de la ciudadanía.

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización

Se convirtió en ley de la República con el registro oficial 303 en el 2010, su última actualización fue en 2020, establece la normativa que rige a los diferentes niveles de gobierno (COOTAD, 2020). Para el desarrollo de este estudio se ha tomado en cuenta los siguientes artículos:

TÍTULO I

PRINCIPIOS GENERALES

Art. 1.- **Ámbito.** - Este Código establece la organización político-administrativa del Estado ecuatoriano en el territorio: el régimen los diferentes niveles de gobierno autónomos descentralizados y regímenes especiales [...].

Art. 4.- **Fines de los gobiernos autónomos descentralizados.** - Dentro de sus respectivas circunscripciones territoriales son fines de los gobiernos autónomos descentralizados:

- a) El desarrollo equitativo y solidario mediante el fortalecimiento del proceso de autonomías y descentralización; [...]
- c) El fortalecimiento de la unidad nacional en la diversidad;
- d) La recuperación y conservación de la naturaleza y el mantenimiento de medio ambiente sostenible y sustentable;
- e) La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios de generación e intercambio; la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural; [...]
- g) El desarrollo planificado participativamente para transformar la realidad y el impulso de la economía popular y solidaria con el propósito de erradicar la pobreza, distribuir equitativamente los recursos y la riqueza, y alcanzar el buen vivir; [...]

Ley de Turismo

Registrada en el 2002 y con última modificación en 2014. Es la normativa que guía al sector turístico del país (Congreso Nacional, 2014). De esta ley, se han contemplado los siguientes artículos con relación a la investigación:

CAPÍTULO I GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

CAPÍTULO IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país; [...]
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional; [...]

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

Programa Pueblos Mágicos Ecuador - 4 Mundos

En agosto de 2018 el Ministerio de Turismo MINTUR firmó con la Secretaría de Turismo de México SECTUR el “Programa de Cooperación en Materia Turística para la transferencia de metodología y procesos del Programa Pueblos Mágicos” a fin de replicar el modelo de

desarrollo turístico local. Para ser parte del programa se deben cumplir ciertos requisitos, los cuales se establecen en el Acuerdo Ministerial Nro. 2019 046 que contiene los Lineamientos Generales para la Incorporación y Permanencia en el Programa de Desarrollo Turístico de Localidades Pueblos Mágicos Ecuador – 4 Mundos (Ministerio de Turismo, 2020a, pp2-3).

El Programa Pueblos Mágicos pretende reconocer el valor de ciertas localidades que cuentan con aspectos naturales, culturales e históricos únicos, asimismo deben cumplir con los requisitos para aplicar procesos que refuercen el desenvolvimiento del turismo como motor de desarrollo social y económico. A través de este programa se impulsa la activación de la cadena de valor, creación de una oferta variada, la competitividad, las iniciativas de inversión pública y privada, el protagonismo y participación ciudadana (Ministerio de Turismo, 2020a, pp. 2-3).

El proyecto busca estimular los siguientes elementos del desarrollo turístico:

- Implementar un modelo de gobernanza local.
- Incentivar el diseño de una oferta turística complementaria.
- Redistribuir los flujos turísticos a nivel nacional.
- Democratizar el turismo nacional.
- Mejora la imagen y la accesibilidad del espacio público (Ministerio de Turismo, 2020a, pp. 3-4).

Requisitos del Programa:

Los requisitos para acceder al Programa Pueblos Mágicos se dividen en dos grupos: los del proceso de registro con 5 requisitos de cumplimiento obligatorio y los del proceso de incorporación con 10 requisitos, de los cuales uno es obligatorio y los restantes obtienen una calificación conforme al grado de cumplimiento (Ministerio de Turismo, 2020b, pp. 5).

Requisitos de Registro:

- Requisito 1: Documento que acredite la existencia de un área, unidad administrativa oficial o dirección encargada de la gestión del turismo en la localidad.

- Requisito 2: Catastro de prestadores de servicios turísticos.
- Requisito 3: inventario de atractivos turísticos remitido al Ministerio de Turismo
- Requisito 4: Datos e información georreferenciada de conectividad, cercanía a centros urbanos de distribución, distancia en kilómetros y tiempos de traslado desde estos puntos que no debería exceder las dos horas en tiempo.
- Requisito 5: Plan y/o Programa de desarrollo turístico municipal vigente (Ministerio de Turismo, 2020a, p. 4).

Requisitos de Incorporación:

- Requisito 6: Este requisito es de cumplimiento obligatorio. Conformación de un Comité ciudadano del Pueblo Mágico. (Instructivo para la conformación de Comité Ciudadano).
- Requisito 7: Aprobación y acuerdo del Consejo Municipal para el ingreso al Programa.
- Requisito 8: Carta de respaldo y apoyo del GAD Provincial a la localidad postulante que establezca líneas de apoyo para el desarrollo de la actividad turística.
- Requisito 9: Documento de asignación presupuestaria para implementación de acciones de desarrollo turístico.
- Requisito 10: Programas o proyectos a implementarse por el gobierno local, provincial o nacional en los siguientes 2 años, que pudieran tener impacto en el desarrollo turístico de la localidad.
- Requisito 11: Ordenanzas Municipales vigentes que tengan influencia en la actividad turística de la localidad.
- Requisito 12: Existencia de un atractivo turístico o característica excepcional única que dote de singularidad a la localidad.
- Requisito 13: Descripción de los servicios de salud y seguridad pública para la atención del turista que se encuentran habilitados en la localidad.

- Requisito 14: Documento que demuestre la inversión pública y privada en desarrollo turístico de la localidad.
- Requisito 15: Documento de compromiso del Municipio para fomentar en la localidad las cadenas productivas que beneficien la actividad turística de la localidad (Ministerio de Turismo, 2020a, pp. 4-5).

CAPÍTULO II

Marco Metodológico

En el segundo capítulo se define el enfoque de la presente investigación, además, se precisan ciertos aspectos del tipo de investigación como: la finalidad, tipos de fuentes empleadas, las unidades de análisis, entre otras. De igual forma, se establecen los instrumentos utilizados para recabar la información cualitativa y cuantitativa de cada objeto de estudio, así como el procedimiento para la recolección y análisis de la misma. Luego, se procede con un diagnóstico macro y micro de la zona de estudio, en este caso de la provincia de Tungurahua y del cantón Patate respectivamente.

Enfoque de la Investigación

La presente investigación tiene un enfoque de tipo mixto, para recolectar información sobre la situación socioeconómica en el cantón Patate relacionada con la actividad turística. Por una parte, el enfoque cualitativo con el que parte el desarrollo de la investigación, permite expandir y profundizar en el fenómeno de estudio, conocer opiniones y experiencias de las personas desde su punto de vista (Escudero & Cortez, 2018, pp. 22-23). En primera instancia, se examinaron informes, documentos y demás información referente a la situación del turismo en el cantón Patate, para así establecer el punto de partida para la investigación. Posteriormente, se obtuvo información a través de entrevistas a personas involucradas y autoridades con entendimiento del ámbito turístico del cantón.

Por otra parte, el enfoque cuantitativo se emplea para recopilar, procesar y analizar datos numéricos acerca de las variables establecidas, a la vez que facilita su interpretación porque además estudia la relación o asociación entre las variables (Sarduy, 2007, p. 5). Se llevó a cabo mediante la aplicación de una encuesta a visitantes, prestadores de servicios turísticos y la población residente, con el fin de conocer su percepción para compararla con la información

obtenida en las entrevistas. Ambos enfoques facilitaron integrar y discutir la información en conjunto.

Tipología de la investigación

Por su finalidad: aplicada

Se puede identificar que la investigación es aplicada. Esta tipología mantiene una estrecha relación con la investigación básica debido a que parte de los aportes teóricos para resolver una problemática específica, es decir, no pretende desarrollar teorías, más bien su finalidad es la aplicación (Tamayo, 2003, p.43). Pues, al tomar como base las respectivas teorías se obtendrá el conocimiento necesario para el desarrollo de esta investigación. De modo que, se contribuya a la dinamización del turismo en el cantón.

Por las fuentes de información: mixta

Para obtener información se inició con una investigación de tipo documental; se recolectaron datos de fuentes secundarias a través de la revisión bibliográfica de diversas publicaciones acerca de la dinamización turística, los impactos de la actividad turística, desarrollo sostenible y la situación del turismo en el cantón Patate que sirvan de fundamento teórico. Después, en la investigación de campo se obtuvieron datos primarios mediante la aplicación de una entrevista a las autoridades y expertos en materia turística y una encuesta a los prestadores de servicios turísticos, población y visitantes del cantón Patate; para identificar la situación socioeconómica relacionada con la actividad turística (Arias, 2006, pp. 27-31).

Por las unidades de análisis: mixto

Es fundamental definir adecuadamente las unidades de análisis, pues sobre estas recae la obtención de información y el establecimiento del tipo de instrumento de recolección que se utilizará. Por lo tanto, para el presente estudio serán de laboratorio e in situ. Por una parte, de laboratorio, dado que los investigadores no aplican influencia en la manipulación de las

variables y más bien se manejan en condiciones controladas. Por otra parte, in situ, puesto que los pobladores y los prestadores de servicio son el objeto de estudio y son testigos de la situación socioeconómica actual producida por la actividad turística, además de, los visitantes que realizan turismo en el cantón Patate (Centty, 2006, p. 69).

Por control de las variables: no experimental

“La investigación no experimental es la que no manipula deliberadamente las variables a estudiar. Lo que hace este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en su contexto actual, para después analizarlo” (Cortés & Iglesias, 2004, p. 27). Por esta razón, la investigación se considera no experimental debido a que se obtuvo la información de la situación actual de la actividad turística en el cantón Patate desde la percepción de los actores (autoridades y personas involucradas, población, prestadores de servicios y visitantes) para identificar y analizar los efectos socioeconómicos que está provocando sin incidir en las variables.

Por el alcance: Descriptiva

La investigación es de tipo descriptiva, dado que pretende abarcar la información necesaria para describir un fenómeno, población o sujeto a estudiar (Mejía, 2019). Precisamente es lo que se realizó en el lugar de estudio, es decir, describir el cantón Patate, su población, prestadores de servicios, visitantes y el desarrollo de actividad turística; todo esto dio paso a comprender la problemática y orientar la investigación.

Procedimiento para recolección y análisis de datos

En un inicio se procedió con una indagación bibliográfica de estudios relacionados al tema propuesto en la presente investigación. La información fue recolectada de artículos científicos, tesis, libros, informes, sitios web; también se utilizaron documentos oficiales

provistos por el GAD de Tungurahua y Patate, así como otras investigaciones para hacer un diagnóstico del lugar de estudio.

Posteriormente, se realizó la investigación de campo que permitió recolectar datos cualitativos y cuantitativos de las fuentes primarias. Por una parte, se aplicaron tres modelos de cuestionarios; el primero a los pobladores del cantón Patate de manera presencial; el segundo a los prestadores de servicios turísticos, la mayor parte de manera virtual; y el tercero dirigido a los potenciales visitantes utilizando en ambos casos la herramienta digital Formularios de Google. Por otra parte, las entrevistas a autoridades y personas involucradas en el ámbito turístico del cantón se llevaron a cabo por la plataforma Google Meet. El procedimiento para recolectar los datos fue adaptado acorde a la nueva normalidad a causa de la crisis sanitaria y también tomando en cuenta las medidas de distanciamiento y bioseguridad correspondientes.

Instrumentos para la recolección de información

Revisión Bibliográfica:


Tiene que ver con la utilización de datos secundarios que ya han sido elaborados y procesados por otros, de acuerdo a sus propios fines; por lo que resulta pertinente que el investigador verifique su fiabilidad (Tamayo, 2003, pp.109-110). En este sentido, se llevó a cabo la búsqueda de información referente al Desarrollo Sostenible, el Intercambio Social, la actividad turística, la percepción de los actores involucrados, la situación socioeconómica del cantón y la provincia, en artículos científicos, planes de desarrollo y ordenamiento territorial, bases de datos entre otros documentos que sirvieron como línea base para la investigación.

Encuesta:

Comprende un grupo de preguntas, prediseñadas y que posteriormente serán contestadas por un determinado número de personas escogidas de forma aleatoria, con la finalidad de recolectar información relevante para la investigación y que a su vez se consigue de forma directa de los encuestados. (Martínez, 2013, pp. 5-6).

Para esta investigación, se dispuso la aplicación de encuestas. Por una parte, a potenciales visitantes y por otra, a los prestadores de servicios turístico y a la población local del cantón Patate. Para estos últimos, la encuesta se basa en la diseñada por Cañero (2018) en su estudio “Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana). Un análisis de la percepción de los residentes”. El cuestionario se estructuró en torno a las dimensiones del desarrollo sostenible, esto permitió conocer el punto de vista de los actores mencionados respecto a la situación socioeconómica producto de la actividad turística en el cantón Patate.

Encuesta a pobladores.


 ESPE <small>UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS</small> <small>INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA</small>																																																																							
ENCUESTA DIRIGIDA A POBLADORES DEL CANTÓN PATATE																																																																							
<p>Tema: Estrategias de dinamización turística a partir del estudio socioeconómico del cantón Patate, provincia de Tungurahua</p> <p>Objetivos: Identificar la percepción de los pobladores del cantón Patate sobre la situación socioeconómica respecto a la actividad turística.</p> <p>Instrucciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Por favor lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una X su respuesta. • Evite dejar preguntas sin responder. • La información proporcionada será utilizada con fines académicos. • Tiempo de duración de la encuesta: 5 minutos 																																																																							
DATOS GENERALES																																																																							
Edad: <input type="checkbox"/> 18-28 años <input type="checkbox"/> 29-39 años <input type="checkbox"/> 40-50 años <input type="checkbox"/> 51- 61 años <input type="checkbox"/> 62 años en adelante	Género: <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Otro																																																																						
Grado de instrucción: <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/> Artesanal <input type="checkbox"/> Otros:.....																																																																							
Actividad Económica																																																																							
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">Agrícola</td> <td style="width: 20%;">Ocio y Recreación</td> <td style="width: 20%;">Artesanías</td> <td style="width: 20%;">Transporte</td> <td style="width: 20%;">Servicios básicos</td> </tr> <tr> <td>Ganadera</td> <td>Alojamiento</td> <td>Servicios turísticos</td> <td>Estudiante</td> <td>GAD</td> </tr> <tr> <td>Comercio</td> <td>Alimentación</td> <td>Comunicaciones</td> <td>Servicios domésticos</td> <td>Otros:.....</td> </tr> </table>	Agrícola	Ocio y Recreación	Artesanías	Transporte	Servicios básicos	Ganadera	Alojamiento	Servicios turísticos	Estudiante	GAD	Comercio	Alimentación	Comunicaciones	Servicios domésticos	Otros:.....																																																								
Agrícola	Ocio y Recreación	Artesanías	Transporte	Servicios básicos																																																																			
Ganadera	Alojamiento	Servicios turísticos	Estudiante	GAD																																																																			
Comercio	Alimentación	Comunicaciones	Servicios domésticos	Otros:.....																																																																			
CUESTIONARIO:																																																																							
<p>1. ¿Sabía usted que Patate forma parte del Programa Pueblo Mágicos del Ministerio de Turismo?</p> <p>Un Pueblo Mágico es una ciudad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (Gobierno de México, 2014)</p> <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No	<p>2. ¿Cree usted que Patate tiene las condiciones necesarias para el desarrollo del turismo (atractivos, servicio de alojamiento y alimentación, servicios básicos, transporte, entre otros)?</p> <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No																																																																						
<p>3. ¿En qué actividades relacionadas con el turismo le gustaría a usted participar? (puede seleccionar más de una)</p> <input type="checkbox"/> Alimentación <input type="checkbox"/> Alojamiento <input type="checkbox"/> Transporte <input type="checkbox"/> Artesanías <input type="checkbox"/> Ocio y recreación <input type="checkbox"/> Guianza <input type="checkbox"/> Ninguna																																																																							
<p>4. Según su punto de vista califique en qué condiciones considera usted que se encuentran los siguientes aspectos en el cantón Patate.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 60%;">Aspectos</th> <th style="width: 10%;">Calificación</th> <th style="width: 10%;">Excelente</th> <th style="width: 10%;">Muy Bueno</th> <th style="width: 10%;">Bueno</th> <th style="width: 10%;">Regular</th> <th style="width: 10%;">Malo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Planta turística (servicios de alojamiento, alimentación, transportes y diversiones)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Infraestructura (carreteras, caminos, transporte, servicios básicos, etc.)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Estado de los atractivos</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Promoción y publicidad del turismo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Información turística para el visitante (señalética, mapas, centros de información, etc.)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Servicio al cliente</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Precios</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Seguridad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Limpieza y salubridad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Aspectos	Calificación	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Planta turística (servicios de alojamiento, alimentación, transportes y diversiones)							Infraestructura (carreteras, caminos, transporte, servicios básicos, etc.)							Estado de los atractivos							Promoción y publicidad del turismo							Información turística para el visitante (señalética, mapas, centros de información, etc.)							Servicio al cliente							Precios							Seguridad							Limpieza y salubridad						
Aspectos	Calificación	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo																																																																	
Planta turística (servicios de alojamiento, alimentación, transportes y diversiones)																																																																							
Infraestructura (carreteras, caminos, transporte, servicios básicos, etc.)																																																																							
Estado de los atractivos																																																																							
Promoción y publicidad del turismo																																																																							
Información turística para el visitante (señalética, mapas, centros de información, etc.)																																																																							
Servicio al cliente																																																																							
Precios																																																																							
Seguridad																																																																							
Limpieza y salubridad																																																																							

5. En vista de que el cantón Patate le está apostando al turismo como dinamizador de la economía local. Califique según su criterio los siguientes enunciados, siendo (1 muy en desacuerdo, 2 algo en desacuerdo, 3 neutro, 4 algo de acuerdo 5 muy de acuerdo).		
Enunciado		Calificación
Dimensión Económica	El turismo proporciona oportunidades de empleo para la comunidad local	
	El turismo proporciona más negocios para la población local y para las pequeñas y medianas empresas	
	Existen incentivos para la reactivación del turismo	
	El turismo genera un incremento en el precio de los bienes y servicios (coste de vida)	
	El turismo beneficia sólo a un pequeño número de personas	
	El turismo emplea mayor mano de obra extranjera	
Dimensión Social	El turismo proporciona más parques y áreas recreativas públicas para el ciudadano	
	El turismo proporciona un incentivo para la restauración de edificios históricos	
	El turismo mejora la calidad de las carreteras y otras infraestructuras públicas	
	El turismo genera mayor número de eventos para que participen los residentes	
	El turismo genera oportunidades laborales para los jóvenes y las mujeres	
	El turismo genera malestar en la comunidad por vivir en un destino turístico	
	El turismo provoca un aumento de la delincuencia	
El turismo provoca aglomeraciones en tiendas, restaurantes, parques, rutas y otros espacios		
Dimensión Cultural	El turismo facilita el intercambio cultural entre turistas y residentes	
	El turismo tiene un impacto positivo en la identidad local	
	El turismo proporciona un incentivo para la preservación de la cultura local	
	El turismo afecta negativamente a la cultura local	
	El turismo deteriora los activos culturales (íconos históricos, recursos naturales, etc.	
Dimensión Ambiental	El turismo fomenta la creación de áreas protegidas	
	El turismo genera recursos económicos que el Gobierno emplea en la protección de la naturaleza	
	El turismo daña o modifica el entorno natural, el paisaje, los ecosistemas, la fauna y la flora	
	El turismo aumenta el ruido y/o la contaminación medioambiental	
Aporte al turismo sostenible	El turismo promueve el desarrollo local sostenible del cantón Patate	
	El turismo promueve la participación local, la cooperación en la planificación y desarrollo turístico	
	El turismo promueve la creación de nuevas atracciones turísticas	
Apego de los residentes hacia el cantón	La diversidad cultural y natural debe ser valorada y protegida	
	Lo que ocurre en mi comunidad es importante para mí	
	Me siento satisfecho en el cantón Patate	
¿Cuán de acuerdo está usted con respecto al desarrollo de la actividad turística en el cantón Patate?		

Nota. Adaptado de: Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana. Un análisis de la percepción de los residentes, Cañero, (2018).

¡Muchas gracias por su colaboración!

Encuesta a prestadores de servicios turísticos.

 ENCUESTA DIRIGIDA A PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS																																																																							
<p>Tema: Estrategias de dinamización turística a partir del estudio socioeconómico del cantón Patate, provincia de Tungurahua</p> <p>Objetivos: Identificar la percepción de los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate sobre la situación socioeconómica respecto a la actividad turística.</p> <p>Instrucciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> La información proporcionada será utilizada con fines académicos. Por favor lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una X su respuesta. Evite dejar preguntas sin responder. 																																																																							
DATOS DEL NEGOCIO:																																																																							
<p>¿Cuántos años de existencia tiene su negocio?</p> <p>_____</p>	<p>Giro del negocio: (puede seleccionar más de una)</p> <p><input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas</p> <p><input type="checkbox"/> Alojamiento</p> <p><input type="checkbox"/> Agencia de viajes</p> <p><input type="checkbox"/> Actividades de ocio y recreación</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>																																																																						
DATOS DEL DUEÑO Y/O ADMINISTRADOR:																																																																							
<p>Edad:</p> <p><input type="checkbox"/> 18-28 años</p> <p><input type="checkbox"/> 29-39 años</p> <p><input type="checkbox"/> 40-50 años</p> <p><input type="checkbox"/> 51- 61 años</p> <p><input type="checkbox"/> 62 años en adelante</p>	<p>Género:</p> <p><input type="checkbox"/> Femenino</p> <p><input type="checkbox"/> Masculino</p> <p><input type="checkbox"/> Otro</p>																																																																						
<p>Grado de instrucción:</p> <p><input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Superior</p> <p><input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Postgrado</p> <p><input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Artesanal</p> <p><input type="checkbox"/> Otra: _____</p>																																																																							
CUESTIONARIO:																																																																							
<p>1. ¿Sabía usted que Patate forma parte del Programa Pueblo Mágicos del Ministerio de Turismo?</p> <p>Un Pueblo Mágico es una ciudad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (Gobierno de México, 2014)</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>	<p>2. ¿Cree usted que Patate tiene las condiciones necesarias) para el desarrollo del turismo (atractivos, servicio de alojamiento y alimentación, servicios básicos, transporte, servicio vial, entre otros)?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>																																																																						
<p>3. Según su punto de vista califique en qué condiciones considera usted que se encuentran los siguientes aspectos en el cantón Patate.</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 70%;">Aspectos</th> <th style="width: 5%;">Calificación</th> <th style="width: 5%;">Excelente</th> <th style="width: 5%;">Muy Bueno</th> <th style="width: 5%;">Bueno</th> <th style="width: 5%;">Regular</th> <th style="width: 5%;">Malo</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Planta turística (servicios de alojamiento, alimentación, transportes y diversiones)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Promoción y publicidad del turismo</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Infraestructura (carreteras, caminos, transporte, servicios básicos señalética, entre otros)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Estado de los atractivos</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Servicio al cliente</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Precios</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Información turística</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Seguridad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Limpieza y salubridad</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Aspectos	Calificación	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo	Planta turística (servicios de alojamiento, alimentación, transportes y diversiones)							Promoción y publicidad del turismo							Infraestructura (carreteras, caminos, transporte, servicios básicos señalética, entre otros)							Estado de los atractivos							Servicio al cliente							Precios							Información turística							Seguridad							Limpieza y salubridad						
Aspectos	Calificación	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo																																																																	
Planta turística (servicios de alojamiento, alimentación, transportes y diversiones)																																																																							
Promoción y publicidad del turismo																																																																							
Infraestructura (carreteras, caminos, transporte, servicios básicos señalética, entre otros)																																																																							
Estado de los atractivos																																																																							
Servicio al cliente																																																																							
Precios																																																																							
Información turística																																																																							
Seguridad																																																																							
Limpieza y salubridad																																																																							
<p>4. ¿Cuál es el grado de afluencia y gasto del turista?</p> <p><input type="checkbox"/> Alto</p> <p><input type="checkbox"/> Medio</p> <p><input type="checkbox"/> Bajo</p>	<p>5. ¿Qué aspectos le gustaría mejorar de su negocio? (puede seleccionar más de uno)</p> <p><input type="checkbox"/> Publicidad</p> <p><input type="checkbox"/> Infraestructura</p> <p><input type="checkbox"/> Servicio al cliente</p> <p><input type="checkbox"/> Calidad de los productos</p> <p><input type="checkbox"/> Otros: _____</p>																																																																						
<p>6. ¿Usted tiene algún convenio con otras empresas y/o entidades (agencias de viajes, GAD, promotores de turismo, otros servicios turísticos, etc.) para ofrecer sus productos?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí</p> <p><input type="checkbox"/> No ¿Por qué?: _____</p>																																																																							

7. En vista de que el cantón Patate le está apostando al turismo como dinamizador de la economía local. Califique según su criterio los siguientes enunciados, siendo (1 muy en desacuerdo, 2 algo en desacuerdo, 3 neutro, 4 algo de acuerdo 5 muy de acuerdo).		
Enunciado		Calificación
Dimensión Económica	El turismo proporciona oportunidades de empleo para la comunidad local	
	El turismo proporciona más negocios para la población local y para las pequeñas y medianas empresas	
	Existen incentivos para la reactivación del turismo	
	El turismo genera un incremento en el precio de los bienes y servicios (coste de vida)	
	El turismo beneficia sólo a un pequeño número de personas	
	El turismo emplea mayor mano de obra extranjera	
Dimensión Social	El turismo proporciona más parques y áreas recreativas públicas para el ciudadano	
	El turismo proporciona un incentivo para la restauración de edificios históricos	
	El turismo mejora la calidad de las carreteras y otras infraestructuras públicas	
	El turismo genera mayor número de eventos para que participen los residentes	
	El turismo genera oportunidades laborales para los jóvenes y las mujeres	
	El turismo genera malestar en la comunidad por vivir en un destino turístico	
	El turismo provoca un aumento de la delincuencia	
El turismo provoca aglomeraciones en tiendas, restaurantes, parques, rutas y otros espacios		
Dimensión Cultural	El turismo facilita el intercambio cultural entre turistas y residentes	
	El turismo tiene un impacto positivo en la identidad local	
	El turismo proporciona un incentivo para la preservación de la cultura local	
	El turismo afecta negativamente a la cultura local	
	El turismo deteriora los activos culturales (íconos históricos, recursos naturales, etc.	
Dimensión Ambiental	El turismo fomenta la creación de áreas protegidas	
	El turismo genera recursos económicos que el Gobierno emplea en la protección de la naturaleza	
	El turismo daña o modifica el entorno natural, el paisaje, los ecosistemas, la fauna y la flora	
	El turismo aumenta el ruido y/o la contaminación medioambiental	
Aporte al turismo sostenible	El turismo promueve el desarrollo local sostenible del cantón Patate	
	El turismo promueve la participación local, la cooperación en la planificación y desarrollo turístico	
	El turismo promueve la creación de nuevas atracciones turísticas	
Apego de los residentes hacia el cantón	La diversidad cultural y natural debe ser valorada y protegida	
	Lo que ocurre en mi comunidad es importante para mí	
	Me siento satisfecho en el cantón Patate	
¿Cuán de acuerdo está usted con respecto al desarrollo de la actividad turística en el cantón Patate?		

Nota: Adaptado de: Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana). Un análisis de la percepción de los residentes, Cañero, (2018).

¡Muchas gracias por su colaboración!

Encuesta a potenciales visitantes.

			
ENCUESTA DIRIGIDA A POTENCIALES VISITANTES DEL CANTÓN PATATE			
Tema: Estrategias de dinamización turística a partir del estudio socioeconómico del cantón Patate, provincia de Tungurahua Objetivos: Identificar el perfil de visitante para proponer estrategias de dinamización turística en el cantón Patate Instrucciones: <ul style="list-style-type: none"> • Por favor lea detenidamente cada una de las preguntas y marque con una X su respuesta. • Evite dejar preguntas sin responder. • La información proporcionada será utilizada con fines académicos. • Tiempo de duración de la encuesta: 3 minutos 			
¿Le interesaría visitar Patate? Declarado como el primer Pueblo Mágico y primer destino fotográfico del Ecuador por parte del Ministerio de Turismo. Un Pueblo Mágico es una ciudad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin, magia que emanan en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (Gobierno de México, 2014) <input type="checkbox"/> Sí <input type="checkbox"/> No			
DATOS GENERALES:			
Edad: <input type="checkbox"/> 18-28 años <input type="checkbox"/> 29-39 años <input type="checkbox"/> 40-50 años <input type="checkbox"/> 51- 61 años <input type="checkbox"/> 62 años en adelante	Género: <input type="checkbox"/> Femenino <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Otro	Grado de instrucción: <input type="checkbox"/> Ninguna <input type="checkbox"/> Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Superior <input type="checkbox"/> Postgrado <input type="checkbox"/> Otros: _____	Procedencia: <input type="checkbox"/> Pichincha <input type="checkbox"/> Tungurahua <input type="checkbox"/> Guayas <input type="checkbox"/> Otra: _____
CUESTIONARIO:			
1. ¿Cuál es su motivación para viajar? <input type="checkbox"/> Negocios <input type="checkbox"/> Visita familiar <input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Religión <input type="checkbox"/> Gastronomía <input type="checkbox"/> Clima agradable <input type="checkbox"/> Otros _____	2. ¿Con quién suele viajar? <input type="checkbox"/> Solo <input type="checkbox"/> En pareja <input type="checkbox"/> Con la familia <input type="checkbox"/> Con amigos	3. ¿Qué medio de transporte utiliza para movilizarse? <input type="checkbox"/> Automóvil propio <input type="checkbox"/> Transporte público <input type="checkbox"/> Transporte privado <input type="checkbox"/> Transporte turístico	
4. Considerando los tipos de turismo que se puede realizar en el cantón Patate, ordene de acuerdo a su preferencia, siendo 1 el que más le interesa y 9 el que menos le interesa realizar. *POR FAVOR NO REPETIR LOS NÚMEROS			
Tipos de Turismo			Orden
Aviturismo (observación de aves)			
Turismo enológico (visita a zonas producción de vinos artesanales)			
Ecoturismo (naturaleza y comunidades)			
Agroturismo (interacción con actividades agrícolas y la vida del campo)			
Turismo Cultural (iglesias y museos)			
Turismo Religioso (relacionado con la devoción religiosa)			
Turismo Gastronómico (interés comida tradicional)			
Turismo de Aventura (deportes extremos)			
Turismo Comunitario (interrelación de la comunidad con los visitantes)			

<p>5. Seleccione los servicios que le gustaría encontrar durante su visita al cantón Patate. (puede escoger más de una opción)</p> <table border="0"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Alojamiento</td> <td><input type="checkbox"/> Información Turística</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Alimentación</td> <td><input type="checkbox"/> Artesanías</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Oferta de atractivos naturales</td> <td><input type="checkbox"/> Transporte</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Oferta de atractivos culturales</td> <td><input type="checkbox"/> Guianza</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Actividades de Ocio y Recreación</td> <td><input type="checkbox"/> Otros: _____</td> </tr> </table>		<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Información Turística	<input type="checkbox"/> Alimentación	<input type="checkbox"/> Artesanías	<input type="checkbox"/> Oferta de atractivos naturales	<input type="checkbox"/> Transporte	<input type="checkbox"/> Oferta de atractivos culturales	<input type="checkbox"/> Guianza	<input type="checkbox"/> Actividades de Ocio y Recreación	<input type="checkbox"/> Otros: _____
<input type="checkbox"/> Alojamiento	<input type="checkbox"/> Información Turística										
<input type="checkbox"/> Alimentación	<input type="checkbox"/> Artesanías										
<input type="checkbox"/> Oferta de atractivos naturales	<input type="checkbox"/> Transporte										
<input type="checkbox"/> Oferta de atractivos culturales	<input type="checkbox"/> Guianza										
<input type="checkbox"/> Actividades de Ocio y Recreación	<input type="checkbox"/> Otros: _____										
<p>6. ¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a permanecer en el cantón Patate?</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de un día <input type="checkbox"/> Entre 1 - 2 días <input type="checkbox"/> Entre 2 - 3 días <input type="checkbox"/> Más de 3 días</p>	<p>7. ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en promedio por persona durante su estadía en el cantón Patate?</p> <p><input type="checkbox"/> \$10 o menos <input type="checkbox"/> \$11-\$29,99 <input type="checkbox"/> \$30-\$49,99 <input type="checkbox"/> Más de \$50</p>										
<p>8. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información del cantón Patate? (puede escoger más de una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Tik Tok <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/> Pancartas <input type="checkbox"/> Otros: _____</p>	<p>9. ¿A través de que medio le gustaría contratar los servicios y/o actividades que ofrece el cantón Patate? (puede escoger más de una opción)</p> <p><input type="checkbox"/> Agencia de viajes y/o tour operadora <input type="checkbox"/> Página web oficial del lugar <input type="checkbox"/> Directamente llegando al lugar <input type="checkbox"/> Facebook <input type="checkbox"/> Instagram <input type="checkbox"/> Tik Tok <input type="checkbox"/> Otros: _____</p>										
<p>10. ¿Cuán importante es para usted que el turismo promueva el desarrollo sostenible del cantón Patate? Tomando en cuenta que, para alcanzar el desarrollo sostenible se debe lograr crecimiento económico, mediante acciones y políticas ambientalmente responsables, así como socialmente equitativas (Artaraz, 2002, p.2).</p> <p><input type="checkbox"/> Muy importante <input type="checkbox"/> Importante <input type="checkbox"/> Neutral <input type="checkbox"/> De poca importancia <input type="checkbox"/> Sin importancia</p> <p style="text-align: center;">¡Muchas gracias por su colaboración!</p>											

Entrevista:

Es "la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio, a fin de obtener respuestas verbales a las interrogantes planteadas sobre el problema propuesto" (Díaz, Torruco, Martínez, & Varela, 2013). A tal efecto, se realizaron entrevistas semiestructuradas a personas con conocimiento en materia turística a nivel local y regional, a fin de conocer desde su postura cómo se está desarrollando el turismo en el cantón Patate, las acciones y proyectos que llevan a cabo y la situación socioeconómica producto de la actividad turística.

Las personas que se han considerado para la entrevista son las siguientes:

- Coordinador de Turismo del Gobierno Provincial de Tungurahua Ing. Danilo Aróstegui.
- Concejal Presidente Comisión de Turismo del GADM Patate Sr. Luis Carranza.
- Técnico de la Unidad de Turismo GADM Patate Ing. Dennis Medina.
- Representante de los Prestadores de Servicios Turísticos de Patate Msc. Juan Tamayo.
- Presidente del Comité Ciudadano Patate Pueblo Mágico Sr. Marlon Montero.
- Representante de la Asociación de Servicios Turísticos Ruta de las Frutas (ASOSERTURUFRU) Lcdo. Fabián Altamirano.

Matriz de operacionalización de variables cualitativas.

Tabla 1

Matriz de operacionalización de variables cualitativas

Dimensión	Definición	Variables	Preguntas
Tema	Estrategias de dinamización turística a partir del estudio socioeconómico del cantón Patate, provincia de Tungurahua.		<p>¿Cuál era la situación del turismo antes de la declaratoria como Pueblo Mágico?</p> <p>¿Qué se está haciendo actualmente para dinamizar el turismo en el cantón Patate y qué planes relacionados con el turismo existen a futuro?</p>
Económica	“Lograr la viabilidad económica a medio y largo plazo, en un marco de contribución al desarrollo económico social del entorno” (Molina, González, Soler y Camarero, 2016, p. 266).	<ul style="list-style-type: none"> • Empleo • Inversión • Emprendimiento • Ingresos • Coste de vida 	<p>¿Cómo influye la actividad turística en el aspecto económico (empleo, inversión, emprendimiento, ingresos) en el cantón Patate? (Lo hacía antes, existen planes a futuro para fortalecer y/o cambiar la influencia del turismo en este aspecto)</p> <p>¿Qué impactos se han producido por la crisis sanitaria en la actividad turística del Cantón en los aspectos antes mencionados?</p>
Sociocultural	“Contribuir al desarrollo económico y humano de las personas en un marco de respeto a la integridad de estas y participación del conjunto de la sociedad” (Molina, González, Soler y Camarero, 2016, p. 266).	<ul style="list-style-type: none"> • Preservación de la cultura local • Infraestructura • Actividades culturales • Calidad de vida • Intercambio cultural • Preservación activos culturales 	<p>¿Cómo se preserva la cultura y fomenta la identidad local? (Lo hacía antes, existen planes a futuro)</p> <p>¿De qué manera el turismo impulsa el mejoramiento de la infraestructura, servicios básicos, entre otros? (Lo hacía antes, existen planes a futuro para mejorar estos aspectos)</p>

Dimensión	Definición	Variables	Preguntas
Ambiental	“Proteger el capital natural, optimizando la gestión de recursos naturales en un marco de renovación de los mismos” (Molina, González, Soler y Camarero, 2016, p. 266).	<ul style="list-style-type: none"> Impactos ambientales 	<p>¿Cuáles son las repercusiones que el turismo ha generado en cuanto al aspecto sociocultural de la población del cantón Patate? (calidad de vida, educación, satisfacción, problemas sociales, transculturación, etc.)</p> <p>¿Cómo maneja el cantón Patate la parte ambiental y cómo es la participación de la comunidad en este ámbito? (Lo hacía antes, existen planes para el futuro)</p> <p>¿Qué impactos ambientales se han detectado a raíz de la actividad turística considerando también la crisis sanitaria y cómo se actúa frente a ello?</p> <p>¿De qué modo se maneja y controla la capacidad de carga en los atractivos (naturales y culturales) a fin de preservarlos? (Lo hacía antes, existen planes para el futuro)</p>
Gobernanza	“Definir esquemas de gobierno transparentes e interdependientes, cuyas decisiones se desarrollen conforme a criterios objetivos, en un marco de actuación que permita garantizar el desarrollo de las otras dimensiones” (Molina, González, Soler y Camarero, 2016, p. 266).	<ul style="list-style-type: none"> Gestión turística 	<p>¿Cómo se gestiona y promueve la participación de los actores involucrados (pobladores, prestadores, visitantes, empresas públicas y privadas) en la planificación turística? (Lo hacía antes, existen planes para el futuro)</p> <p>¿Qué acciones se realizan para promover el turismo en la situación actual de crisis sanitaria en el cantón Patate?</p>

Nota. Elaboración propia.

Modelo de entrevista.



Dirigido a: Personas con conocimiento del turismo en el cantón Patate.

Objetivo: Evaluar la actividad turística mediante un estudio socioeconómico para conocer la situación actual que atraviesa el cantón Patate.

La información será utilizada únicamente con fines académicos.

Fecha:

Hora:

Entrevistado:

Entrevistadores:

Cuestionario de preguntas

Introducción al tema:

- ¿Cuál era la situación del turismo antes de la declaratoria como pueblo mágico?
- ¿Que se está haciendo actualmente para dinamizar el turismo en el cantón Patate y que planes se tiene a futuro?

Dimensión Económica

- ¿Cómo influye la actividad turística en el aspecto económico (empleo, inversión, emprendimiento, ingresos) en el cantón Patate?
- ¿Qué impactos se han producido por la crisis sanitaria en la actividad turística del Cantón en los aspectos antes mencionados?

Dimensión Sociocultural

- ¿Cómo se preserva la cultura y fomenta la identidad local?
- ¿De qué manera el turismo impulsa el mejoramiento de la infraestructura, servicios básicos, entre otros?

- ¿Cuáles son las repercusiones que el turismo ha generado en cuanto al aspecto sociocultural de la población del cantón Patate? (calidad de vida, educación, satisfacción, problemas sociales, transculturación, etc.)

Dimensión Ambiental

- ¿Cómo maneja el cantón Patate la parte ambiental y cómo es la participación de la comunidad en este ámbito?
- ¿Qué impactos ambientales se han detectado a raíz de la actividad turística considerando además la crisis sanitaria y cómo se actúa frente a ello?
- ¿De qué modo se maneja y controla la capacidad de carga en los atractivos (naturales y culturales) a fin de preservarlos?

Gobernanza

- ¿Cómo se gestiona y promueve la participación de los actores involucrados (pobladores, prestadores, visitantes, empresas públicas y privadas) en la planificación turística?
- ¿Qué acciones se realizan para promover el turismo en la situación actual de crisis en el cantón Patate?

Cobertura de las unidades de análisis

Por una parte, para la cobertura de las unidades de análisis, se aplicaron encuestas a los pobladores locales y a potenciales visitantes del cantón Patate, para lo que se determinó una muestra por cada objeto de estudio. A diferencia de los prestadores de servicios turísticos, a quienes se decidió encuestar aplicando un censo, es decir, se tomó en cuenta a los que constan en el catastro del Ministerio de Turismo.

Por otra parte, se realizaron entrevistas semiestructuradas a autoridades y expertos en materia turística en el cantón, a quienes se eligió mediante un muestreo por conveniencia, para de este modo, complementar y comparar con la información obtenida en las encuestas.

Muestra

El muestreo utilizado para la presente investigación corresponde a un muestreo aleatorio simple “se utiliza cuando en el conjunto de una población, cualquiera de los sujetos tiene la variable o variables objeto de la medición” (Bernal, 2010 p. 164), además que parte de una población finita. Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times Z_{\alpha}^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_{\alpha}^2 \times p \times q}$$

Datos

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la población

Z = nivel de confianza

p = probabilidad a favor (0,5)

q = 1-p probabilidad en contra (1-0,5=0,5)

d = 0,05 (precisión 5%)

Muestra para la encuesta a los pobladores

Respecto a los pobladores la muestra se obtuvo del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019-2023 donde se indica que la proyección para el 2020 es de 15 825 habitantes, dando como resultado 171 personas a ser encuestadas.

$$n = \frac{15\ 825 * 1,28^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (15\ 825 - 1) + 1,28^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 171$$

Muestra para la encuesta a los potenciales visitantes

Para determinar la muestra, en cuanto a los potenciales visitantes del cantón Patate, se tomó como punto de partida los datos del Plan de Desarrollo Turístico del cantón Patate 2019-2022 en donde se estimó un aproximado de 29 306 turistas para el año 2019.

Se ha tomado este año como referencia debido a que el flujo de turistas a partir de 2020 se vio afectado por las medidas adoptadas por el virus covid-19, por la misma razón se considera aplicar los cuestionarios solo a turistas nacionales, tomando en cuenta el perfil del año 2015 que consta en el plan, donde se establece que proceden principalmente de las ciudades de Ambato y Quito. Empleando la fórmula de la muestra, se determinó que se deben aplicar 271 cuestionarios.

$$n = \frac{29\ 306 * 1,28^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (29\ 306 - 1) + 1,28^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 271$$

Censo de los prestadores de servicios turísticos

Según Tamayo (2015) es preferible la aplicación del censo en los siguientes casos:

1. Un tamaño de población reducido.
2. Cuando la varianza de la característica que se está midiendo es muy grande.
3. Cuando los costos del error sean altos (error muestral + error no muestral). (p. 2)

De acuerdo con lo citado, para la aplicación de las encuestas a los prestadores de servicios turísticos se tomó en cuenta a todos los que están registrados en el Consolidado Nacional 2021 en el cantón Patate, entre los que se encuentran establecimientos de: alojamiento, alimentos y bebidas, operación e intermediación turística, estos suman un total de 20.

Tabla 2

Establecimientos de servicios turísticos registrados en el cantón Patate

Tipo de establecimiento	Cantidad
Alojamiento	4
Alimentos y bebidas	13
Operación e intermediación turística	3
Total	20

Nota. Adaptado de Consolidado Nacional, Ministerio de Turismo, 2021.

Procedimiento para el tratamiento y análisis de información

Para realizar esta parte de la investigación se utilizó la estadística descriptiva, que permitió tabular, ordenar y clasificar los datos recolectados, de modo que se puedan presentar de forma sintetizada de tal manera que, destaquen las particularidades y favorezcan el análisis (Borrego del Pino, 2008). Es así que, una vez aplicada la encuesta a los pobladores locales, prestadores de servicios turísticos y potenciales visitantes se utilizó el programa Excel para generar los gráficos y tablas que facilitaron el análisis y presentación de los resultados obtenidos. Las entrevistas permitieron recabar información más amplia y detallada respecto al tema de estudio, misma que se trató mediante la triangulación, es decir, cotejando las respuestas de cada entrevistado de acuerdo a las variables analizadas.

Diagnóstico Macro de la zona de estudio (provincia de Tungurahua)

Componente Geográfico

La provincia de Tungurahua localizada en la región Sierra, en la parte céntrica del Ecuador, es la segunda provincia más pequeña del país y su capital es Ambato. Limita al norte con las provincias de Cotopaxi y Napo, al sur con Chimborazo y Morona Santiago, al este con Pastaza y al oeste con Bolívar. Está conformada por nueve cantones que son: Ambato, Baños, Píllaro, Patate, Pelileo, Quero, Mocha, Tisaleo y Cevallos, que a su vez se dividen en 44 parroquias rurales y 19 urbanas. La provincia está formada por 1.367,37 Km² de páramos y 2.018,29 Km² de zona cultivada y habitada, que dan un total de 3.386,26 Km² de superficie territorial (Dirección de Planificación Gobierno Provincial de Tungurahua, 2019, p. 16).

Figura 2

Ubicación geográfica y división política de la provincia de Tungurahua.



Nota. Recuperado de Agenda Tungurahua, 2019.

Componente Económico

En cuanto al Valor Agregado Bruto (VAB) por sector económico, en la provincia de Tungurahua destacan las siguientes actividades: en primer lugar está la producción agrícola con el 26,94% están inmersos la producción de frutas, vegetales, lácteos y ganado menor; en segundo lugar con 18,63% está la industria manufacturera, debido a la presencia de artesanos que producen muebles, calzado, textiles y artesanías, en tercer lugar el turismo con el 14,22% favorecido por la topografía, pues es un punto de conexión con las regiones Costa y Amazonía; seguido por la industria metalmecánica con 4,64% que provee de infraestructura para la construcción de carrocerías y partes (Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015, p.29).

Considerando esto, es importante mencionar que algunos cantones de la provincia como Baños de Agua Santa, Ambato, Cevallos, Mocha y Patate, apoyan su economía en la actividad turística. Un claro ejemplo es el cantón Baños de Agua Santa, que sustenta el 90 % de su economía en el turismo (Toledo, 2021). Además, para el 2019 los establecimientos de alojamiento y alimentos y bebidas representaron el 83,5% de los establecimientos totales registrados en Tungurahua (Observatorio Económico y Social de Tungurahua, 2020, p.1).

Como consecuencia del confinamiento por la pandemia de covid-19 un estudio del Centro de Fomento e Innovación Turística de Tungurahua entre los meses de marzo y abril de 2020 estimó lo siguiente: el 78% de establecimientos de los registrados en el Catastro del Ministerio de Turismo de 2019 fueron afectados en cuanto a las ventas, número de clientes, en promedio 3 trabajadores fueron suspendidos en cada organización o emprendimiento de este sector; lo cual afectó directamente a 3 561 familias e indirectamente al 2,4% de la población de la provincia (Centro de Fomento e Innovación Turística de Tungurahua, 2020, p. 5).

Las pérdidas en el sector turístico hasta agosto de 2021 según Danilo Aróstegui coordinador de Turismo del Gobierno Provincial de Tungurahua se calcula por un monto de

\$100 millones. A pesar de esto, los planes de reactivación puestos en marcha a finales del 2020 muestran una recuperación de \$52 millones (El Universo, 2021a).

Componente Social

La población de la provincia, según proyección al 2020 es de 590 600 habitantes; de los cuales, el 59,1% se encuentra en la zona rural; y el 40,9% en zonas urbanas. Adicionalmente, Tungurahua está conformada por: indígenas (12,40%), afro ecuatorianos (0,92%), negros (0,07), mulatos (0,43%), montubios (0,45%), mestizos (82,14%), blancos (3,44%) y el 0,14% de individuos no se auto identifican con ninguno de los grupos anteriores. Mientras que, respecto a la educación, la provincia cubre el 97% de este servicio y existe una tasa de analfabetismo del 5,97%, pues al 2020 las personas que no saben leer ni escribir son 21 584 (Gobierno Provincial de Tungurahua, 2019, pp. 4, 7).

Componente Ambiental

La extensión del espacio natural de Tungurahua es de alrededor de 167 161 hectáreas que corresponden al 49,32% de la superficie total de la provincia, aquí se incluyen 122 982,54 hectáreas que pertenecen a las siguientes áreas naturales protegidas: Parque Nacional Llanganates, Parque Nacional Sangay y la Reserva de Producción Faunística de Chimborazo. De acuerdo a su amplitud, los páramos están presentes en 96 580 ha, los bosques naturales en 52 603 ha y más o menos 41 100,06 ha son áreas naturales que no están dentro del sistema nacional de áreas protegidas (Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015, 11).

Estos ecosistemas están siendo afectados principalmente por las actividades agropecuarias. De igual manera, los sistemas hídricos se han visto contaminados por la descarga de aguas residuales de fuentes domésticas e industriales, en los ríos Ambato y Pachanlica, produciendo un alto grado de contaminación (Gobierno Provincial de Tungurahua, 2015, p.12).

Diagnóstico Micro de la zona de estudio (cantón Patate)

Componente Geográfico

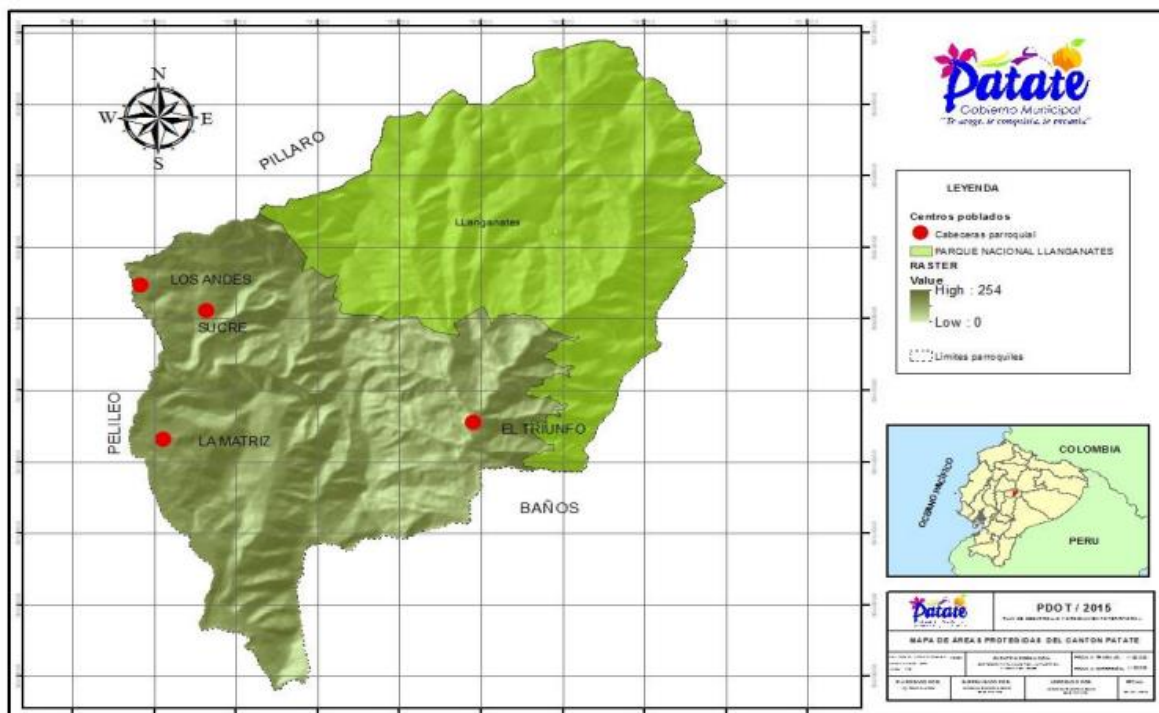
San Cristóbal de Patate es uno de los nueve cantones de la provincia de Tungurahua. En lengua Jaco Maya Patate significa: “El que estalla con estruendo”, denominación que puede deberse a la actividad eruptiva del volcán Tungurahua. Limita con: los cantones Píllaro y Tena al norte, el cantón Pelileo al oeste; y al sur y este el cantón Baños. Su extensión territorial es de 300,5 Km² y 169,95 Km² sin contar con el Parque Nacional Llanganates. Su rango altitudinal va desde los 2 000 en los valles m s. n. m. hasta los 4 000 m s. n. m. en lo alto del páramo (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Patate [GADMP], 2019, pp. 74-75).

Casi la mitad del cantón Patate pertenece al Parque Nacional Llanganates (PNL) y constituye territorio bajo conservación. Las parroquias que lo forman son: La Matriz (cabecera cantonal), el Triunfo, Sucre y los Andes, éstas últimas relacionadas directamente con el PNL. Por estar situado en la Hoya de Patate, el clima está influenciado tanto por los vientos alisios que vienen desde la Amazonía como por su altitud, lo cual permite la presencia de cuatro pisos climáticos: Ecuatorial Mesotérmico seco y semihúmedo, Tropical Megatérmico Húmedo y Ecuatorial frío de alta montaña. La temperatura fluctúa entre los 18° C y 20° C y es menor a 12°C hasta los 20°C en las partes altas (GADMP, 2018, pp. 50-52).

Debido a las características geográficas, se ve favorecido el desarrollo de la fauna y flora de la zona, así como de las actividades agrícolas, comerciales y turísticas. Es importante mencionar que el clima es un factor clave que además motiva a personas nacionales y extranjeros a visitar este destino. Patate, al estar asentado en un valle y poseer un agradable clima es denominado “Valle de la eterna primavera” y tiene gran potencial turístico; y al ser parte del Parque Nacional Llanganates posee variedad de recursos naturales, suelos y pisos climáticos, favoreciendo el desarrollo de distintos tipos de turismo (GADMP, 2018).

Figura 3

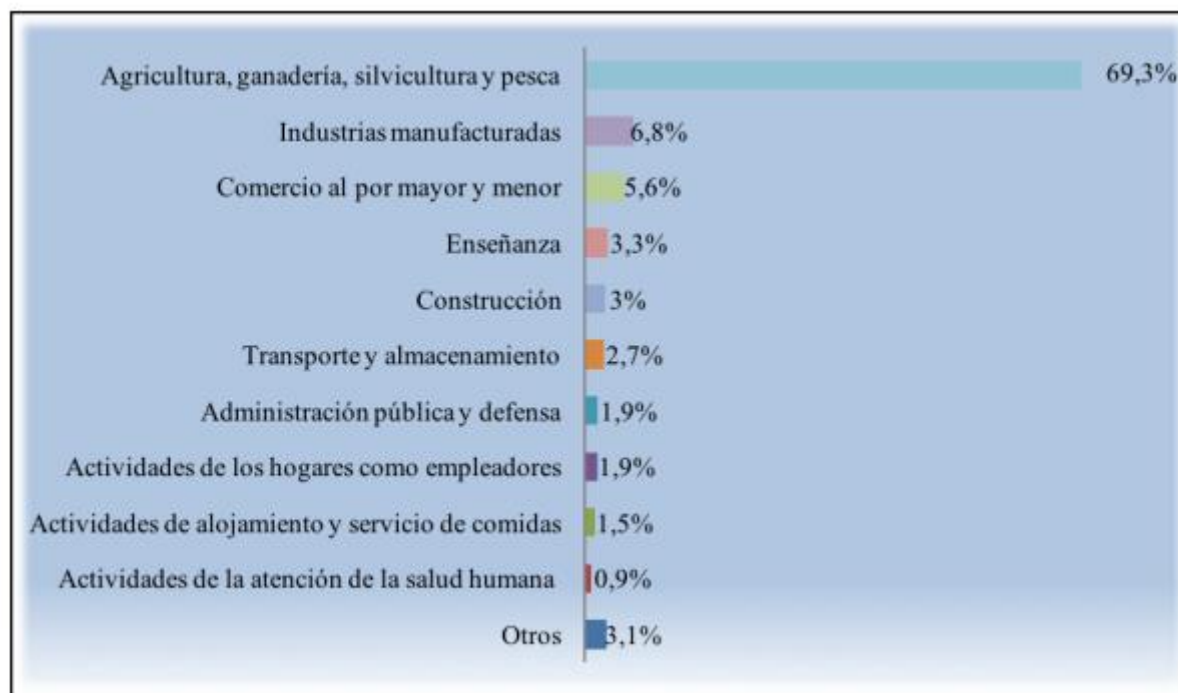
Ubicación geográfica y división política del cantón Patate



Nota. Recuperado del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Patate, 2019.

Componente Económico

La Población económicamente activa (PEA) del cantón Patate se distribuye como muestra la Figura 4. De la cual se destaca que más de la mitad de la PEA, el 69,3 % se dedica a actividades agrícolas, el restante a otras actividades entre las que están: industria manufacturera, comercio al por mayor y menor, construcción, enseñanza entre otras. Referentes a las relacionadas con el turismo, están las actividades de alojamiento y servicios de comidas, las cuales ocupan el 1,5% del total de la PEA (GADMP, 2018, pp. 62-63).

Figura 4*Población Ocupada por Rama de Actividad*

Nota. Recuperado del Plan de Ordenamiento y Desarrollo Territorial de Patate, 2019

El cantón también se caracteriza por el comercio de plantas ornamentales, medicinales y frutales, además, se dedica a la producción vinícola y brinda capacitaciones referentes a Enología. Cabe recalcar que las actividades agrícolas forman parte de la cadena productiva del sector turístico, es así que, existen asociaciones entre prestadores de servicios y generadores de productos, beneficiando a ambas partes; esto ha permitido que el cantón esté presente en varias ferias agro turísticas a nivel cantonal como: la Feria Dominical Eterna Primavera y la Ruta de las Frutas, lo que a su vez impulsan la creación de proyectos similares (GADMP, 2018, pp. 62-63).

Componente Político

El factor político se rige por las leyes y normativas establecidas por un grupo de entidades. En el caso del cantón Patate, existe un Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) que cumple las competencias y roles asignados por la Constitución y demás leyes relacionadas. Adicionalmente, la Asociación de Municipalidades Ecuatorianas (AME) apoya la Gestión del Territorio. (GADMP, 2018, pp. 70-77).

Por una parte, el cantón Patate, está conformado por cuatro parroquias, la primera urbana - rural y las restantes rurales, cada una cuenta con barrios y caseríos. a) La Matriz, comprende 38 entre urbanos y rurales; b) Los Andes, consta de 6; c) Sucre, cuenta con 8 y d) El Triunfo, con 9. El encargado de regular el desarrollo de las actividades turísticas en esta circunscripción territorial es el GAD. Por otra parte, como parte de la superestructura turística se encuentran las instituciones públicas y privadas, mismas que se ocupan de trabajar para un óptimo funcionamiento de cada sector con un aprovechamiento de recursos para el robustecimiento del turismo (GADMP, 2018, pp. 70-77).

Entre los principales actores públicos se pueden mencionar: Centros de salud, Juntas parroquiales, UPC's, Tenencias políticas, entre otros. Entre los actores institucionales están entidades públicas, educativas, ONGS y entidades desconcentradas; estas son responsables del apoyo financiero, realización de infraestructura, capacitación de personal, entre otros. Finalmente, entre las instituciones privadas priman aquellas que brindan servicios financieros, como bancos comunales y cooperativas de ahorro y crédito, las cuales apoyan al desarrollo de emprendimientos y negocios (GADMP, 2018, pp. 70-77).

Componente Social

La población de Patate según proyección al año 2020 es de 15 825, siendo 7 896 hombres y 7 929 mujeres. El 83,99% (27 193 personas) se encuentra en el espacio rural, mientras que apenas el 16,01% (17 651 personas) en el urbano. El 60% del total de la población tiene relación con actividades que generan ingresos económicos. Entre las principales está la actividad agrícola, pero el cantón también ha centrado los esfuerzos para potenciar la actividad turística, promoviendo las visitas a huertos, creación de más viveros y rutas turísticas, y mediante el turismo crean más plazas de empleo (GADMP, 2018, p. 64).

Respecto a la etnicidad de la población, el 89,22% se auto identifica como mestizo, el 5,71% menciona ser indígena, 2,94% blanco, el 0,79% afrodescendiente, el 0,44% dice ser mulato, el 0,18% montubio y el 0,07% restante no se identifica como ninguno de los anteriores. Es importante reconocer la diversidad de etnias que existen en el cantón, pues es decisivo tanto para el diagnóstico del cantón como para la formulación e implementación de planes de desarrollo y planes de ordenamiento territorial (GADMP, 2018, p. 64).

Componente Cultural

El patrimonio cultural se puede definir como la herencia cultural inherente del pasado de una comunidad y que puede estar relacionada con la historia, arte, arquitectura y arqueología. El patrimonio cultural puede ser material o inmaterial, el primero se subdivide en bienes arqueológicos, bienes muebles y bienes inmuebles; mientras que el segundo engloba las técnicas, expresiones, conocimientos, representaciones tradicionales, transmitidas de generación en generación. A continuación, se presenta un cuadro en el que se distingue el patrimonio cultural material frente al inmaterial del cantón Patate (GADMP, 2018, pp. 77-85).

Tabla 3

Patrimonio Cultural Material e Inmaterial de Patate

Patrimonio Cultural Material	Patrimonio Cultural Inmaterial		
	Expresiones orales	Representaciones tradicionales	Técnicas y conocimientos
➤ Virgen del Quinche			
➤ Virgen del Tránsito	➤ Leyenda del niño oso	➤ Fiesta del Señor del Terremoto	➤ Elaboración de guitarras
➤ Virgen del Carmen	➤ Leyenda de la loca viuda	➤ Fiesta de la Octava de Corpus	➤ Elaboración de figuras en madera
➤ Virgen María Auxiliadora	➤ Leyenda del pródigo en cerro hermoso - Sucre	➤ Banda de Martillo	➤ Elaboración de shigras
➤ Virgen de los Dolores	➤ El Animero	➤ Interpretación musical de los hermanos Mena	➤ Elaboración e interpretación de bombos, violines y flautas
➤ San José y el niño Jesús	➤ Tradición oral lengua Kichwa		➤ Elaboración de bateas y cucharas de madera
➤ San Francisco de Asís	➤ Historia del terremoto del 5 de agosto de 1949		➤ Elaboración de arepa, chicha de uva y bebida de morocho
➤ San Antonio de Padua	➤ Historia del grupo musical Los Andino		➤ Medicina tradicional: limpias, limpia con cuy o gallina, uso de la ortiga
➤ San Isidro Labrador	➤ Historia sobre los Huasipungueros		➤ Pirotecnia
➤ San Luis Gonzaga	➤ Historia del origen de la parroquia Triunfo		
➤ San Vicente Ferrer			
➤ San Cristóbal			
➤ San Lorenzo			
➤ San Juan			
➤ San José			
➤ Santa Mariana de Jesús			
➤ Santa Rosa de Lima			
➤ Señor del Terremoto			
➤ Señor del Huerto			
➤ Nuestra Señora de la Cueva			
➤ Sagrado Corazón de Jesús			
➤ Niño de Praga			
➤ Niño Jesús			
➤ Magdalena			
➤ Cruz Procesional			
➤ Cristo Crucificado			
➤ Cristo Resucitado			
➤ Cristo Muerto			
➤ Vestido de San Juan Evangelista			

Patrimonio Cultural Material	Patrimonio Cultural Inmaterial
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Visión de San Estanislao de Kotska ➤ Puertas del Tabernáculo ➤ Moldes para hostias ➤ Crismeros ➤ Aureola ➤ Mariola ➤ Inmaculada ➤ Corona ➤ Cetro ➤ Arcángel ➤ Sagrario ➤ Campana ➤ Tricampada ➤ Custodia ➤ Retablo de La Dolorosa ➤ Retablo Mayor 	

Nota. Adaptado del Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018

Componente Ambiental

Flora

En el rango altitudinal de Patate se hallan diferentes formaciones vegetales como son: Páramo herbáceo, Bosques de neblina montano y siempre verde montano alto; y Matorral húmedo montano. La amplitud de la vegetación natural del cantón es de 10 665,5 ha dividida en 16,6% de páramo, 3,4% bosque siempre verde montano alto. En el PNL está la mayor cantidad de páramo, 520 ha de este se localiza en las zonas de amortiguamiento sujetas a presiones producto de la actividad humana (GADMP, 2018).

Patate tiene un alto potencial turístico en lo que se refiere a recursos naturales, pues posee 156 especies vegetales pertenecientes a 62 familias, entre las que sobresalen por su diversidad: Ericaceae con 17 especies, seguida por Asteraceae con 14 especies, Melastomataceae con 12, Solanaceae con 7, Rubiaceae con y Araliaceae con 6. No obstante,

algunas especies se ubican en el Libro Rojo de plantas Vasculares con categoría de peligro, esto producto de la disminución de su espacio natural debido a la deforestación y el uso del suelo para actividades agropecuarias (GADMP, 2018).

Fauna

Patate se lo cataloga como una tierra de Aves, se registran 195 pertenecientes a 37 familias. Uno de los lugares con gran diversidad de aves raras y comunes es la parroquia El Triunfo. En la extensión de ríos y arroyos como bioindicador del buen estado de las aguas se encuentran el pato torrentero, además del cóndor andino y águila andina. Una de las familias que tiene más especies son las tangaras Thraupidae con un total de 32. También la familia de los colibríes Trochilidae tienen una presencia significativa a causa de la diversidad de plantas que existe (GADMP, 2018, p.46).

Sin embargo, algunas especies como la pava de monte, tiucurpilla, torcaza y zumbador gallinago jamesoni son aprovechadas como alimento y otros como el loro Amazona Mercenariael se captura para ser comercializado como mascota, esto pese al trabajo que se hace para concientizar sobre la conservación de la fauna (GADMP, 2018, p.47).

En lo que se refiere a otras especies, en el cantón habitan mamíferos como: el tapir andino, oso de anteojos, cervicabra, venado de cola blanca, lobo, sacha cuy, conejo de monte, chucuri, zorro, murciélagos y roedores, entre otros. En cuanto a reptiles y anfibios se reconocen 21 especies de anuros (ranas y sapos), se hallaron especies raras que solo se encontraban al norte del país como es el *Osonophryne bufoniformis* (sapo pequeño a mediano de color café) y una especie endémica con muy poca presencia el *Eleutherodactylus orcesi* (anuro) (GADMP, 2018, p.47).

En Patate, se puede disfrutar y observar de la fauna en su entorno natural, además de ecosistemas poco intervenidos, uno de los aspectos que destaca es su ambiente favorable para la observación de aves, mismo que lo ha convertido en uno de los destinos predilectos para el

aviturismo que lo complementa con la oferta de facilidades en cuanto a rutas, guías y servicios de alojamiento cercanos entre otros (GADMP, 2018).

Territorio Bajo Conservación o manejo ambiental

El 45% del territorio del cantón Patate forma parte del Parque Nacional Llanganates, el cual fue creado bajo Resolución N° 00002 del 18 enero de 1996 - Registro Oficial N°907, Marzo 19 de 1996. En esta área protegida existen 231 especies de aves, 46 de mamíferos y 23 de anfibios y reptiles, presentes en varios ecosistemas que lo conforman, en los que se encuentran alrededor de 800 especies de plantas vasculares, entre las que están algunas raras y endémicas de la región (GADMP, 2015). El 30 de julio del 2021 el Ministerio de Ambiente, Agua y Transición Ecológica (MAATE) definió como Área de Protección Hídrica San Jorge de Patate de 215,13 ha de extensión que está colindante al PNL y protege a páramos y bosques montanos, en donde se han reconocido cinco fuentes de hídricas que benefician a 5 844 habitantes de las parroquias de Sucre y La Matriz (MAATE, 2021).

Patate además mantiene un convenio junto con los cantones de Baños, Pelileo y por la provincia de Chimborazo Guano y Penipe que impulsa el proyecto para la declaratoria del Geoparque Volcán Tungurahua por parte de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco), esto más allá de consolidarlo como atractivo turístico, constituirá un mecanismo para la conservación ambiental y el aprovechamiento del patrimonio geológico (GADMP, 2021). Los Geoparques son áreas geográficas únicas, en donde existe conexión del patrimonio geológico con el de tipo cultural y natural y se fomenta el desarrollo sostenible de la zona bajo los ejes de geoeducación, geoturismo y geoconservación (Unesco, 2021).

Turismo

Patate “Valle de la Eterna Primavera” con el paso del tiempo ha mantenido y valorado su legado histórico cultural y natural, el 29 de septiembre de 2019 fue oficialmente declarado como

el primer Pueblo Mágico del país, con desfiles bailes y comparsas se festejó dicho acontecimiento que contó con la presencia de autoridades locales y del Ministerio de Turismo, además que tuvo lugar un evento de certificación que se realizó en el Teatro Municipal. Esto después de haber cumplido con los 15 requisitos solicitados para aplicar al programa. Con esto “El cantón Patate espera atraer los ojos del mundo entero, dinamizar la actividad económica y social de la localidad poniendo en valor las tradiciones y patrimonio con servicios turísticos de calidad” (Ministerio de Turismo, 2019).

Tipos de turismo que se pueden practicar en el cantón Patate

Ecoturismo

Tipo de turismo estilo alternativo y ecologista, cuya motivación es disfrutar de la biodiversidad natural y la cultura, con una actitud consciente de la protección del medio ambiente y el bienestar de la comunidad local (OMT, 2019). En el cantón Patate se puede practicar este tipo de turismo en los espacios naturales existentes como: bosques, llanuras, montañas, fenómenos geológicos, ríos, entornos lacustres y áreas protegidas, entre otros. La unidad encargada del turismo pretende que el cantón sea referente del ecoturismo en la provincia, para ello promueve la oferta de recursos naturales poco alterados y sostenibles (GADMP, 2018).

Turismo comunitario

Modelo de gestión, en el cual la comunidad local participa activamente aprovechando de forma adecuada el patrimonio natural y/o cultural, conducidos por los principios de sostenibilidad y la distribución equitativa de los beneficios generados (PROCASUR, 2011). La parroquia El Sucre a modo complementario de las actividades económicas cotidianas ofrece este tipo de turismo, sacando ventaja de los recursos naturales y culturales que posee, a su vez esto es una forma de revalorizarlos y mantenerlos en el tiempo. Este poblado mestizo tiene

influencia de la cultura Panzaleo-Puruhá, está ubicado entre una de las montañas más altas y con sensacionales paisajes andinos (GADMP, 2018).

Turismo Cultural

Partiendo que en este tipo de turismo la motivación del visitante es aprender, experimentar y consumir los atractivos culturales que pueden ser de tipo material o inmaterial. (OMT, 2019). En Patate se puede visitar lugares con gran valor histórico entre los que están lugares de venta de artesanías, restos arqueológicos y museos como el Señor del Terremoto, Los Atis y Arqueológico Sucre. Además, disfrutar de las fiestas populares y otras actividades de carácter religioso, así como de la gastronomía local (GADMP, 2018).

Turismo de Deportes y Aventura

Este tipo de turismo tiene lugar en escenarios naturales con características geográficas y paisajes específicos en donde las personas realizan alguna actividad física, la cual puede desafiar sus capacidades (OMT, 2019). En Patate, dentro del catálogo de actividades enmarcadas en esta modalidad están:

- Ciclismo
- Caminata
- Competencia y práctica deportiva
- Montaña (andinismo, escalada, canyoning)
- Aéreos (parapente)
- Fluvial (rafting, tubing)
- Otros (cabalgata, automovilismo, motociclismo) (GADMP, 2018).

Turismo Gastronómico

Tipo de actividad turística que ofrece al visitante la experiencia de deleitarse de la comida local, para lo cual se pueden hacer visitas a productores locales, participación en ferias

gastronómicas y/o clases de cocina (OMT, 2019). Una de las características de Patate es su deliciosa gastronomía, entre los platillos que destacan están: chicha de uva y la “arepa patateña” que se prepara con zapallo, harina de maíz, panela y queso, también está la trucha, el hornado de Patate, las empanadas de babaco, las habas con choclo entre otros. Esto se puede encontrar en restaurantes, mercados, ferias y se ha convertido en un atractivo más del cantón (GADMP, 2018).

Turismo Ornitológico o Aviturismo

Tiene que ver con trasladarse a un sitio en particular donde se puede observar aves en su entorno natural, para lo cual, los destinos promueven festivales de observación, cuentan con puntos de acceso, senderos, parques, entre otros. Patate forma parte de la Eco ruta Kuri Pishku, una de las más representativas para la observación de aves, además cuenta con guías especializados y tiene senderos como los de Mundug, Platupamba, Platuquiral, la Suiza y más. En virtud de, las más de 200 especies existentes en la zona alta de Patate, esta fue declarada Área de Importancia para la Conservación de las Aves por la BirdLife Internacional. Además, por tal motivo y por los bellos paisajes, Patate fue calificado primer destino fotográfico del país por el Ministerio de Turismo (El Universo, 2021b).

Agroturismo

Actividades que se llevan a cabo en áreas agropecuarias, aquí las personas del campo comparten con los visitantes su conocimiento y saberes ancestrales, técnicas agrícolas, manifestaciones entre otras cosas, de esta forma el turismo se combina con su actividad principal, la agricultura. Patate brinda a los turistas la posibilidad de realizar este tipo de turismo en las zonas cultivadas por asociaciones y productores de la zona como son: Asociación Quinlata, Feria Dominical, San Rafael Alto, etc. en donde se puede encontrar plantas frutales, ornamentales y medicinales (GADMP, 2018).

Turismo religioso

La motivación de los viajeros es la devoción religiosa, para el caso del cantón Patate, la principal fiesta religiosa que llama la atención de propios y extraños es la celebración en honor al Señor del Terremoto que tiene lugar en el mes febrero de cada año a partir del terremoto que devastó el lugar, el 04 de febrero de 1797 y dejó 320 muertos, tiempo más tarde la imagen del Señor del Terremoto que se cree es de origen español fue encontrada entre los escombros y se convirtió en el patrono del cantón (GADMP, 2018).

Análisis de la Oferta

Atractivos

Patate posee singulares atractivos turísticos, gastronómicos, culturales y naturales y un acentuado significado histórico cultural, A continuación, se presentan los atractivos del cantón.

Tabla 4

Santuario Religioso del "Señor del Terremoto"

Nombre del Atractivo Turístico: Santuario Religioso del "Señor del Terremoto"			
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Históricas	Subtipo: Arquitectura Religiosa	Jerarquía: II
 <p>Está ubicada en el centro de Patate, no tiene un estilo definido. Está formada por dos naves laterales y una central, la sacristía, una pequeña capilla del Santísimo, el Altar Mayor de estilo barroco bañado en pan de oro donde reposa la imagen del Señor del Terremoto. Además, se exponen: 14 obras relacionadas a la pasión de Cristo, Vitrales con la Virgen de la Dolorosa y relacionados con el Señor del Terremoto</p> <p>Accesibilidad y conectividad: Su horario es todos los días a partir de las 6h30 am y su entrada es gratuita.</p> <p>Planta turística / servicios: Tiene una capacidad para 2.000 fieles y cuenta con un museo arqueológico.</p> <p>Estado de conservación e integración: Alterado</p> <p>Actividades que se practican: Actividades religiosas e historia.</p>			

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 5

Museo Arqueológico y Religioso "Señor del Terremoto"

Nombre del Atractivo Turístico: Museo Arqueológico y Religioso "Señor del Terremoto"			
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Históricas	Subtipo: Arqueológico y Religioso	Jerarquía: II



Se presentan varias piezas encontradas en excavaciones arqueológicas en la zona rural y son de origen Panzaleo - Puruhá, estas representan el valor cultural del cantón. De igual forma, se exhiben esculturas propias de la escuela quiteña, imágenes del Señor del Terremoto y vestiduras del mismo.

Accesibilidad y conectividad: Su horario es los sábados y domingos de 9h00 a 12h00, de 13h00 a 16h00. El costo de entrada para Adultos es \$1,00 y \$0,50 centavos para niños, personas con discapacidad y tercera edad.

Planta turística / servicios: Ubicado en el interior del Santuario Religioso "Señor del Terremoto".

Estado de conservación e integración: Alterado

Actividades que se practican: Se puede admirar y descubrir imágenes y figuras procedentes de la escuela Quiteña originarias de los siglos XVII y XIX.

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 6

Museo Arqueológico Sucre

Nombre del Atractivo Turístico: Museo Arqueológico Sucre			
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Históricas	Subtipo: Museo Arqueológico	Jerarquía: I



Expone piezas arqueológicas de las culturas Panzaleo-Puruhá, extraídas por los pobladores en excavaciones al cementerio arqueológico de la zona, hace 30 años aproximadamente. Destacan figuras y osamentas como: platos, pundos vasijas, ollas, huesos, etc.

Accesibilidad y conectividad: Situado en la parroquia Sucre a 30 minutos del centro de ciudad. Los números de contacto de quienes están a cargo del museo son: 0985742788 / 0991385292

Planta turística / servicios: Actualmente está ubicado en el centro Artesanal Urku Kuri junto al cementerio arqueológico.


Estado de conservación e integración: Alterado

Actividades que se practican: Observar piezas arqueológicas y comprar de artesanías

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 7

Parque Central "Simón Bolívar"

Nombre del Atractivo Turístico: Parque Central "Simón Bolívar"			
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Espacio Público	Jerarquía: I
			
<p>Está situado en la parroquia La Matriz. El Parque Central es un lugar que se puede disfrutar con toda la familia. Cuenta con una amplia historia, dado que anteriormente era conocido como "Plaza Grande", donde se llevaban a cabo corridas de toros, fiestas de pueblo y se practicaban juegos tradicionales. Adicionalmente, en el parque existe diversidad de fauna nativa, que a su vez es refugio de la avifauna.</p> <p>Accesibilidad y conectividad: Se encuentra abierto siempre y su entrada es gratuita.</p> <p>Planta turística / servicios: A su alrededor se encuentran restaurantes de comida típica.</p> <p>Estado de conservación e integración: Alterado</p> <p>Actividades que se practican: Caminata, fotografía, avistamiento de avifauna y flora nativos del lugar.</p>			

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 8


Pasaje Turístico Marcial Soria

Nombre del Atractivo Turístico: Pasaje Turístico Marcial Soria			
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Espacio Público	Jerarquía: I
			
<p>Es un espacio abierto tipo galería, en donde se pueden apreciar pinturas relacionadas con la cotidianidad del Patate actual y de antes, así como de las festividades, la gastronomía y agricultura, entre otros aspectos y son creaciones del artista patateño Geovanny Mosquera.</p> <p>Accesibilidad y conectividad: Se ubica en la parroquia La Matriz, en la parte posterior de la Basílica en las calles Gonzáles Suárez y Marcial Soria, se puede ir todos en los horario de 08h00 a 18h00.</p> <p>Planta turística / servicios: En la parroquia Matriz se puede encontrar restaurantes, cafeterías, complejos recreacionales, hosterías, servicio de camionetas, entre otros.</p> <p>Estado de conservación e integración: Alterado</p> <p>Actividades que se practican: Caminata, fotografía.</p>			

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 9


Arepas y chicha de uva

Nombre del Atractivo Turístico: Arepas y chicha de uva			
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Etnografía	Subtipo: Comidas y bebidas típicas	Jerarquía: II
		<p>Las tradicionales arepas y de sabor único, su preparación data de muchos años atrás, se las realiza de manera artesanal y se sirven en hojas de achira. Se preparan a base de zapallo y envueltas en hojas de achira su cocción es en hornos de leña.</p>	
Accesibilidad y conectividad: Horarios de atención y precios varían según los establecimientos donde se oferta el producto.			
Planta turística / servicios: Alrededor del parque central se encuentran negocios donde se ofrecen estas arepas, generalmente las venden acompañadas de chicha de uva.			
Estado de conservación e integración: Conservado			
Actividades que se practican: Gastronomía e historia.			

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 10

Fiestas del Señor del Terremoto

Nombre del Atractivo Turístico: Fiestas del Señor del Terremoto			
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Acontecimientos Programados	Subtipo: Fiestas Religiosas y Profanas	Jerarquía: II
		<p>Fiesta que celebra el levantamiento y esfuerzo de los patateños, a partir del devastador terremoto del 4 de febrero de 1797. Sucede anualmente la semana del 4 de febrero. Arranca con los quincenarios (recorridos de la imagen por los caseríos del cantón, previos al día de fiesta).</p>	
Accesibilidad y conectividad: En vehículo propio se debe tomar la vía Panamericana Ambato- Baños o ir por Píllaro y tomar la vía a Patate. También existen dos compañías de transporte la cooperativa de transporte PATATE y la cooperativa de transporte TRANS VALLE PATATE que parten desde la ciudad de Ambato.			
Planta turística / servicios: En el cantón Patate se puede encontrar: restaurantes, hosterías, complejos recreacionales y varios atractivos naturales y culturales.			
Estado de conservación e integración: Conservado			
Actividades que se practican: Desfiles, pasada de chamiza, concurso de bandas, juegos pirotécnicos, presentación de artistas y la misa campal un domingo de fiesta.			

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 11

Fiestas de Cantonización

Nombre del Atractivo Turístico: Fiestas de Cantonización			
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Acontecimientos Programados	Subtipo: Fiestas Religiosas y Profanas	Jerarquía: II
		<p>Las fiestas de cantonización de San Cristóbal de Patate son cada 13 de septiembre y son parte representativa de la cultura y tradición del cantón. Se realiza un desfile donde participan los habitantes e instituciones públicas y educativas. Durante esta fiesta se llevan a cabo concursos de danza folklórica, juegos tradicionales, bailes; asimismo se realiza la elección de las reinas y se presenta la gastronomía típica del lugar.</p>	
<p>Accesibilidad y conectividad: En vehículo propio se debe tomar la vía Panamericana Ambato- Baños o ir por Píllaro y tomar la vía a Patate. También existen dos compañías de transporte la cooperativa de transporte PATATE y la cooperativa de transporte TRANS VALLE PATATE que parten desde la ciudad de Ambato.</p> <p>Planta turística / servicios: En el cantón Patate se puede encontrar: restaurantes, hosterías, complejos recreacionales y varios atractivos naturales y culturales.</p> <p>Estado de conservación e integración: Conservado</p> <p>Actividades que se practican: Desfiles, pasada de chamiza, concurso de bandas, juegos pirotécnicos, presentación de artistas.</p>			

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y La Hora, 2019.

Tabla 12

Fiestas de Corpus Christi

Nombre del Atractivo Turístico: Fiestas de Corpus Christi			
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Acontecimientos Programados	Subtipo: Fiestas Religiosas y Profanas	Jerarquía: II
		<p>Fiesta religiosa, que se caracteriza por tener matices indígenas que resalta la descendencia de la cultura Panzaleo-Puruhá. Se pueden ver personajes como: los danzantes, los “mochos”, la banda de pueblo que se unen para dar gracias por las cosechas al Dios Sol y a la Madre Tierra.</p>	
<p>Accesibilidad y conectividad: Se celebra en el mes de julio en la parroquia Sucre.</p> <p>Planta turística / servicios: En la parroquia Sucre se puede practicar turismo comunitario además cuenta con un centro Artesanal Urku Kuri junto al cementerio arqueológico, una finca eco turística y posee varios atractivos naturales y culturales.</p> <p>Estado de conservación e integración: Conservado</p> <p>Actividades que se practican: Desfiles, pasada de chamiza, presentación de bandas de pueblo, juegos pirotécnicos, entre otras.</p>			

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 13

Feria Eterna Primavera

Nombre del Atractivo Turístico: Feria Eterna Primavera			
Categoría: Manifestación Cultural	Tipo: Acontecimientos Programados	Subtipo: Ferias	Jerarquía: II
		<p>La Feria Eterna Primavera se lleva a cabo en el Centro de Comercialización del Valle los días domingos en horario de 08h00 a 18h00. Aquí asociaciones y productores independientes del cantón ofertan varias plantas ornamentales, medicinales y frutales además de frutos propios del sector también se expenden otros productos como artesanías, vinos, productos derivados de la miel de abeja, entre otros.</p>	
<p>Accesibilidad y conectividad: En la parroquia Matriz a dos cuadras del Parque Simón Bolívar en las calles Naciones Unidas y Vicente Rocafuerte</p>			

Nombre del Atractivo Turístico: Feria Eterna Primavera

Planta turística / servicios: Espacio para los comerciantes, juegos infantiles, servicios higiénicos, parqueadero y locales de venta de comida.

Estado de conservación e integración: Alterado

Actividades que se practican: Compra y venta de plantas y productos de la zona.

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018.

Tabla 14

Cascada Mundug

Nombre del Atractivo Turístico: Cascada Mundug

Categoría: Sitio Natural

Tipo: Caída de
Agua

Subtipo:
Cascada

Jerarquía: I



Su nombre nativo es “Chorrera de Yanapancca” que significa “Chorro Negro”. Confluye al río Blanco tiene agua cristalina que baja desde el páramo, su altura es de 20 metros. Posee un ecosistema diverso en cuanto a flora y fauna silvestre. Existen varias aves como: colibríes, pavas, tangaras, gavilanes, águilas, entre otros.

Accesibilidad y conectividad: Se sitúa en la parroquia La Matriz, se encuentra siempre abierto y su entrada es gratuita. El acceso está en buenas condiciones, su ingreso es por un sendero de tránsito peatonal y toma 1 hora llegar a la cascada.

Planta turística / servicios: Tiene un sendero ecológico, cuya travesía dura 40 minutos, además, cuenta con un mirador.


Estado de conservación e integración: Conservado

Actividades que se practican: Observación de flora y fauna, fotografía, caminata

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 15

Cascada Las Golondrinas

Nombre del Atractivo Turístico: <i>Cascada Las Golondrinas</i>			
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Caída de Agua	Subtipo: Cascadas	Jerarquía: I
	<p>Ubicada a 2 566 m s. n. m., formada de una gran roca, tiene un salto de agua de aproximadamente 8 metros. La cascada está rodeada de vegetación natural entre las que destacan: sigse, romerillo, pantza, pumamaqui, quishuar, bromelias, helechos arbóreos, chuquiragua, entre otros. Además, en cuanto a la fauna se pueden observar golondrinas.</p>		
	<p>Accesibilidad y conectividad: Ubicada en la parroquia El Triunfo, en el barrio Las Orquídeas se accede caminando aproximadamente por 40 minutos por el sendero situado entre las calles El Plata y Montalvo que está a lo largo del río Plata. No es necesario permiso para acceder. Lo mejor es visitarla en la mañana, en compañía de un guía local.</p>		
<p>Planta turística / servicios: La comunidad de San Jorge ofrece el servicio de guías.</p>			
<p>Estado de conservación e integración: Conservado</p>			
<p>Actividades que se practican: Senderismo, fotografía, pesca deportiva, observación de flora y fauna, entre otras.</p>			

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 16


Cascada Mesa Tablón

Nombre del Atractivo Turístico: Cascada Mesa Tablón			
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Caída de Agua	Subtipo: Cascadas	Jerarquía: I
	<p>Se forma del río Corazón, tiene un maravilloso salto de agua es catalogada como una de las más altas del país, con alto potencial turístico, se puede apreciar la flora y fauna de la zona y llama la atención el trinar de las aves.</p> <p>Accesibilidad y conectividad: Se encuentra siempre abierto y su entrada es gratuita. Es recomendable ir con un guía. Se ingresa por la parroquia Sucre en una caminata de aproximadamente una hora y media.</p> <p>Planta turística / servicios: En la parroquia Sucre se puede practicar turismo comunitario además cuenta con un centro Artesanal Urku Kuri junto al cementerio arqueológico, una finca eco turística y posee varios atractivos naturales y culturales.</p>		
	<p>Estado de conservación e integración: Conservado</p> <p>Actividades que se practican: Senderismo, fotografía, observación de flora y fauna, entre otras.</p>		

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 17

Laguna Sudagua

Nombre del Atractivo Turístico: Laguna Sudagua			
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Ambiente Lacustre	Subtipo: Laguna	Jerarquía: I
	<p>La laguna de Sudagua se encuentra a una altura de 3 171 m s. n. m., en los páramos de Sucre en la cima del cerro que lleva el mismo nombre ofrece una vista panorámica de las siguientes elevaciones: Tungurahua, Chimborazo, Cotopaxi e Ilinizas, de igual forma se puede observar flora y avifauna del lugar.</p>		
	<p>Accesibilidad y conectividad: Para acceder se debe realizar una caminata de alrededor de una hora o se puede utilizar caballos.</p> <p>Planta turística / servicios: En la parroquia Sucre se puede practicar turismo comunitario además cuenta con un centro Artesanal Urku Kuri junto al cementerio arqueológico, una finca eco turística y posee varios atractivos naturales y culturales.</p> <p>Estado de conservación e integración: Alterado</p> <p>Actividades que se practican: Camping, paseos ecológicos, fotografía, aviturismo, etc.</p>		

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 18

Laguna San Borja

Nombre del Atractivo Turístico: Laguna San Borja			
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Ambiente Lacustre	Subtipo: Laguna	Jerarquía: I
	Ubicada a 3 800 m s. n. m., esta laguna forma parte del Parque Nacional Llanganates presentan abundante vegetación y especies endémicas propias del páramo, así como fauna entre las que destacan los osos de anteojos.		
Accesibilidad y conectividad: Situada en la comunidad de San Jorge que pertenece a la parroquia La Matriz. Los vehículos pueden ingresar hasta el principio del sendero de Platuquiral. Su entrada es gratuita y se aconseja ir en compañía de un guía nativo.			
Planta turística / servicios: La comunidad de San Jorge ofrece el servicio de guías.			
Estado de conservación e integración: Alterado			
Actividades que se practican: Camping, fotografía, investigación, aviturismo, entre otras.			
<i>Nota.</i> Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.			

Tabla 19

Bosque Nublado Manteles



Nombre del Atractivo Turístico: Bosque Nublado Manteles			
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Bosques	Subtipo: Orquideario	Jerarquía: I
	Está ubicado en la parroquia La Matriz, en el sector Los Manteles, forma parte de la Hacienda con el mismo nombre. Este bosque es importante, pues constituye una zona de amortiguamiento para el Parque Nacional Llanganates.		
Accesibilidad y conectividad: Se encuentra siempre abierto y su entrada es gratuita.			
Planta turística / servicios: En la parroquia Matriz se puede encontrar restaurantes, cafeterías, complejos recreacionales, hosterías, servicio de camionetas, entre otros.			
Estado de conservación e integración: Conservado			
Actividades que se practican: Observación de flora, aviturismo, fotografía, caminata y camping.			
<i>Nota.</i> Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.			

Tabla 20

Cueva de Los Incas

Nombre del Atractivo Turístico: Cueva de Los Incas			
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Fenómenos Espeleológicos	Subtipo: Cuevas	Jerarquía: I

	<p>Ubicada a 2 959 m s. n. m., la cueva está formada por rocas, rodeada por las aguas del río El Inca, según cuentan los pobladores fue un sitio de descanso en el tiempo de los Incas.</p>
<p>Accesibilidad y conectividad: Se localiza a solo 3 km del centro de la parroquia El Triunfo.</p> <p>Planta turística / servicios: En la parroquia El Triunfo se puede encontrar restaurantes, complejos recreacionales, criaderos de truchas, orquidearios, hosterías, entre otros.</p> <p>Estado de conservación e integración: Conservado</p> <p>Actividades que se practican: Fotografía, caminata y observación de flora y fauna.</p>	

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 21

Laguna Negra

Nombre del Atractivo Turístico: Laguna Negra			
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Sistema Lacustre	Subtipo: Laguna	Jerarquía: I

	<p>La laguna está situada entre las montañas de la cordillera andina, se conforma por las lluvias constantes y la vegetación del páramo. Entre la Flora que se puede encontrar está (almohadillas, paja de páramo, romerillo, cacho de venado, chuquiragua, sangre de toro, entre otros) y fauna (pavas de monte, patos silvestres), también cuenta con senderos naturales.</p>
<p>Accesibilidad y conectividad: Se encuentra en la parte alta de la parroquia Sucre siempre abierto y su entrada es gratuita. Se puede llegar a caballo o caminando, la travesía dura aproximadamente 2 horas.</p> <p>Planta turística / servicios: En la parroquia Sucre se puede practicar turismo comunitario además cuenta con un centro Artesanal Urku Kuri junto al cementerio arqueológico, una finca eco turística y posee varios atractivos naturales y culturales.</p> <p>Estado de conservación e integración: Conservado</p> <p>Actividades que se practican: Observación de flora, fotografía y caminata.</p>	

Nota. Adaptado de la Matriz Inventario de Atractivos del Ministerio de Turismo, Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018 y la Guía Turística Patate, 2011.

Tabla 22

Mirador Ojos del Volcán Loma Grande

Nombre del Atractivo Turístico: Mirador Ojos del Volcán Loma Grande			
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Montañas	Subtipo: Mirador	Jerarquía: II

	<p>Mirador de espectacular vista de frente al volcán Tungurahua como si se lo pudiera tocar. Debido a las condiciones climáticas de Patate que son menos húmedas por lo que las nubes no lo cubren tan rápido.</p>
<p>Accesibilidad y conectividad: En vehículo propio o en camioneta, desde el centro del cantón hay que tomar la antigua vía Patate- Baños y llegar al caserío Loma Grande donde hay unas antenas el trayecto toma alrededor de media hora.</p> <p>Planta turística / servicios: En la parroquia Matriz se puede encontrar restaurantes, cafeterías, complejos recreacionales, hosterías, servicio de camionetas, entre otros.</p> <p>Estado de conservación e integración: Conservado</p> <p>Actividades que se practican: Fotografía, caminata y observación de flora y fauna.</p>	

Nota. Adaptado de Miradores del Volcán Tungurahua Living Ecuador Travel, 2021.

Tabla 23

Mirador La Tranquilla y Valle de Leito

Nombre del Atractivo Turístico: Mirador La Tranquilla y Valle de Leito			
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Montañas	Subtipo: Mirador	Jerarquía: II

	<p>Se puede observar al volcán Tungurahua en las antenas en el caserío La Tranquilla y en el valle de Leito que está cercano de igual manera se ven los paisajes agrícolas.</p>
<p>Accesibilidad y conectividad: En vehículo propio o en camioneta, desde el centro del cantón hay que tomar la carretera que lleva a Leito por 20 minutos hasta llegar a La Tranquilla en donde se ven unas enormes antenas de teléfono.</p> <p>Planta turística / servicios: En la parroquia Matriz se puede encontrar restaurantes, cafeterías, complejos recreacionales, hosterías, servicio de camionetas, entre otros.</p> <p>Estado de conservación e integración: Conservado</p> <p>Actividades que se practican: Fotografía, caminata y observación de flora y fauna.</p>	

Nota. Adaptado de Miradores del Volcán Tungurahua Living Ecuador Travel, 2021.

Planta Turística

A fin de facilitar la estancia del turista en el cantón Patate, este cuenta con los siguientes servicios dentro de su planta turística: 4 establecimientos de alojamiento, 13 de alimentos y bebidas y 3 de operación turística, registrados en catastro del Ministerio de Turismo 2021 (**Anexo 1**), pero también existen otros que no cuentan con registro turístico. Con relación a las actividades de recreación, cuenta con lugares y atractivos turísticos para realizar las siguientes actividades: caminata, ciencia, educación ambiental, conocimiento ancestral, centro de recreación, excursionismo, ecoturismo, agroecología, camping, pesca deportiva, canopy, visita a museos, actividades deportivas, compras entre otras que se detallan más en el **Anexo 1** (GADMP, 2018).

Además, dispone de guías nativos, no obstante, algunos no están calificados por el Ministerio de Turismo a pesar de que se han implementado procesos de formación y acreditación que no concluyeron. Otro de los elementos de la planta turística es el transporte, herramienta fundamental que facilita la movilización de los visitantes hacia el atractivo turístico. En Patate operan dos compañías de transporte: TRANS VALLE PATATE y la Cooperativa de Transporte PATATE que tienen frecuencias y rutas establecidas a Pelileo y Ambato, la última además tiene rutas a Quito. También existen otras cooperativas de camionetas que laboran en el cantón (GADMP, 2018).

Para el desenvolvimiento de la actividad turística, además se hace uso de la infraestructura que son los elementos básicos que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un lugar, con relación a esto el cantón Patate cuenta con tres establecimientos públicos de salud, un dispensario médico campesino además la cruz roja labora aquí, una terminal terrestre, cooperativas de servicio de transporte, red de agua y alcantarillado, así como un sistema de recolección de basura, dispone de red eléctrica, y de servicio de telefonía fija y móvil, entre otros elementos (GADMP, 2018).

Análisis de la Demanda

El Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate 2018-2022 muestra una proyección del mercado potencial para el cantón que toma datos estadísticos del Ministerio de Turismo en el periodo de enero a diciembre 2015, estiman la concentración de la demanda por provincias, para el caso de específico de la provincia de Tungurahua, Patate ocupa el cuarto lugar entre los destinos más concurridos y visitados. Por una parte, 6 702 son los viajes internos multiplicados por 4 acompañantes en promedio resulta 26 808 turistas nacionales, por otra parte, son 383 viajes receptivos por 2 acompañantes dan 1 676 turistas extranjeros, todo esto suma 27 574 turistas en el año 2015 (GADMP, 2018).

Teniendo presente estos datos y que no se cuenta con información histórica al respecto, se realiza una proyección de la demanda considerando el 1,57% de tasa de incremento de turistas nacionales entre los años 2014 y 2015. Cabe mencionar que estos datos no estimaron los impactos causados por el virus de covid-19, por lo que puede haber variaciones a partir del 2020 (GADMP, 2018).

Tabla 24

Proyección de la demanda de turistas del cantón Patate

Año	Turistas
2014	27 141
2015	27 574
2016	28 007
2017	28 440
2018	28 873
2019	29 306
2020	29 739

Nota. Adaptado del Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate, 2018

CAPÍTULO III

Resultados

Para comprender la situación socioeconómica del cantón Patate producto de la actividad turística, resulta pertinente conocer la percepción de los diferentes actores que intervienen en el desarrollo del turismo, para de esta manera contrastar las opiniones y así identificar los impactos positivos y negativos. De modo que, en este capítulo se presentan los resultados obtenidos mediante los instrumentos de investigación, es decir, las encuestas a pobladores, prestadores de servicios turísticos y visitantes; además de las entrevistas a personas relacionadas con el tema turístico del cantón.

En primer lugar, se analizó la encuesta, se aplicaron 171 cuestionarios a pobladores y 23 cuestionarios a prestadores de servicios turísticos, los cuestionarios para ambos casos coinciden en dos preguntas que tienen varios ítems. Por lo cual se procedió con el análisis de la siguiente manera: aquellas preguntas relacionadas con los datos generales, se examinaron por separado; y las preguntas iguales se cruzaron, con el objetivo de contrastar la percepción de estos dos grupos. Mientras que, en la encuesta a los potenciales visitantes, el análisis concluye con una infografía que reúne los principales hallazgos.

En segundo lugar, las entrevistas se realizaron a partir de un mismo cuestionario que toma en cuenta las variables del estudio. Las personas que colaboraron fueron tanto del sector público (el Representante de Turismo del GAD Provincial de Tungurahua, el Concejal Presidente Comisión de Turismo de GADMP y el Técnico de la Unidad Turismo), como del sector privado (el Representante de Los Prestadores de Servicios Turísticos de Patate y el Representante de la Asociación de Servicios Turísticos Ruta de las Frutas (ASOSERTURUFU)) y también se entrevistó al Presidente del Comité Ciudadano Patate Pueblo Mágico.

Análisis de las encuestas

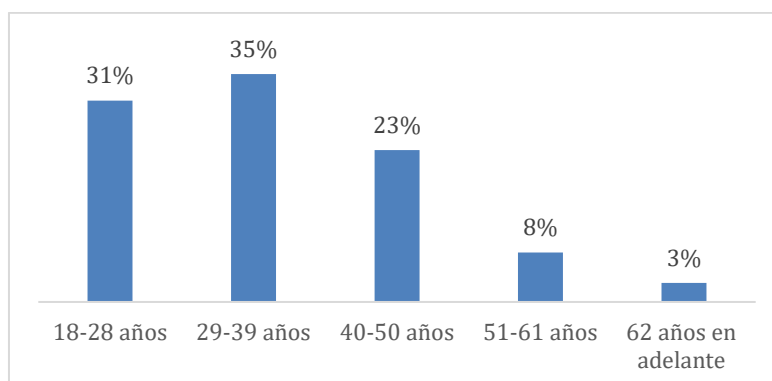
Encuesta a los pobladores del cantón Patate

Perfil de los pobladores

El perfil del encuestado permite determinar las características sociodemográficas de los pobladores del cantón Patate, toma en cuenta aspectos demográficos y económicos. Además, su conocimiento y opinión sobre temas del cantón como son: la declaratoria como Pueblo Mágico, las condiciones para desarrollar el turismo y su predisposición a participar en actividades relacionadas.

Figura 5

Edad de los pobladores encuestados



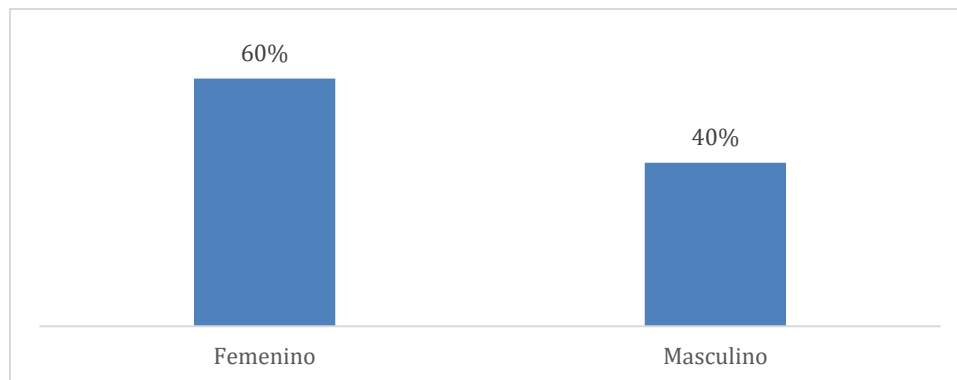
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores del cantón Patate.

Análisis

De los 171 pobladores patateños encuestados, el 35% está en un rango de edad de 29 a 39 años, por contraparte y con menor porcentaje el 3% tiene 62 o más años. Es importante mencionar que la mayor parte de las encuestas se aplicaron en la zona urbana, especialmente en el centro del cantón y sus alrededores. De modo que, se puede determinar que la mayor parte de la población es relativamente joven y se encuentra en posibilidades de trabajar.

Figura 6

Género de los pobladores encuestados



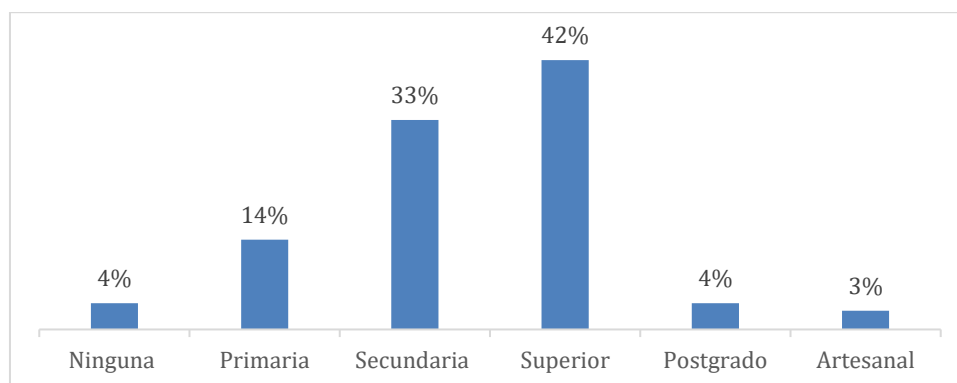
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores del cantón Patate.

Análisis

El género femenino destaca con el 60% contra el masculino con 40%. Las personas de género femenino mostraron mayor predisposición para contestar el cuestionario, sin dejar de lado el porcentaje de personas de género masculino que también tienen gran presencia.

Figura 7

Grado de instrucción de la población encuestada



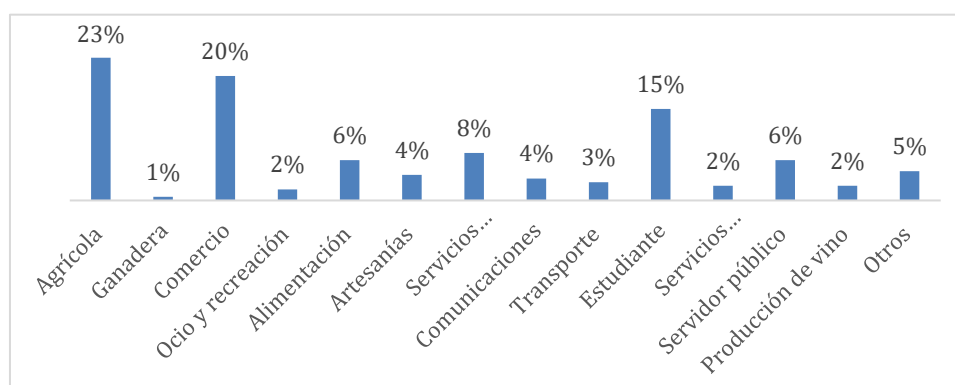
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores del cantón Patate.

Análisis

En el grado de instrucción de los 171 pobladores patateños encuestados sobresalen tres niveles: el 42 % tiene instrucción superior (entendiéndose a esto los de tercer nivel que incluyen la formación de grado (licenciaturas y profesionales universitarios o politécnicos) y técnico-tecnológico superior). Seguido con educación secundaria está el 33% y finalmente con educación primaria el 14%. Por lo tanto, se puede decir que existe un alto porcentaje de mano de obra calificada en el cantón.

Figura 8

Actividad económica de los pobladores encuestados



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores del cantón Patate.

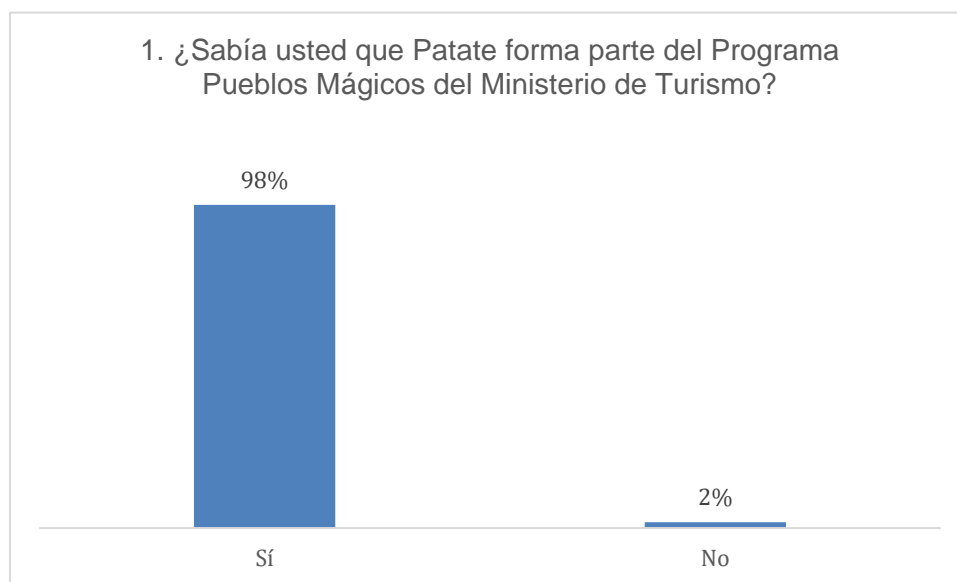
Análisis

En cuanto a la actividad económica, por una parte, un poco más del 50% de los encuestados se dedica a las siguientes actividades: el 23% a la agrícola, considerando que está es una de las principales actividades de la población patateña y el agroturismo es una de las modalidades de turismo que ofrece el cantón; seguido por el 20% al comercio, respecto a esto, como se señala antes gran parte de las encuestas se aplicaron en el centro durante un fin de semana que es cuándo y dónde la gente de la zona rural sale a comercializar sus productos; y el 15% son estudiantes. Por otra parte, es importante referirse a las actividades relacionadas al turismo, el 8% se dedican a los servicios

turísticos, el 6% a lo vinculado con alimentación, el 4% a las artesanías, 2% al ocio y la recreación y 3% al transporte. Se puede determinar que el turismo está teniendo presencia dentro de las actividades económicas de los pobladores, pero aún prevalece la agricultura, por la cual el cantón es muy reconocido.

Figura 9

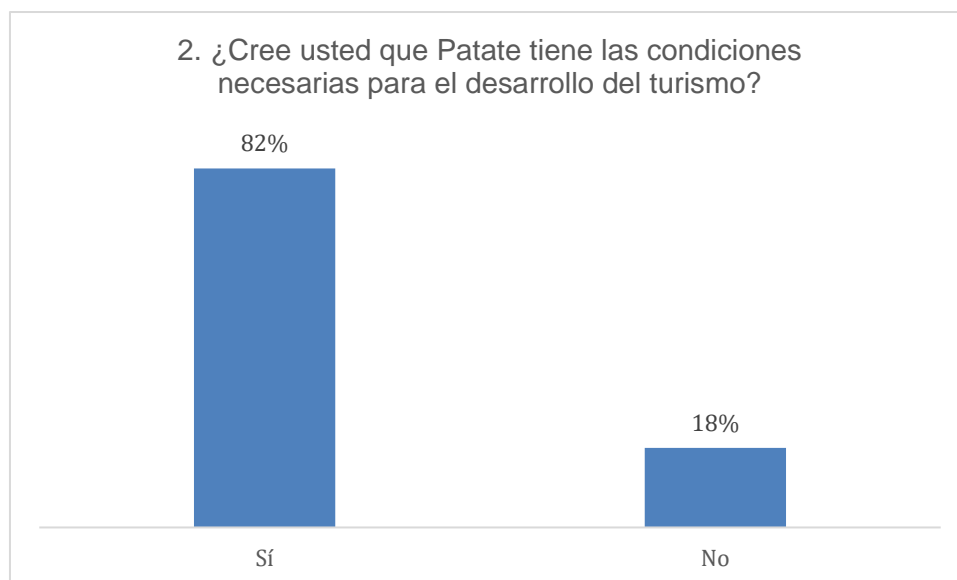
Conocimiento acerca de la declaratoria como Pueblo Mágico



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores del cantón Patate.

Análisis

El 98% de la población encuestada afirmó tener conocimiento acerca de que el cantón Patate forma parte del Programa Pueblos Mágicos, mientras que apenas el 2% dijo desconocer de dicho nombramiento. Dado que, la mayoría de los pobladores respondieron positivamente, quiere decir que las respectivas autoridades sí han socializado el tema.

Figura 10*Condiciones para el desarrollo del turismo*

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores del cantón Patate.

Análisis

El 82% de la población encuestada respondió de manera afirmativa y el 18% negativa. Así pues, la mayoría de los pobladores considera que Patate tiene las condiciones necesarias para el desarrollo del turismo, esto refiriéndose a los atractivos, servicios de alojamiento y alimentación, servicios básicos, transporte, entre otros aspectos citados en la formulación de la pregunta. Patate muestra un escenario favorable para el turismo, sin embargo, aún se debe potencializar porque está teniendo gran acogida, como mencionan en las entrevistas se está convirtiendo en el segundo destino más visitado de la provincia de Tungurahua después de Baños de Agua Santa.

Figura 11

Participación en actividades relacionadas con el turismo



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores del cantón Patate.

Análisis

De la población encuestada, al 30% le gustaría participar en actividades relacionadas a la alimentación, al 27% en ocio y la recreación, a otro 27% en artesanías, al 22% en guianza. Debido a que solo el 4% escogió la opción ninguna, se deduce que gran parte de la población muestra interés por el turismo y ve en las actividades relacionadas a este sector una alternativa en la cual involucrarse. Por lo cual es importante considerar esto para brindar capacitaciones a la población en actividades y temas relacionados al turismo.

Encuesta a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate

Para este apartado, es importante mencionar que en Patate existen 20 establecimientos con registro turístico, de los cuales se consiguió encuestar a 16, pues no se pudo establecer contacto con los 4 restantes. Adicionalmente, se encuestó a 7 establecimientos sin registro turístico, de modo que, se obtuvo un total de 23 encuestas.

Tabla 25

Giro del negocio

Giro del negocio	N°
Alimentos y bebidas	9
Alimentos y bebidas y actividades de ocio y recreación	4
Alojamiento	4
Agencia de viajes	2
Transporte turístico (tren)	1
Producción de vinos y yogurt	1
Agroturismo	2
Total	23

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

De los 23 prestadores turísticos encuestados, 13 están relacionados con la alimentación (4 de ellos también ofrecen actividades de ocio y recreación); 4 corresponden a alojamiento; 2 a agencia de viaje; 1 perteneciente a transporte el Tren de la Alegría que ofrece recorridos por el centro de Patate; 2 ofrecen actividades relacionadas al agroturismo, 1 se dedica a la producción de vinos y yogurt, además oferta visitas a los talleres de elaboración. Estos tres últimos han surgido del aprovechamiento de las características y particularidades del cantón y complementan su actividad principal con el turismo.

Tabla 26*Años de existencia del negocio*

Años	N°
1-3 años	4
4-20 años	16
Más de 35 años	2
Total	22

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

De los 23 prestadores de servicios turísticos, uno se reservó su respuesta sobre los años de existencia de su establecimiento. Por una parte, 2 establecimientos llevan más de 35 años y ya están posicionados en el mercado e incluso están a cargo de la siguiente generación; por otra parte, 16 establecimientos van desde los 4 años en adelante, es decir, ya tienen permanencia y están creciendo, mientras que 4 han surgido a pesar de la pandemia en los últimos 3 años.

Tabla 27*Género del prestador de servicios turísticos*

Género	N°
Femenino	10
Masculino	13
Total	23

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Del total de encuestados, 13 establecimientos están a cargo de personas de género femenino y 10 a cargo de personas de género masculino. Los resultados son casi parejos, lo que denota un interés por parte de ambos géneros respecto al desarrollo de la actividad turística en el cantón.

Tabla 28*Edad de los prestadores de servicios turísticos*

Edad	N°
18-28 años	2
29-39 años	9
40-50 años	8
51-61 años	3
62 años en adelante	1
Total prestadores	23

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

La mayor parte de los prestadores encuestados están en los rangos de edad de 29 – 39 años y 40 – 50 años. Se puede establecer que quienes están a cargo de los establecimientos turísticos encuestados, son relativamente jóvenes y en ciertos casos son la siguiente generación que ha heredado el negocio.

Tabla 29*Grado de instrucción*

Grado de instrucción	N°
Ninguna	0
Primaria	1
Secundaria	3
Superior	16
Postgrado	2
Artesanal	1
Total	23

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

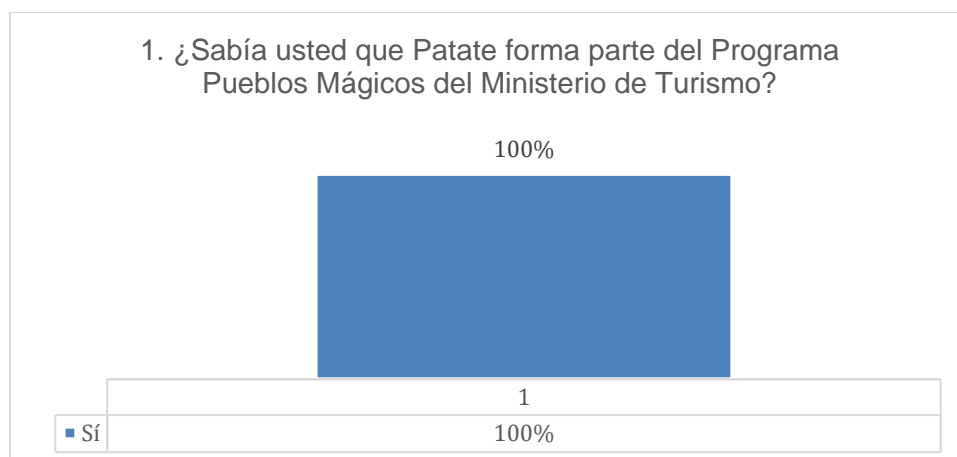
Análisis:

La mayoría de prestadores de servicios turísticos tienen grado de instrucción de nivel superior. Es decir que los establecimientos están a cargo de personas preparadas que

entienden de aspectos técnicos referentes a la actividad turística tales como: infraestructura, servicio, calidad, entre otros.

Figura 12

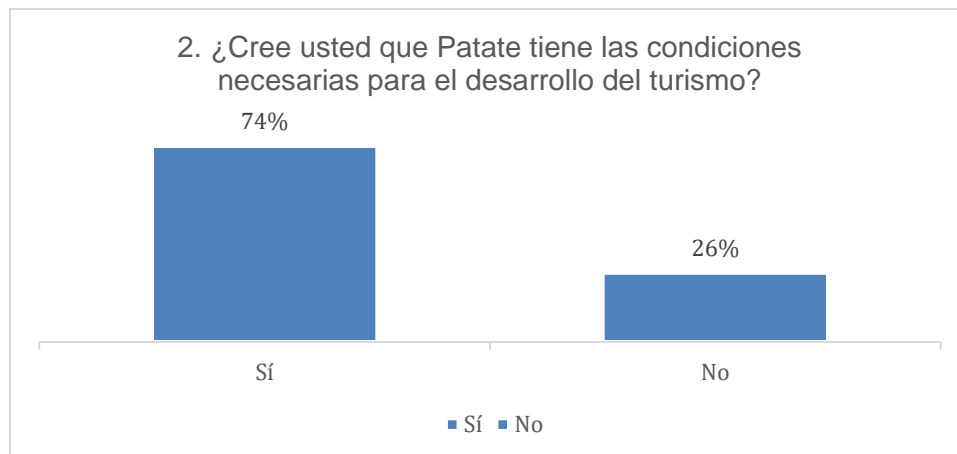
Conocimiento acerca de la declaratoria como Pueblo Mágico



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

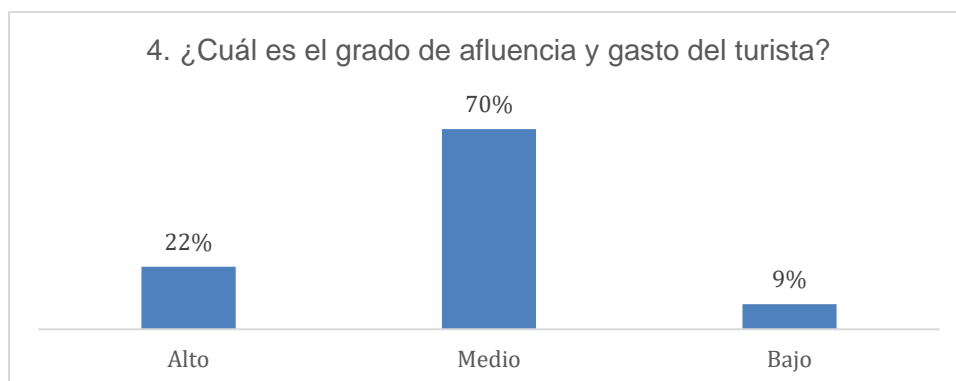
La totalidad de los prestadores de servicios turísticos encuestados afirma conocer que el cantón Patate forma parte del Programa Pueblos Mágicos, esto es importante porque utilizan este distintivo para publicitar sus establecimientos y esto influye para que las personas se interesen en visitar el cantón Patate.

Figura 13*Condiciones para el desarrollo del turismo*

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

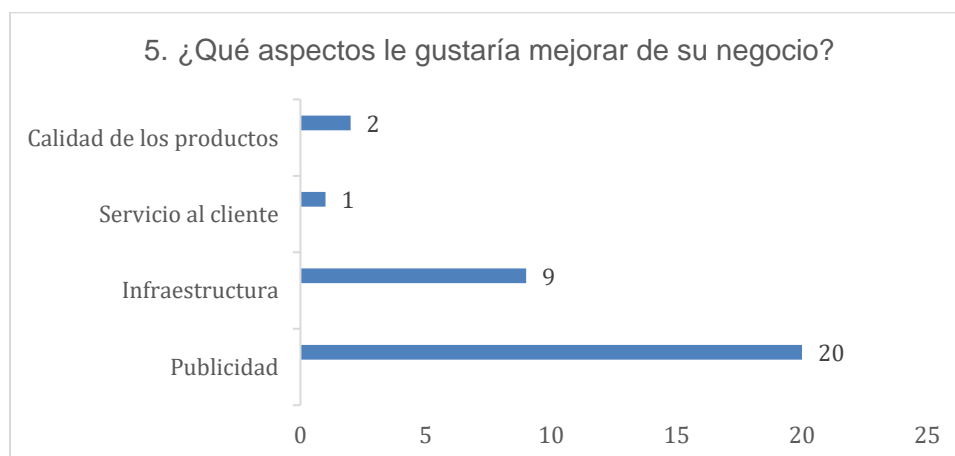
El 74% de los prestadores de servicios turísticos correspondiente a 17 respondió de manera afirmativa y el 26%, que son 6 prestadores de forma negativa. Así pues, para la mayoría de los encuestados Patate tiene las condiciones necesarias para el desarrollo del turismo y esto denota que, consideran que existen las condiciones para que los negocios prosperen, se mantengan en el tiempo y puedan surgir otros emprendimientos.

Figura 14*Grado de afluencia y gasto del turista*

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Un alto porcentaje de los prestadores, el 70% coincidió en que el grado de afluencia y gasto del turista en el cantón Patate es medio. Lo consideran de tal manera, pues manifestaron que la concurrencia de turistas se da particularmente los fines de semana, feriados y festividades del cantón; y acotaron que les gustaría aumentar la afluencia y gasto, recibiendo turistas otros días de la semana.

Figura 15*Aspectos que le gustaría mejorar*

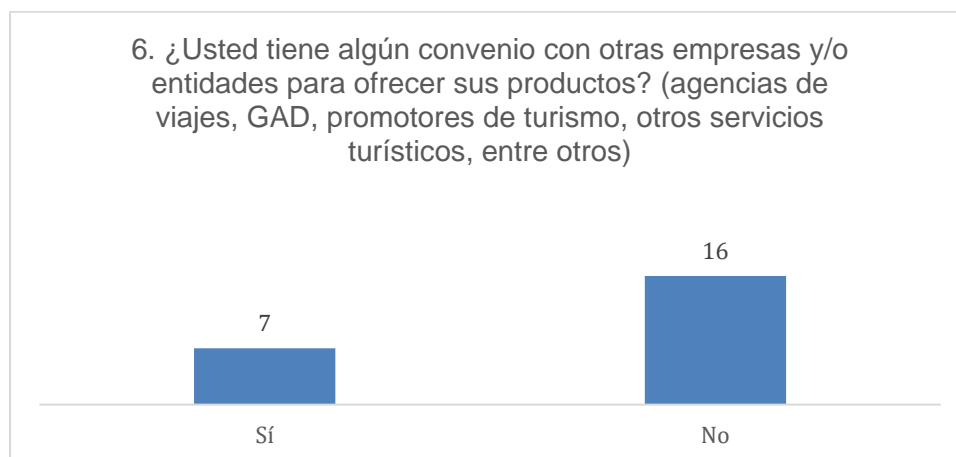
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Cabe recalcar que, en esta pregunta los encuestados podían escoger una o más opciones. De los aspectos que les gustaría mejorar, los 23 prestadores de servicios turísticos encuestados destacan la publicidad pues la seleccionaron 20 veces, seguido está la infraestructura elegida 9 veces, la calidad de los productos 2 veces y servicio al cliente 1 vez. Estos aspectos deben ser tomados en cuenta por los entes encargados y personas relacionadas, para que se apoye a los prestadores de servicios a mejorar en estos aspectos. En la entrevista el representante de los prestadores menciona que la demanda es lo que mueve a los emprendimientos para innovar y mejorar tanto estructuralmente como en el servicio y la experiencia al cliente. Para llevar esto a cabo también influye un poco la ayuda estatal en cuanto a créditos y bajos intereses relacionados al ámbito turístico (Tamayo, 2022).

Figura 16

Convenio con otras empresas y/o entidades



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

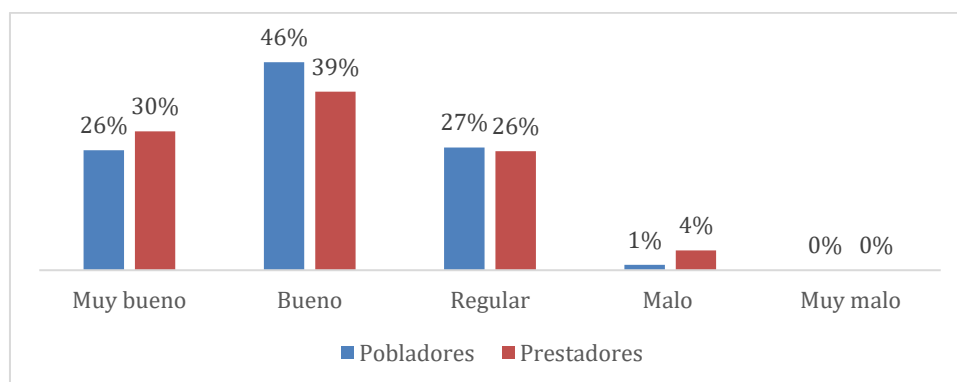
De los 23 encuestados, apenas 7 afirmaron tener convenios con otras entidades y/o empresas para ofrecer sus productos. Por contraparte, más de la mitad de los encuestados, es decir, 16 prestadores de servicios respondieron que no. Por consiguiente, algunos

argumentan que por falta de apoyo e interés por parte del GAD Patate, ciertas autoridades relacionadas con la actividad turística y operadores de turismo, pues en el cantón existen solo dos operadoras. Asimismo, mencionan que falta implementación de estrategias, promoción y ruedas de negocios. Otros mencionan que su negocio es relativamente nuevo y por eso aún no se han implementado convenios, pero concuerdan en que a futuro desean asociarse con empresas externas. Por último, apenas un prestador comenta que recién se encuentra en negociaciones con operadoras de turismo y agencias de viajes.

Preguntas cruzadas entre pobladores y prestadores de servicios de servicios

Figura 17

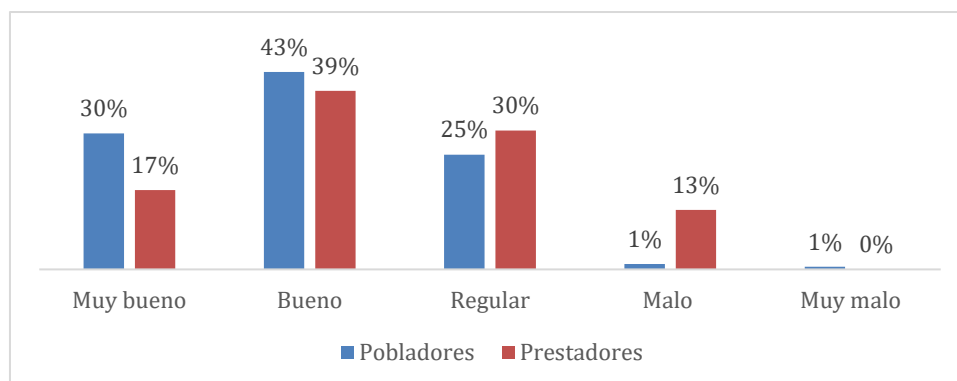
Planta turística



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Con respecto a la calificación de los aspectos planteados en la pregunta 4, según el punto de vista de los pobladores encuestados. El 72% califica en buenas condiciones la planta turística del cantón Patate refiriéndose esto a los servicios de alojamiento, alimentación, transporte y diversiones; el 27% considera que es regular y apenas el 1% que es mala. Por parte de los prestadores, el 69% evalúa como muy buena y buena la planta turística, el 26% piensa que está regular y para el 4% es mala. En general los encuestados califican este aspecto en buenas condiciones, pero coinciden en que hay aspectos que aún se deben trabajar entre los que destacan: el transporte y alojamiento.

Figura 18*Infraestructura*

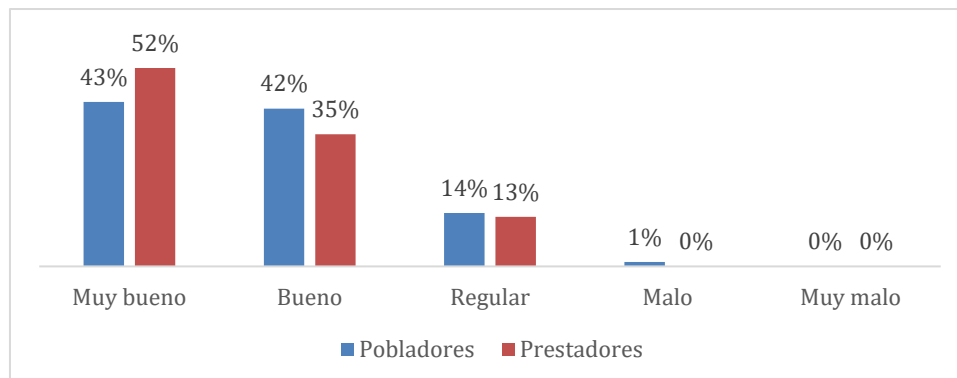
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Con respecto a la infraestructura, el 73% de los pobladores consideran que las carreteras, caminos, transporte, servicios básicos, etc., están en condiciones buenas. Mientras que, el 56% los prestadores de servicios también lo consideran así; esto resulta conveniente debido a que en la infraestructura se apoya el desarrollo de la actividad turística. Sin embargo, ambas partes muestran resultados semejantes en la opción regular (25% y 30% respectivamente), pues manifiestan que hace falta mejorar este aspecto en algunos sectores alejados.

Figura 19

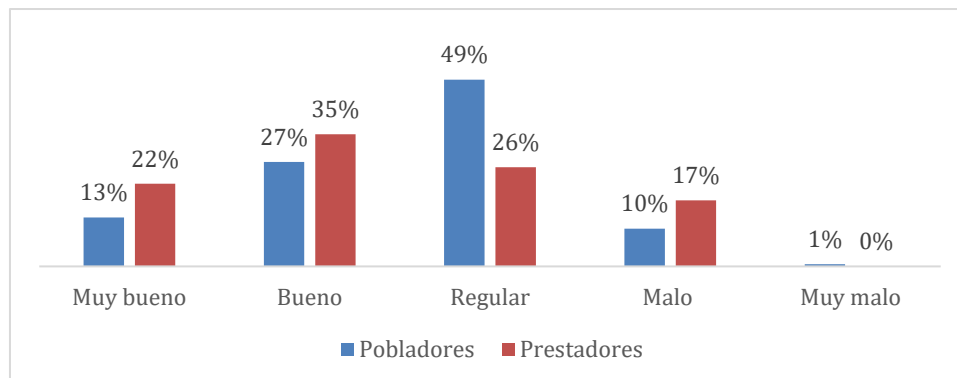
Estado de los atractivos



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

La gran mayoría de pobladores, evaluó como positivo el estado de los atractivos turísticos de Patate, pues el 43% expresa que es muy bueno y el 42% dice que es bueno; frente a un bajo porcentaje de 14% que cree que es regular. En cuanto a las respuestas de los prestadores, se obtuvieron resultados similares, el 52% y el 35% evaluaron este aspecto como muy bueno y bueno respectivamente, y tan solo el 13% lo considera como regular. Se puede concluir que, en general el estado de los atractivos es bueno. Sin embargo, los porcentajes bajos en la opción regular concuerdan con lo detectado en la visita de campo, pues ciertas personas manifestaron que hay atractivos que recién están dándose a conocer y no tienen las facilidades necesarias para el desarrollo de la actividad turística.

Figura 20*Promoción y publicidad del turismo*

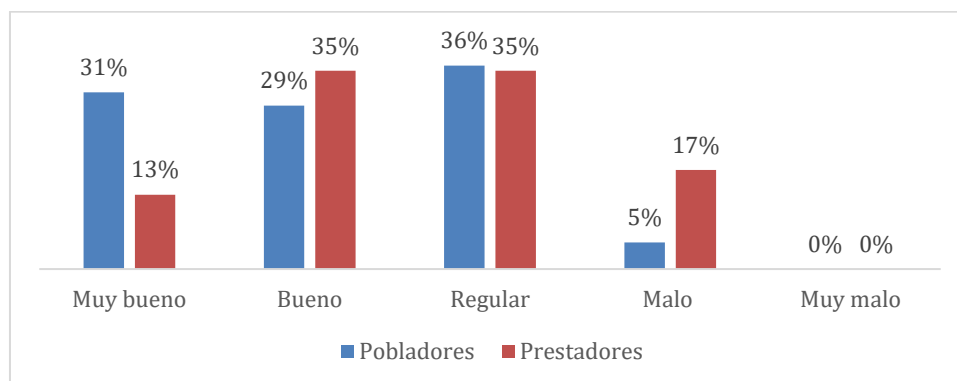
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

En lo que se refiere a la promoción y publicidad del turismo, un poco menos de la mitad de los pobladores, el 49% opina que es regular; la respuesta de los prestadores de servicios turísticos es de bueno (35%) y muy bueno (22%); En definitiva, este aspecto está entre regular y bueno. Los pobladores manifestaron que aún se debe mejorar y trabajar, además los prestadores acotaron que ellos trabajan en este aspecto por cuenta propia, pero resulta necesario crear alianzas para ofrecer productos en paquetes, segmentar el mercado y mediante la promoción y publicidad redistribuir los flujos turísticos fuera del centro del cantón.

Figura 21

Información turística para el visitante



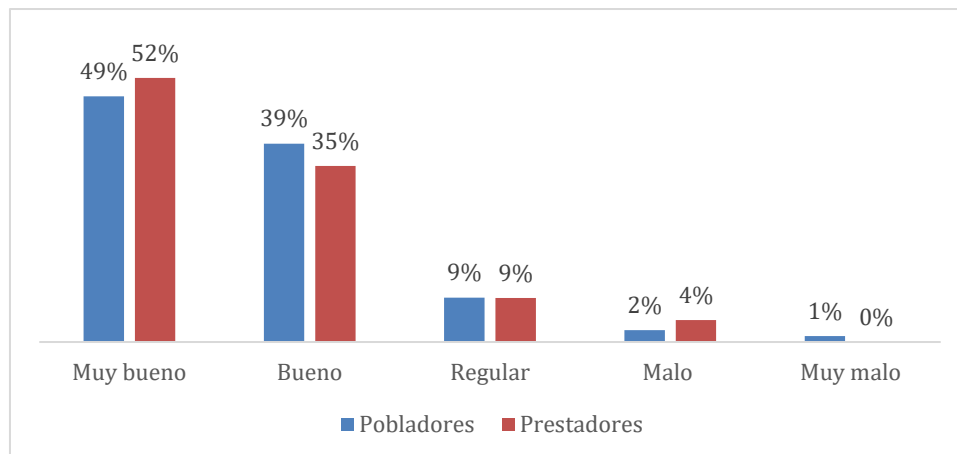
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

El 31% y el 29% de pobladores encuestados opinan que la información turística es muy buena y buena; no obstante, el 36% considera que es regular. Por su parte, el 13% de los prestadores considera que es muy buena, el 35% dicen que es buena y otro 35% regular. Los porcentajes obtenidos de ambos actores tienden a bueno y regular; durante la recolección de información comentaron que efectivamente sí existe buena información turística en el centro del cantón, pero a sus alrededores y en sectores rurales aún se debe implementar, pues inclusive se comercializan atractivos turísticos naturales que no cuentan con la información necesaria.

Figura 22

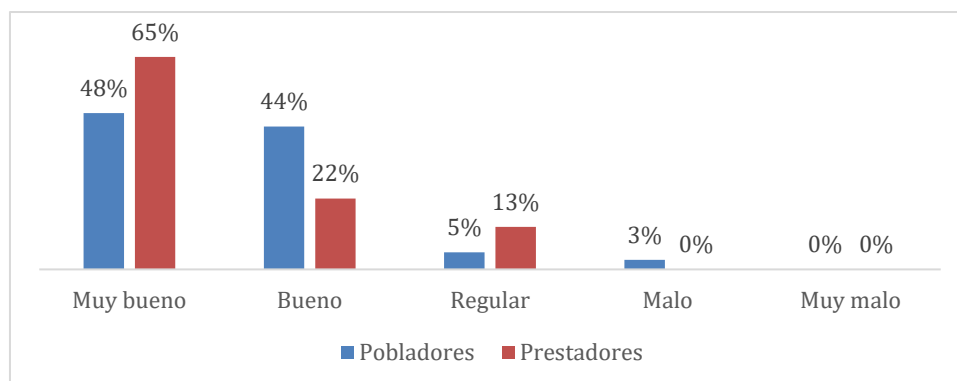
Servicio al cliente



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

El 49% y el 39% afirman que el servicio al cliente en el cantón es muy bueno y bueno correspondientemente, la respuesta de los prestadores de servicios turísticos tiene porcentajes similares. En este sentido, los encuestados resaltaron que la amabilidad caracteriza a la población patateña; al respecto, algunos entrevistados manifestaron que se requiere capacitaciones acerca de la cultura del servicio enfocado al ámbito turístico.

Figura 23*Precios*

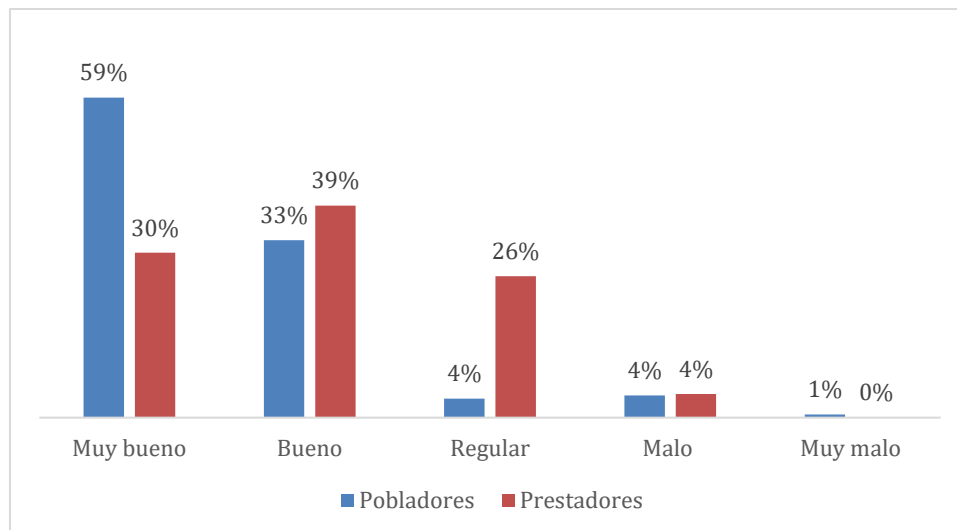
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

La mayor parte de los pobladores considera positivo el aspecto de los precios, pues el 48% y el 44% dicen que los precios son muy buenos y buenos, respectivamente. Por parte de los prestadores de servicios turísticos las respuestas tienen mayores porcentajes igualmente en la parte positiva. En general, las personas manifestaron que los precios se han mantenido estables y son accesibles para todos.

Figura 24

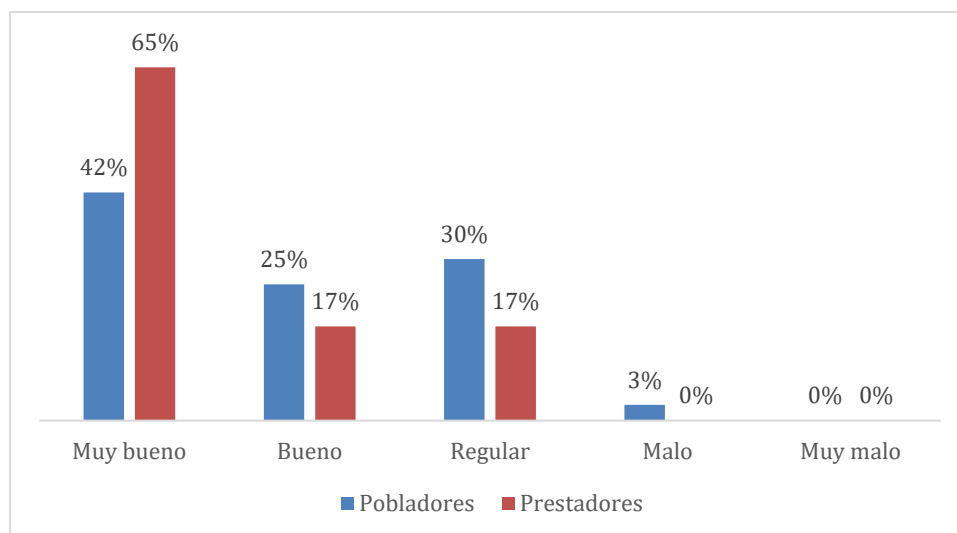
Seguridad



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Los ciudadanos estiman que la seguridad del cantón es muy buena (59%) y buena (33%); para el 30% de los prestadores es muy buena, para el 39% es buena y regular para el 26%. Al respecto los encuestados resaltaron que el cantón Patate es un lugar seguro, pero que es un aspecto a tener en cuenta durante las épocas de más afluencia de visitantes, para llevar a cabo acciones y que así no se vea vulnerada la seguridad de la ciudadanía y de los turistas.

Figura 25*Limpieza y salubridad*

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

En cuanto a la limpieza y salubridad del cantón, el 42% de pobladores piensa que es muy buena y el 25% buena, es decir, la mayoría valoran positivamente este aspecto.

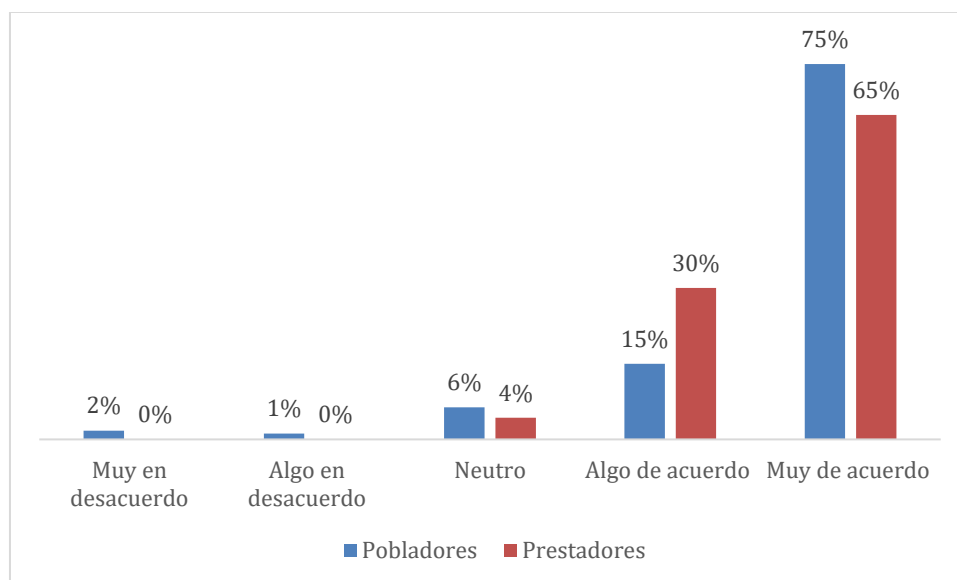
Respecto a los prestadores los resultados comparten cierta similitud, y uno de los porcentajes que se destaca es el 65% que calificó como muy bueno, seguido por bueno con el 17%. Los encuestados expresaron que generalmente la limpieza y salubridad en el centro del cantón es buena; sin embargo, otros mencionan que este aspecto aún debe mejorar especialmente en la zona rural.

Dimensión Económica

Ítems económicos positivos

Figura 26

El turismo proporciona oportunidades de empleo para la comunidad local



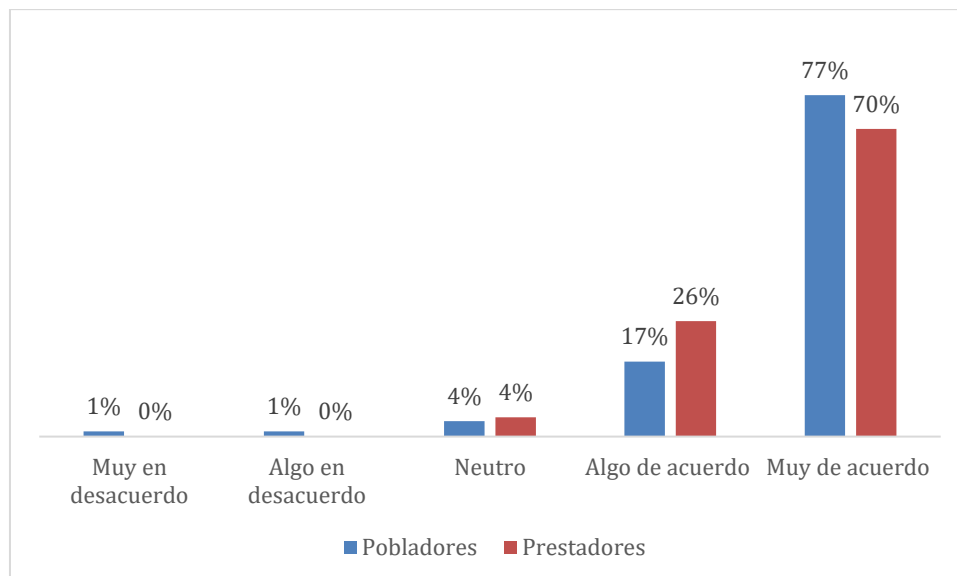
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

La mayoría de los pobladores encuestados, el 75% y 15% manifiestan estar muy de acuerdo y algo de acuerdo respectivamente, en cuanto a que el turismo genera oportunidades de empleo para la comunidad local. La respuesta de los prestadores de servicios turísticos tiene la misma tendencia; es decir los encuestados se muestran de acuerdo con el enunciado y encuentran positivo este aspecto, pues han encontrado en el turismo una oportunidad para obtener trabajo e ingresos, además esto contribuye a mejorar su calidad de vida.

Figura 27

El turismo proporciona más negocio para la población local y para las pequeñas y medianas empresas.



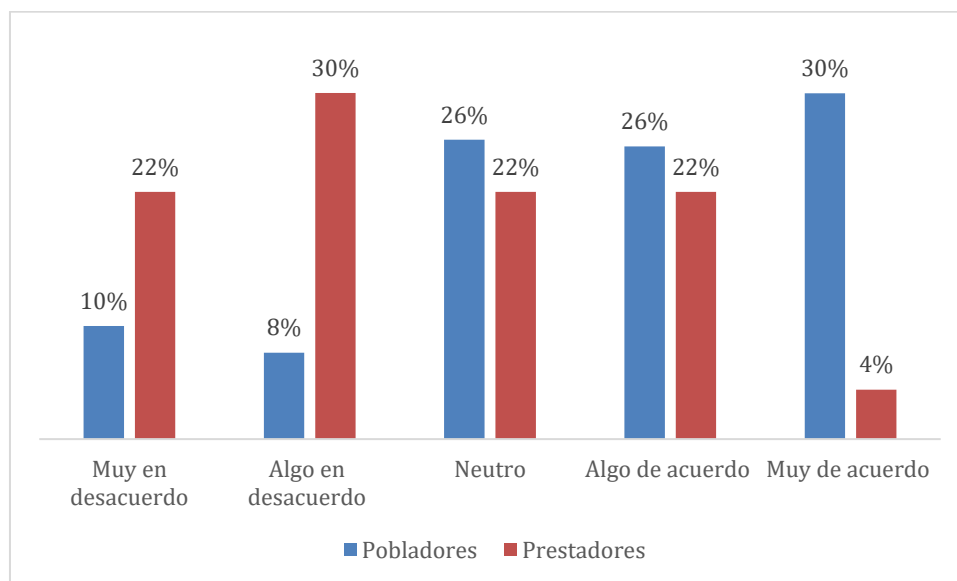
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

El 94% de los pobladores encuestados está muy de acuerdo y algo de acuerdo con que el turismo proporciona más negocio para la población local y para las pequeñas y medianas empresas. De igual forma, la respuesta de los prestadores de servicios turísticos tiene porcentajes similares. De forma general, los encuestados perciben esto como positivo, lo cual se puede evidenciar en los nuevos emprendimientos que han surgido a pesar de la pandemia, mismos que generan empleo de manera directa e indirecta.

Figura 28

Existen incentivos para la reactivación del turismo



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

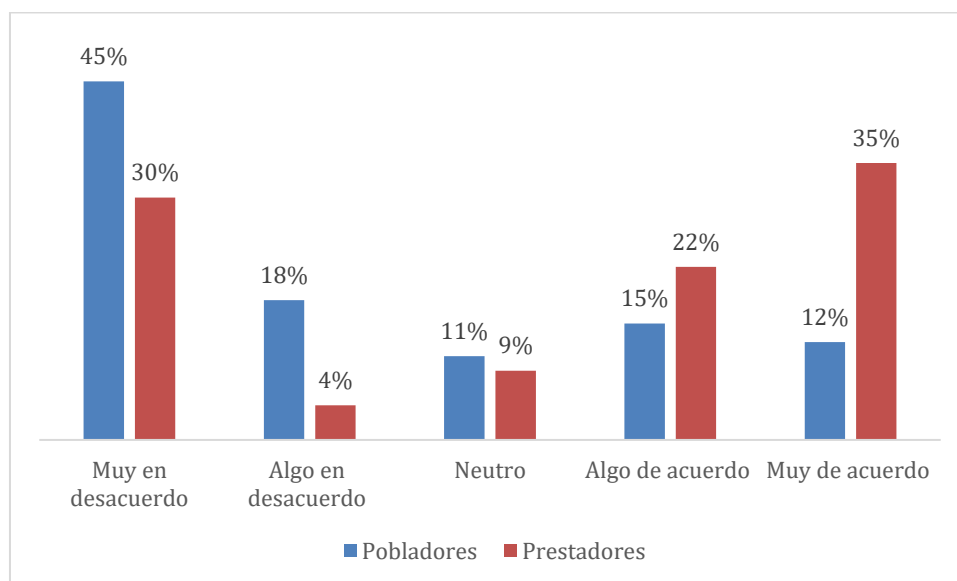
Análisis

Los pobladores encuestados están algo de acuerdo y muy de acuerdo en que existen incentivos para la reactivación del turismo, ambas opciones suman el 56%. En cuanto, a los prestadores los porcentajes más altos se concentran en algo en desacuerdo (30%) y en muy en desacuerdo (22%), dando un total del 50%. A pesar de las opiniones divididas, se debe considerar que la actividad turística en el cantón está creciendo incluso con la crisis sanitaria y esto ayuda a la economía de los patateños. La postura de los prestadores considerando que están involucrados de forma directa, se debe a que sienten que aún falta apoyo de las autoridades, hay que destacar que no todos están organizados ni dentro del grupo que es parte de la mesa de turismo del cantón.

Ítems económicos negativos

Figura 29

El turismo genera un incremento en el precio de los bienes y servicios (coste de vida)



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

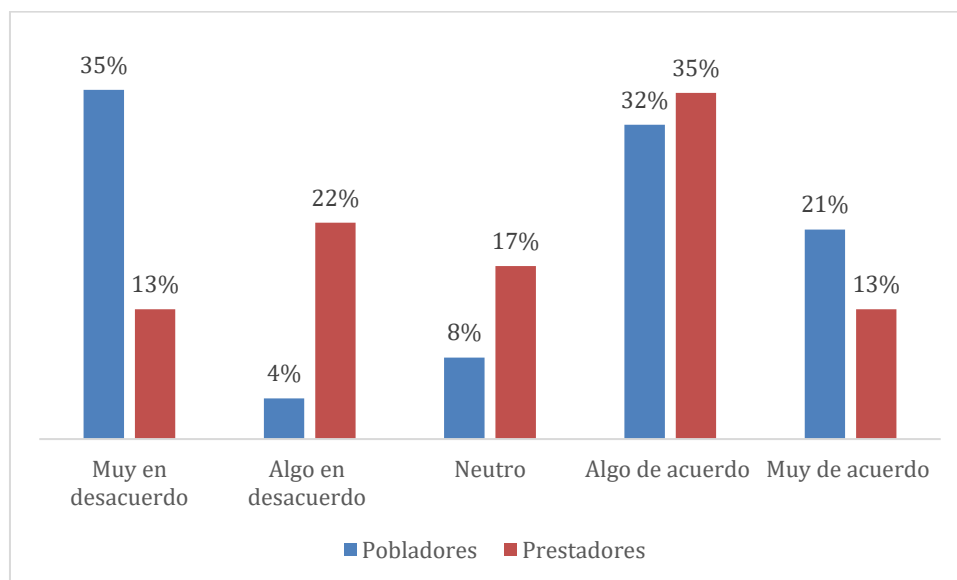
Análisis

El porcentaje de pobladores patateños que está en muy en desacuerdo y algo en desacuerdo con que el turismo genera un incremento en el precio de los bienes y servicios es el 63%. De los prestadores en cambio, suman 57% entre algo de acuerdo y muy de acuerdo. Durante la visita de campo, ambas partes expresaron que los precios se mantienen estables y que son asequibles para todos, tanto para visitantes como para pobladores. A pesar de ello, un poco más de la mitad de los prestadores opina que el turismo genera un incremento en el precio de los bienes y servicios, esto puede deberse a que el precio de algunas cosas se ha encarecido, lo cual también responde a la crisis sanitaria. Adicionalmente, el presidente del Comité ciudadano Pueblo Mágico comentó que los platos fuertes tienen un precio más alto por el costo de los productos que se ocupan para su preparación, de lunes a viernes no venden muchos platos fuertes porque los

clientes son solo la población de Patate, pero sábados y domingos vienen los turistas (Montero, 2022).

Figura 30

El turismo beneficia solo a un pequeño número de personas



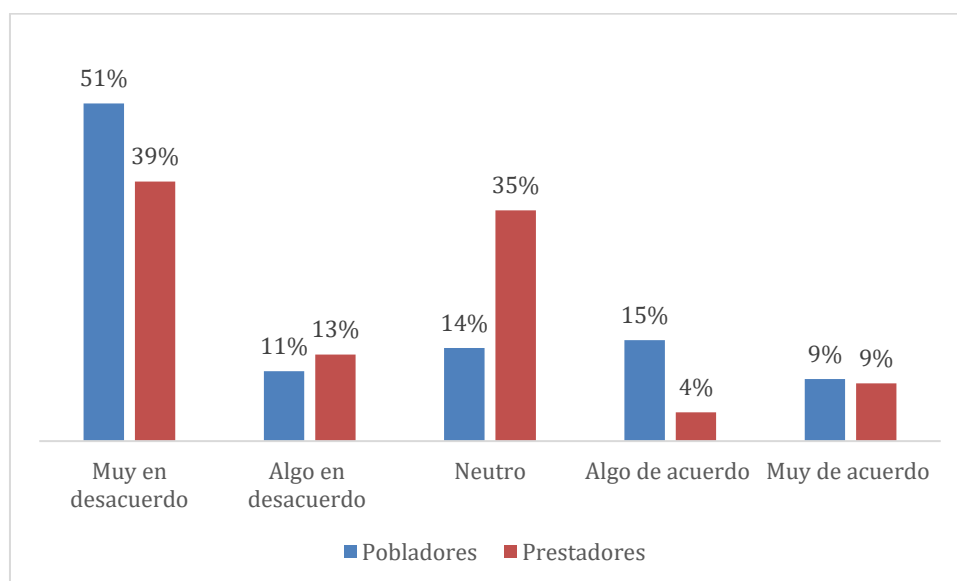
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

El 39% de los pobladores están en desacuerdo en que el turismo solo beneficia a un pequeño número de personas y el 53% de acuerdo. Mientras que, el 35% de los prestadores está en desacuerdo y el 48% de acuerdo; Por lo tanto, los resultados demuestran que alrededor de la mitad de los encuestados en ambos casos están de acuerdo con este ítem, según expresaron esto se debe a que consideran que el flujo de turistas está centralizado y son las personas y negocios ubicados en las calles que rodean al parque y la avenida principal quienes más se están beneficiando, se recomienda llevar a cabo acciones para distribuirlo hacia los alrededores y a la zona rural.

Figura 31

El turismo emplea mayor mano de obra extranjera



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

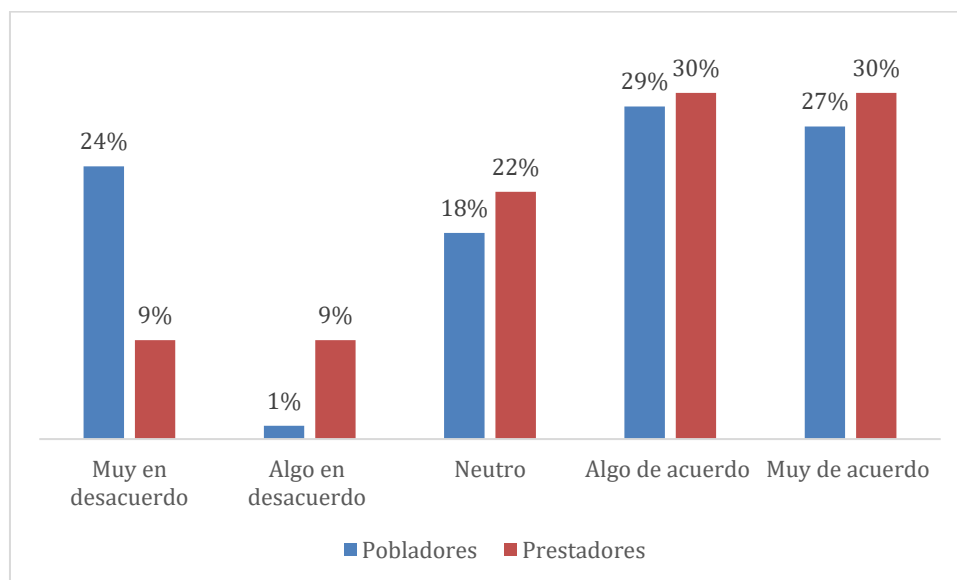
Un poco más de la mitad de los pobladores, el 51% y el 11% dice estar muy en desacuerdo y algo en desacuerdo respecto a que el turismo emplea mayor mano de obra extranjera. Por su parte, el 39% de prestadores está muy en desacuerdo, el 13% algo en desacuerdo y el 35% neutro. Un poco más de la mitad de los encuestados no están de acuerdo con el enunciado, Al respecto, muchos manifestaron que en el cantón se emplea a gente del lugar y que en Patate existe mano de obra calificada.

Dimensión Social

Ítems sociales positivos

Figura 32

El turismo proporciona más parques y áreas recreativas públicas para el ciudadano



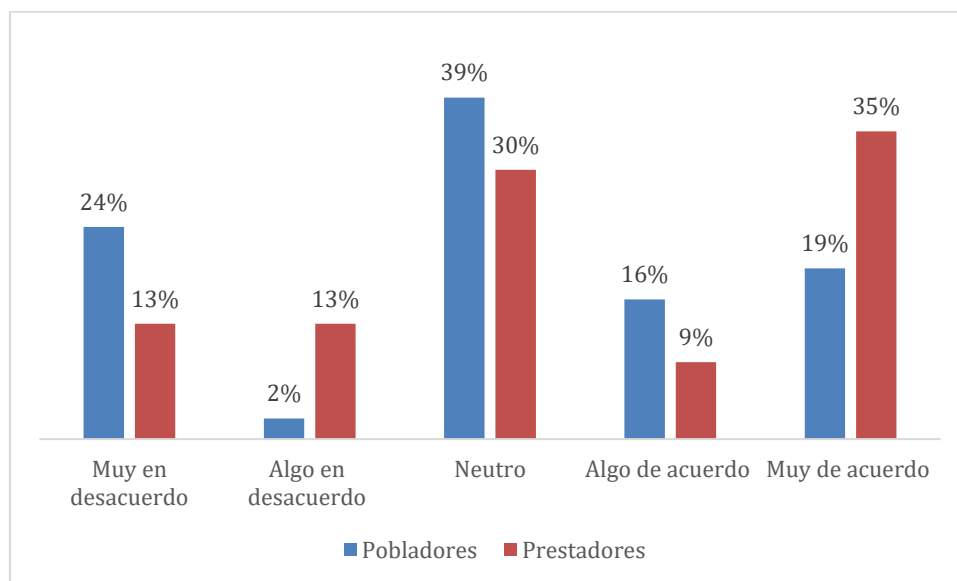
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

El 29% y 27% de la ciudadanía califican como algo de acuerdo y muy de acuerdo respecto a que el turismo proporciona más parques y áreas recreativas públicas para el ciudadano, el 18% como neutro, el 24% están muy en desacuerdo. Se puede ver que, la opinión de los prestadores es similar a la de los pobladores en las opciones algo de acuerdo y muy de acuerdo. Aunque los encuestados están de acuerdo con este ítem, es importante mencionar que manifestaron que hay proyectos inconclusos.

Figura 33

El turismo proporciona un incentivo para la restauración de edificios históricos



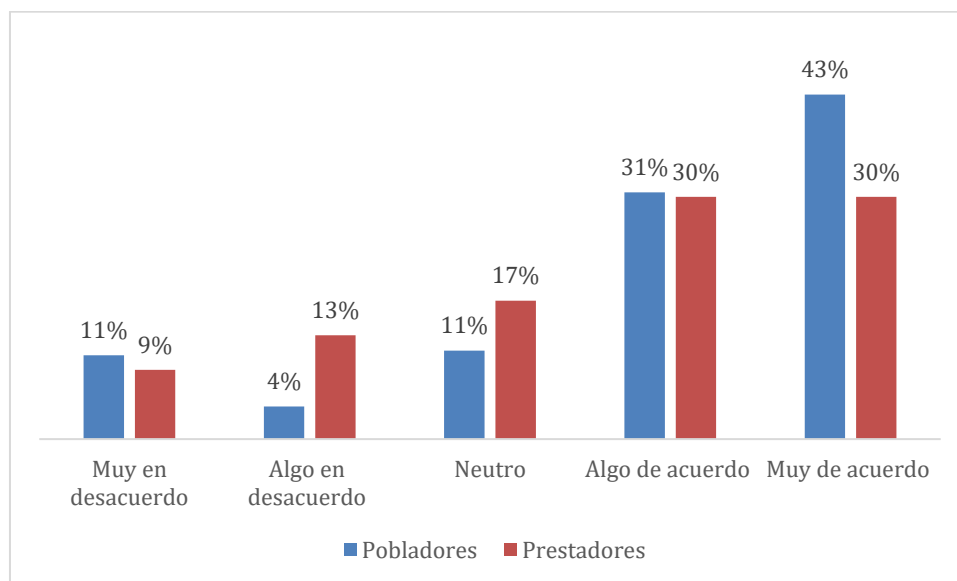
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Por un lado, el mayor porcentaje de los pobladores, el 39% se mantuvo neutral en cuanto a si el turismo proporciona un incentivo para la restauración de edificios históricos. Por otro lado, la opinión de los prestadores en ninguna de las opciones de respuesta superó el 50%. Se determina qué, los encuestados en realidad no perciben si esto se estaba llevando a cabo en el cantón Patate.

Figura 34

El turismo mejora la calidad de las carreteras y otras infraestructuras públicas



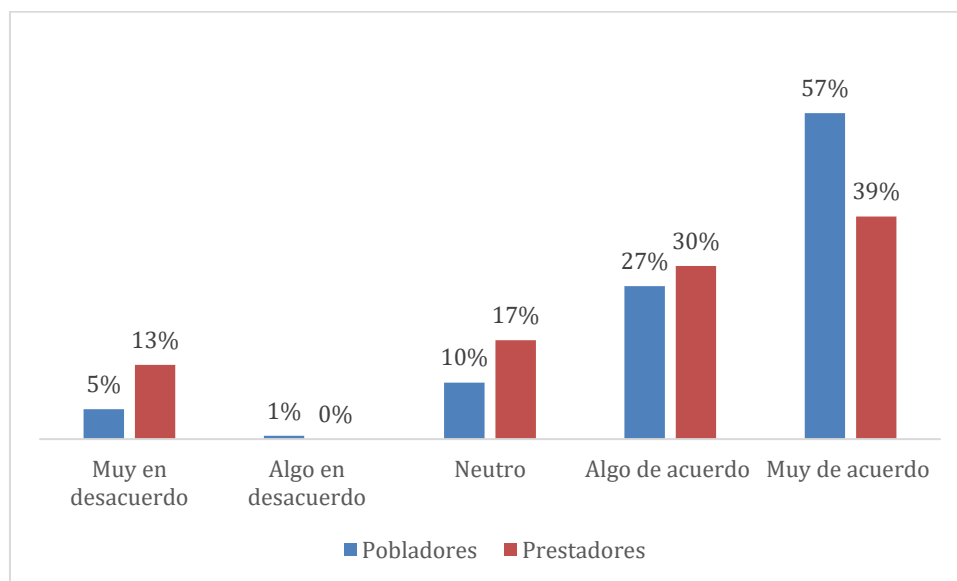
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Acerca de si el turismo mejora la calidad de las carreteras y otras infraestructuras públicas el 74% de los residentes está de acuerdo y el 60% de los prestadores de servicios respondió de manera similar. En definitiva, se puede decir que los encuestados están de acuerdo con el planteamiento, pero también comentaron que en época de lluvias se dificulta el acceso a ciertos atractivos.

Figura 35

El turismo genera mayor número de eventos para que participen los residentes



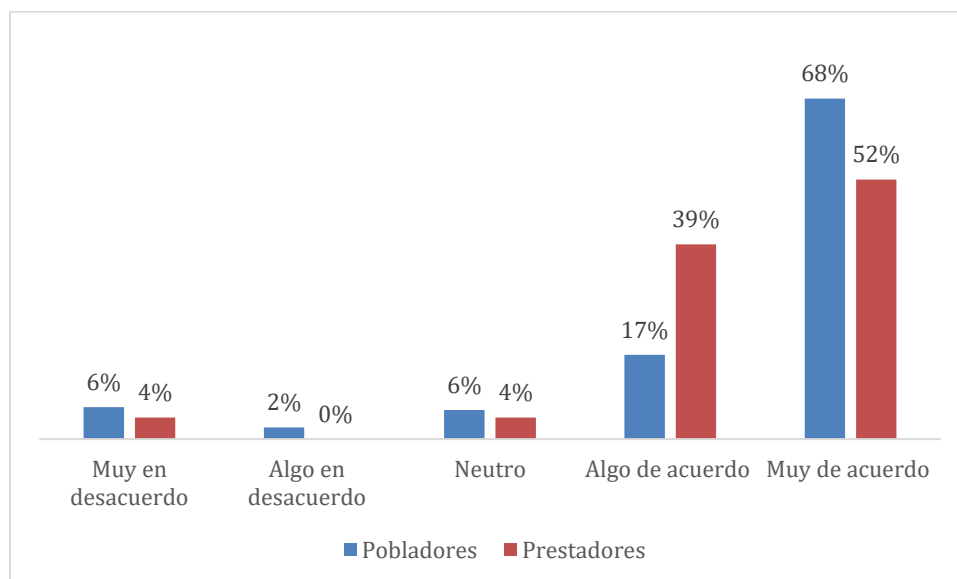
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

El 84% de los pobladores patateños encuestados están de acuerdo con que el turismo genera mayor número de eventos para que participen los residentes, Por su parte, el 69% de los prestadores también concuerdan. Los resultados entre pobladores y prestadores son algo similares, quienes comentan que se están realizando eventos y ferias con fines turísticos en los que se invita a pueblos aledaños a participar.

Figura 36

El turismo genera oportunidades laborales para los jóvenes y las mujeres



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

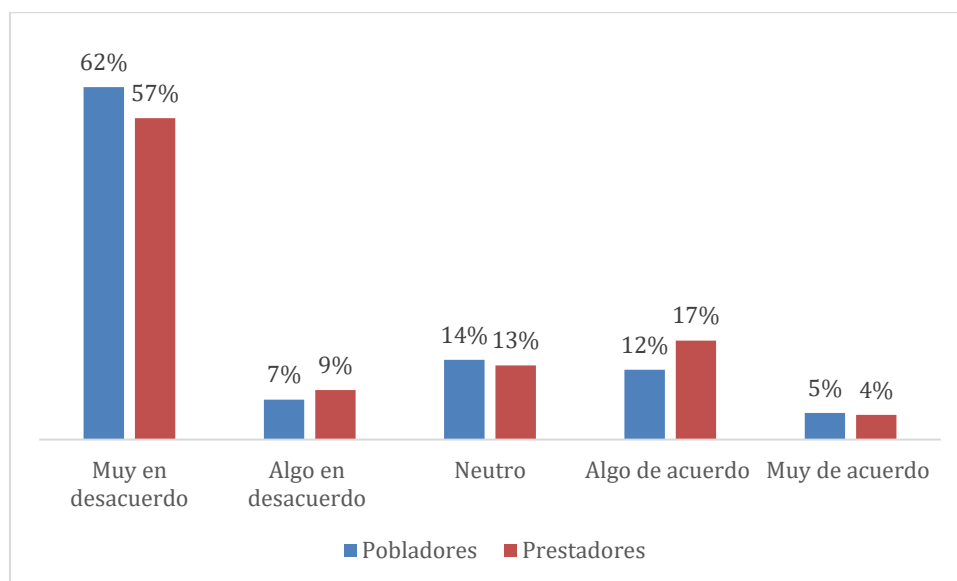
Análisis

El 68% de los patateños está muy de acuerdo en que el turismo genera oportunidades laborales para los jóvenes y las mujeres. Los prestadores de servicios turísticos comparten en gran medida la misma opinión. Se considera entonces que este es un aspecto positivo que sucede en el cantón, pues el turismo está beneficiando a grupos que muchas veces están en desventaja al momento de encontrar empleo.

Ítems sociales negativos

Figura 37

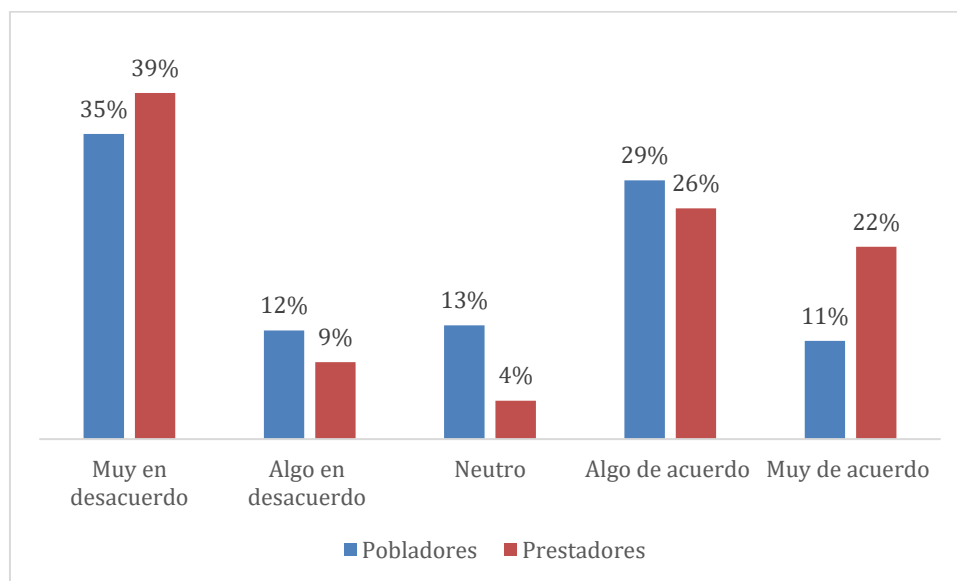
El turismo genera malestar en la comunidad por vivir en destino turístico



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

La mayoría de los pobladores encuestados, es decir, el 62% está muy en desacuerdo respecto a que el turismo genera malestar en la comunidad por vivir en un destino turístico. La postura de los prestadores de servicios turísticos es similar a la de pobladores, pues el 57% está muy en desacuerdo. Entonces, se puede determinar que tanto los pobladores como los prestadores perciben de manera positiva este aspecto, pero enfatizan que se genera cierto malestar por los desmanes que se dan especialmente en las fiestas principales del cantón.

Figura 38*El turismo provoca aumento de la delincuencia*

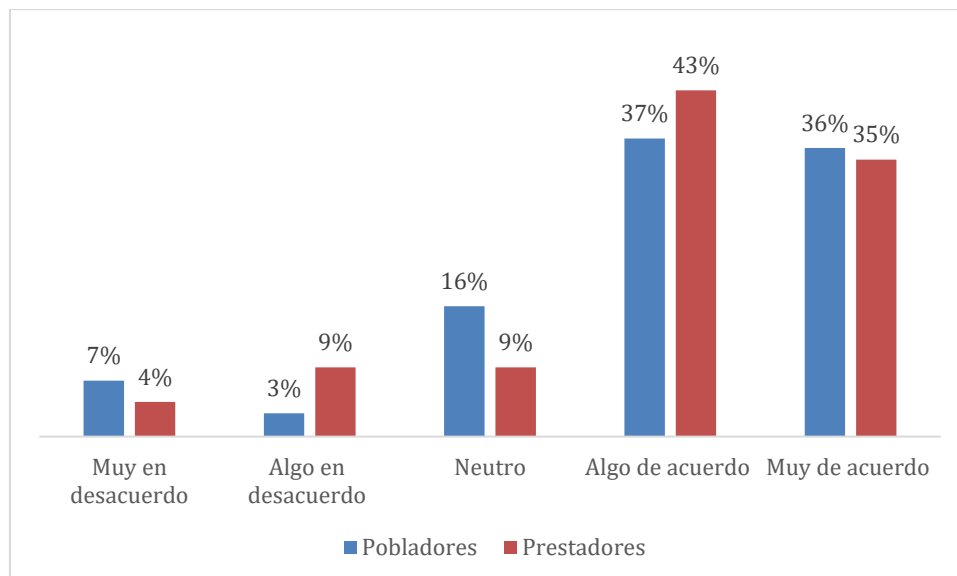
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

El 47% de los pobladores se muestra en desacuerdo con que el turismo provoca aumento de la delincuencia y un 40% manifiestan estar de acuerdo. En cuanto a los prestadores el 48% está en desacuerdo y otro 48% de acuerdo. La postura de ambos actores ante este planteamiento está dividida. Aunque resaltaron que el cantón Patate es un lugar muy seguro, recalcan que con el aumento de turistas se han dado actos de mala conducta y lo relacionan a personas ajenas al lugar. Por lo expuesto resulta necesario tomar acciones para que esto no se convierta en un problema.

Figura 39

El turismo provoca aglomeraciones en tiendas, restaurantes, parques, rutas y otros espacios



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

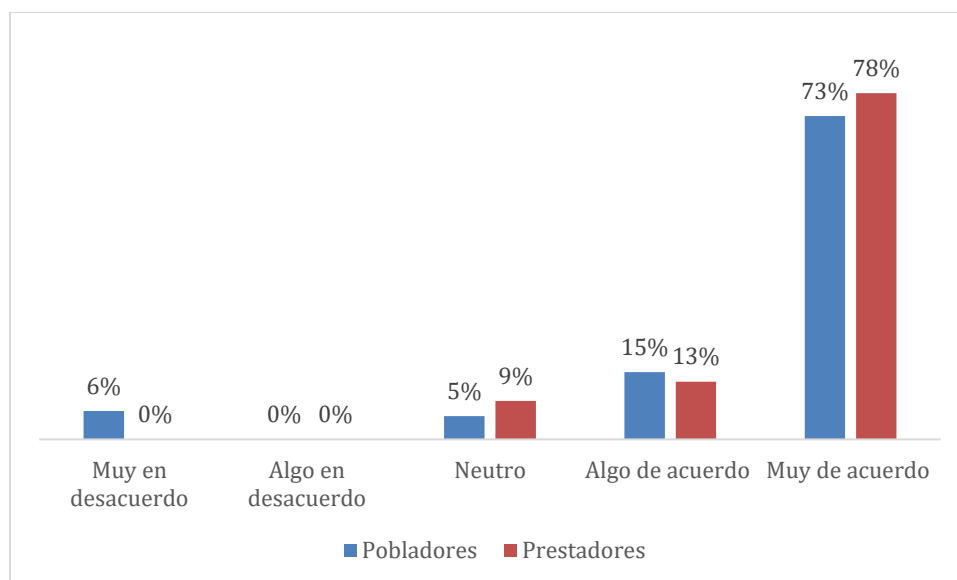
La población patateña encuestada que está algo de acuerdo y muy de acuerdo son 37% y 36% correspondientemente, respecto a que el turismo provoca aglomeraciones en tiendas, restaurantes, parques, rutas y otros espacios. Mientras que, de los prestadores está el 43% está algo de acuerdo y el 35% muy de acuerdo. Ambos actores del turismo consideran que en realidad la actividad turística sí provoca aglomeraciones y además mencionaron que las aglomeraciones son principalmente en el centro del cantón, donde existe congestión vehicular, ventas informales especialmente los fines de semana y feriados cuando existe mayor afluencia de turistas.

Dimensión Cultural

Ítems culturales positivos

Figura 40

El turismo facilita el intercambio cultural entre turistas y residentes



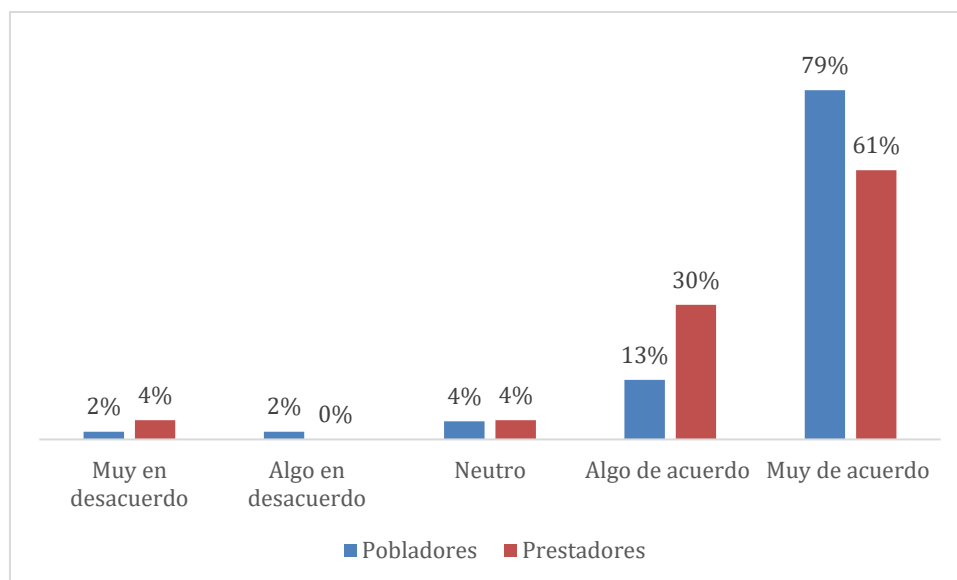
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

El 73% de la población patateña encuestada se muestra muy de acuerdo con que el turismo facilita el intercambio cultural entre turistas y residentes. De los prestadores el 78% está muy de acuerdo. En general, los resultados denotan que tanto pobladores como prestadores perciben este ítem como positivo, se puede decir que, el intercambio cultural entre turistas y residentes es uno de los aspectos más valorados por los consultados, dado que esta es una acción recíproca que permite dar a conocer las tradiciones, creencias, forma de vida, entre otros aspectos que son parte de la cultura.

Figura 41

El turismo tiene un impacto positivo en la identidad local



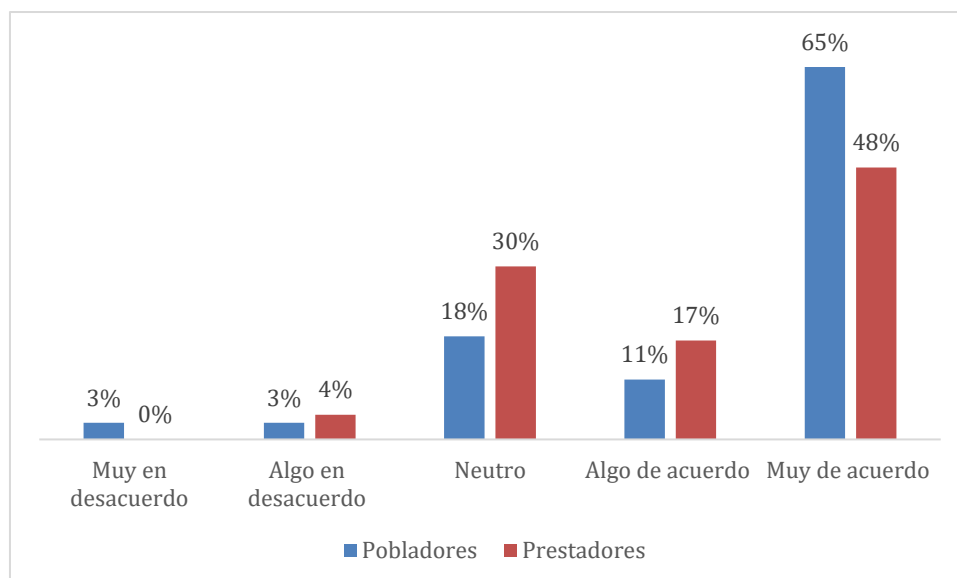
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

El 79% de los pobladores están muy de acuerdo con que el turismo tiene un impacto positivo en la identidad local, estos conforman la gran mayoría. Los prestadores de servicios turísticos también están en gran medida de acuerdo con este ítem. En definitiva, los encuestados perciben una influencia positiva del turismo que alimenta el orgullo de ser patateños.

Figura 42

El turismo proporciona un incentivo para la preservación de la cultura local



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

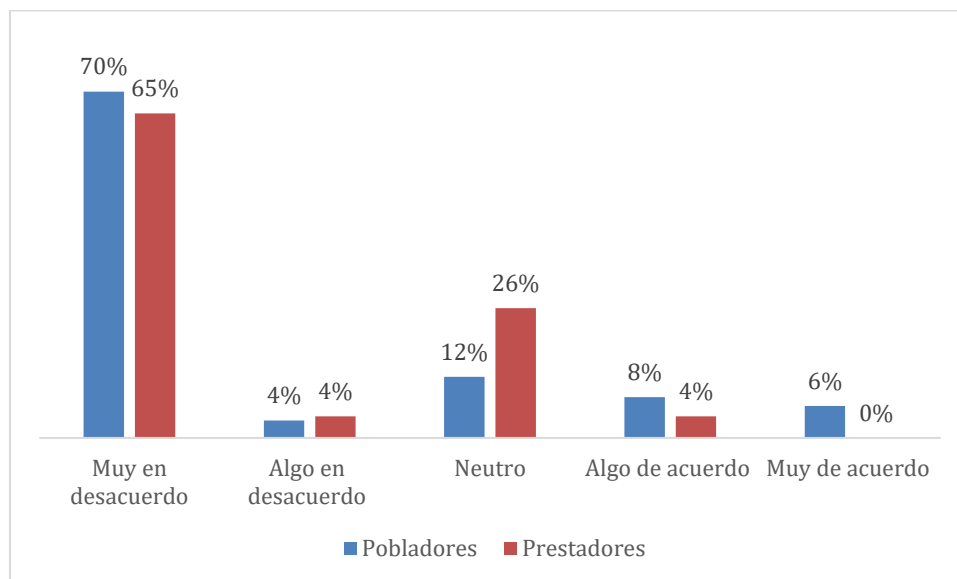
Análisis

Respecto a si el turismo proporciona un incentivo para la preservación de la cultura local, el 65% de los pobladores está muy de acuerdo, el 11% algo de acuerdo. Por su parte, el 48% de los prestadores está muy de acuerdo, el 17% algo de acuerdo. Los resultados entre pobladores y prestadores de servicios se inclinan a estar de acuerdo con lo planteado, destacaron que últimamente se está rescatando tradiciones y personajes populares que estaban desapareciendo.

Ítems culturales negativos

Figura 43

El turismo afecta negativamente a la cultura local



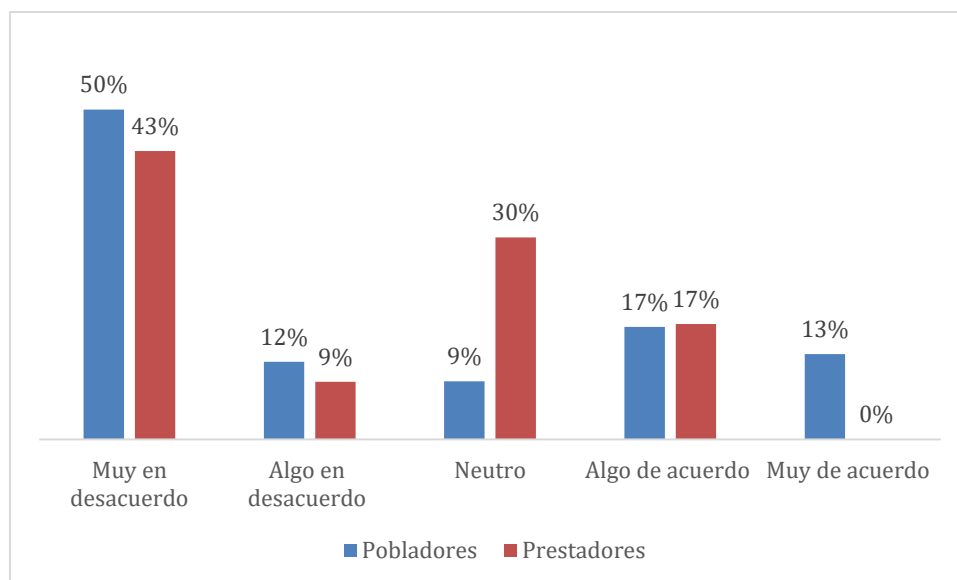
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

En su gran mayoría el 70% de los pobladores, está muy en desacuerdo con que el turismo afecta negativamente a la cultura local, un porcentaje muy cercano el 65% de los prestadores de servicios turísticos, expresan lo mismo, lo cual quiere decir que las personas encuestadas no consideran que el turismo está influenciando de forma negativa a la cultura local, sino que al contrario se está fortaleciendo este aspecto.

Figura 44

El turismo deteriora los activos culturales (iconos históricos, recursos naturales, etc.)



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

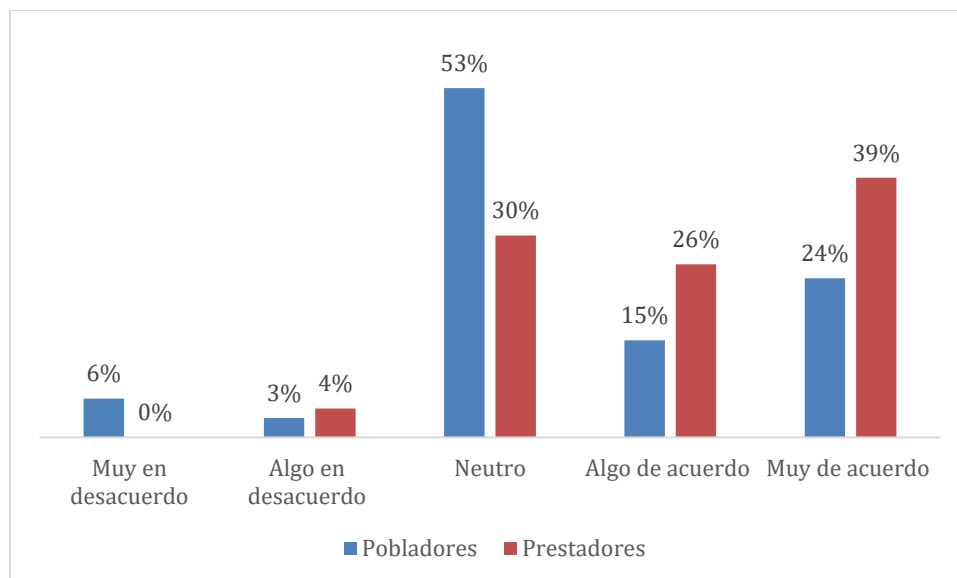
De los pobladores encuestados el 50% y el 12%, mencionaron que están muy en desacuerdo y algo en desacuerdo, respectivamente, en cuanto a que el turismo deteriora los activos culturales del cantón. Mientras que, el 43% de los prestadores está muy en desacuerdo y el 9% algo en desacuerdo. Se puede determinar que, gran parte de los encuestados, tanto pobladores como prestadores, opinan que el turismo no deteriora los activos culturales. Las respuestas pueden deberse a que la actividad turística en el cantón aún no ha alcanzado su auge y por lo tanto aún no han surgido dichos problemas, pero se debe tomar medidas para que no ocurran en el futuro.

Dimensión Ambiental

Ítems ambientales positivos

Figura 45

El turismo fomenta la creación de áreas protegidas



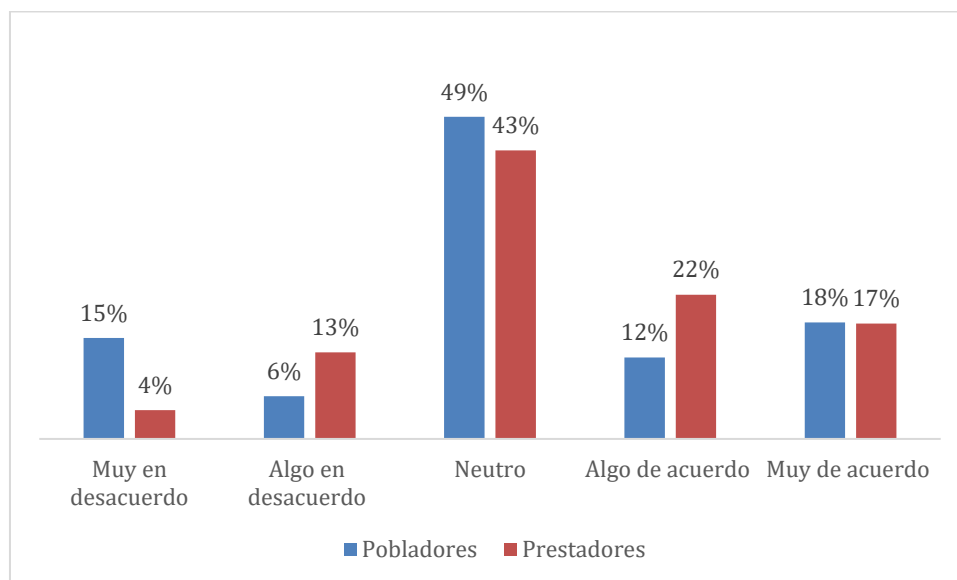
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

El 39% de los pobladores se muestra de acuerdo con que el turismo fomenta la creación de áreas protegidas y el 53% neutro. En cambio, de los prestadores de servicios turísticos, el 64% está de acuerdo, pero el 30% neutro. Los porcentajes demuestran que, aunque hay quienes están favor del enunciado, durante la aplicación de la encuesta se evidenció el desconocimiento de este tema.

Figura 46

El turismo genera recursos económicos que el Gobierno emplea en la protección de la naturaleza



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

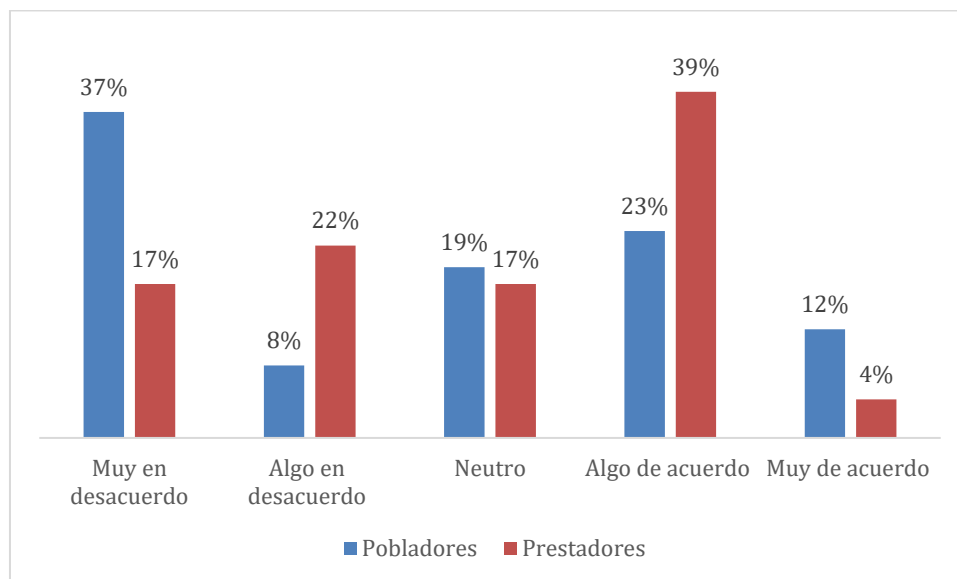
Análisis

Por una parte, el 49% de los pobladores se mantuvo neutral respecto a que el turismo genera recursos económicos que el Gobierno emplea para la protección de la naturaleza, mientras que en total el 30% está de acuerdo; y el 21% en desacuerdo. Por otra parte, un poco menos de la mitad, el 43% de los prestadores encuestados se mantuvo neutral frente al enunciado, los porcentajes en de acuerdo suman el 39%; y el 17% en desacuerdo. Se pudo determinar que, la mayor parte tanto de pobladores como de prestadores, optaron por la opción neutro, pues durante la visita de campo mostraron cierto desconocimiento en cuanto a este aspecto; adicionalmente existe poca socialización por parte de las autoridades respecto a las acciones y recursos económicos utilizados a favor de la naturaleza.

Ítems ambientales negativos

Figura 47

El turismo daña o modifica el entorno natural, el paisaje, los ecosistemas, la fauna y la flora



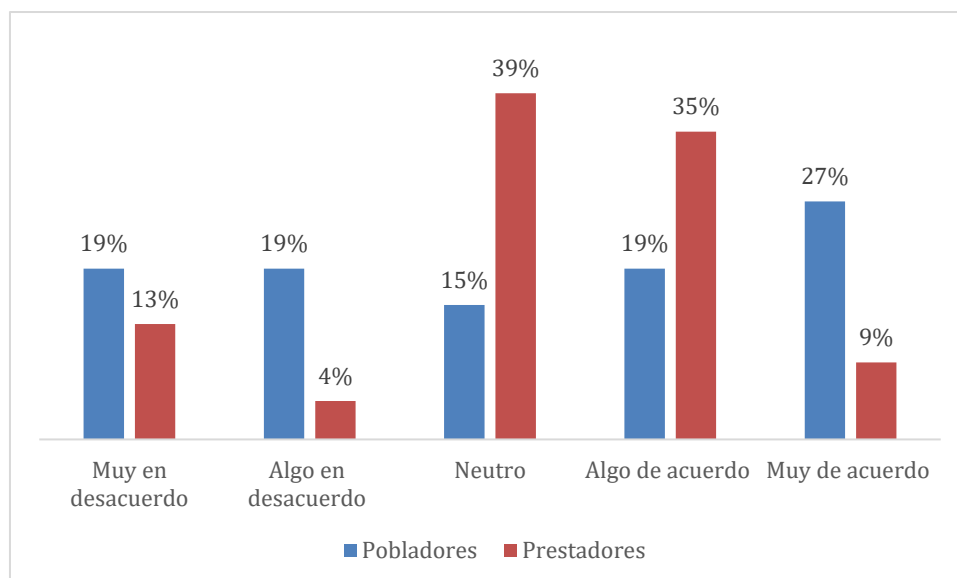
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Los pobladores que indican estar en desacuerdo en relación a que el turismo daña o modifica el entorno natural, el paisaje, los ecosistemas, la fauna y la flora, suman el 45%, frente a un porcentaje de 35% que de acuerdo. Para los prestadores de servicios turísticos las opiniones están igualmente un tanto divididas, 39% suman en desacuerdo y 43% de acuerdo. Según los resultados, los encuestados perciben que esto sí está sucediendo en el cantón a causa del turismo, aunque no en gran medida. Por ejemplo, se ha abierto paso para llegar a ciertos atractivos turísticos sin considerar el daño al entorno. Por lo tanto, es importante tener en cuenta este aspecto para llevar a cabo acciones que lo regulen.

Figura 48

El turismo aumenta el ruido y/o la contaminación ambiental



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

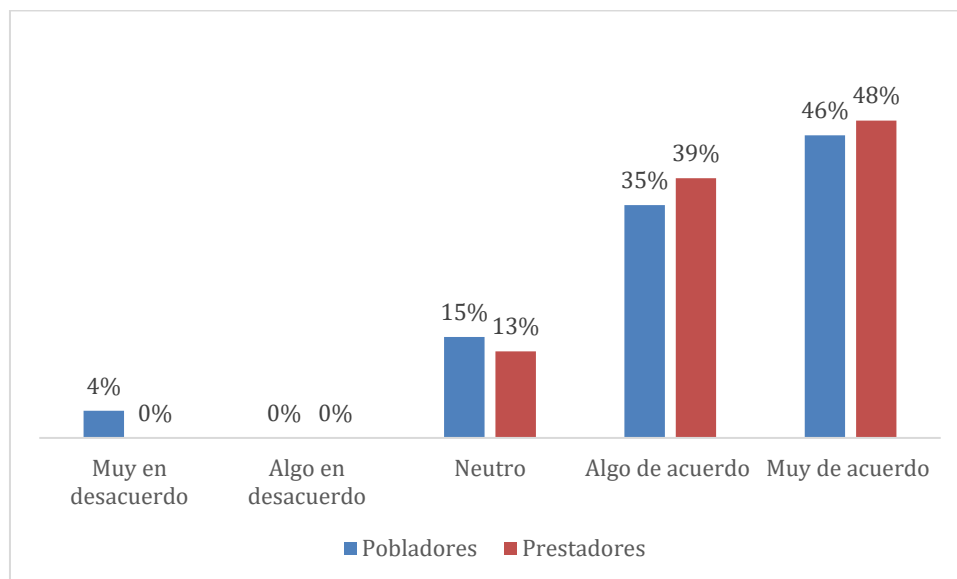
Análisis

Por una parte, el 46% de los pobladores encuestados está de acuerdo en que el turismo aumenta el ruido y/o la contaminación ambiental y el 38% está en desacuerdo. Por otra parte, las respuestas de los prestadores, se inclinan a neutro con 39% y de acuerdo suman el 44%. Pese a que los resultados están un tanto divididos, los encuestados manifestaron que este problema sí se da en el cantón, especialmente en el centro, donde se genera mucha basura y ruido los fines de semana y feriados, cuando existe gran concurrencia de turistas. Sin embargo, como esto no sucede a diario los pobladores minimizan este problema frente al beneficio que obtienen del turismo.

Aporte al turismo sostenible

Figura 49

El turismo promueve el desarrollo local sostenible del cantón Patate



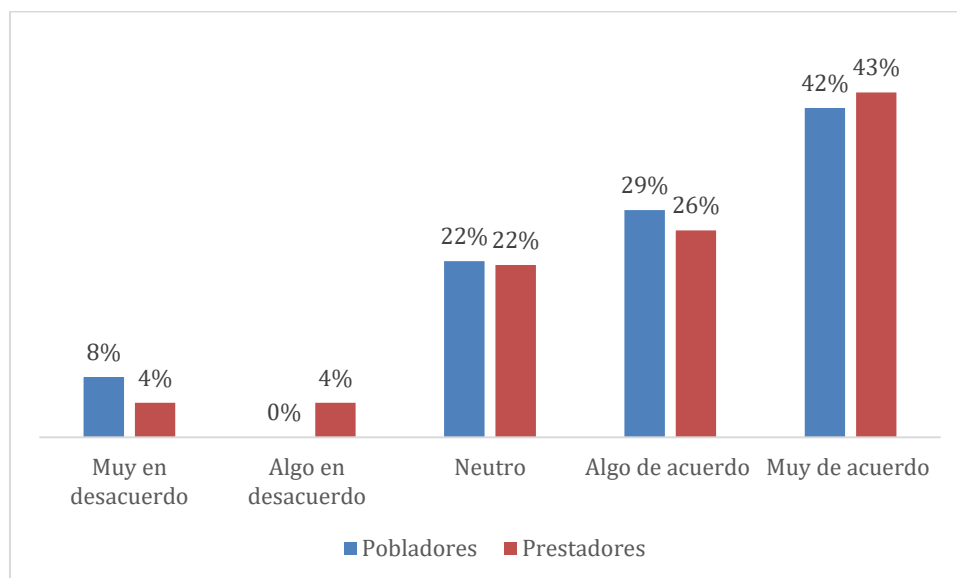
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Al respecto de si el turismo promueve el desarrollo local y sostenible del cantón Patate, las respuestas tienen porcentajes más altos en el lado positivo en el caso de pobladores el 46% está muy de acuerdo y el 35% algo de acuerdo y los porcentajes de los prestadores son muy semejantes. Es importante mencionar que, aun cuando los encuestados estiman que el turismo está contribuyendo a la parte económica y social, muchos desconocen su aporte a la parte ambiental.

Figura 50

El turismo promueve la participación local, la cooperación en la planificación y desarrollo turístico



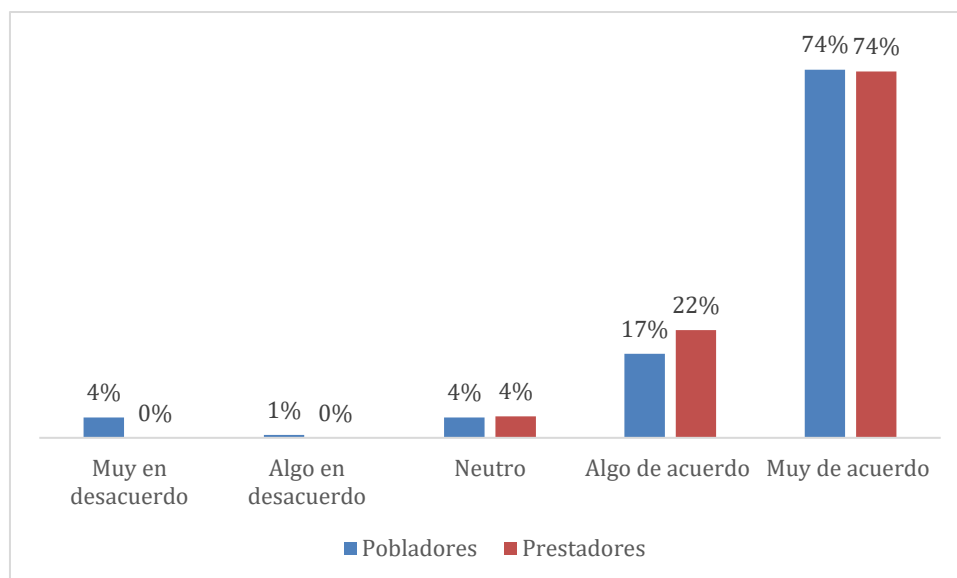
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Los pobladores que están muy de acuerdo y algo de acuerdo con que el turismo promueve la participación local, la cooperación en la planificación y desarrollo turístico suman el 71%, mientras que en los prestadores de servicios son el 69%. Los encuestados manifestaron que últimamente esto se está promoviendo y esperan se incluya a todos y esto se mantenga a lo largo del tiempo.

Figura 51

El turismo promueve la creación de nuevas atracciones turísticas



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

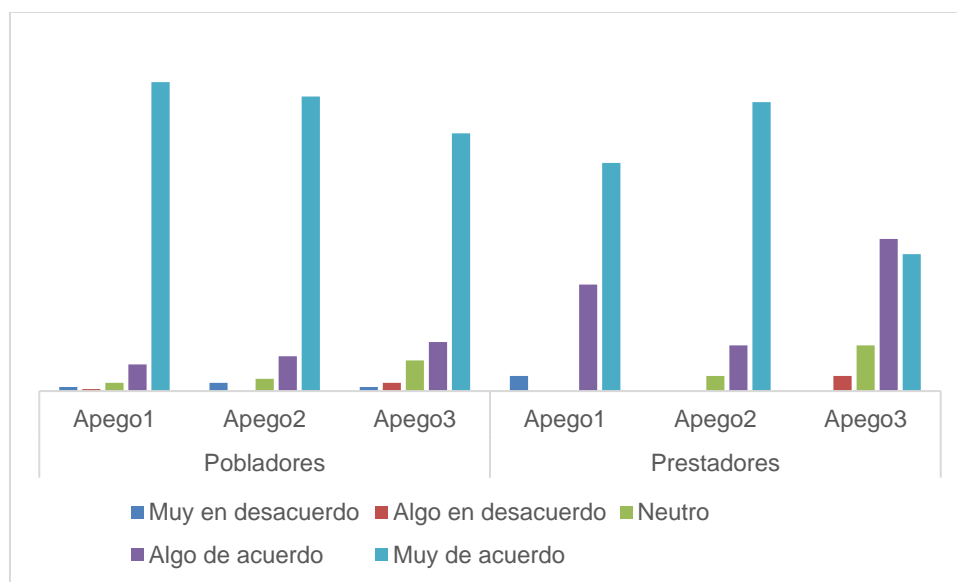
Análisis

Tanto los pobladores como los prestadores de servicios, representados por el 74% cada uno, están muy de acuerdo con que el turismo promueve la creación de nuevas atracciones turísticas. Dado que, Patate está aprovechando las zonas rurales y la actividad agrícola, esto se ha convertido en una oportunidad para innovar y crear nuevas atracciones turísticas, mismas que han tenido gran aceptación. Para este análisis, es importante mencionar que debido a la situación actual que atraviesa el mundo, los turistas valoran más su relación con la naturaleza y ambientes rurales.

Apego de los residentes hacia el cantón

Figura 52

Apego de los residentes hacia el cantón



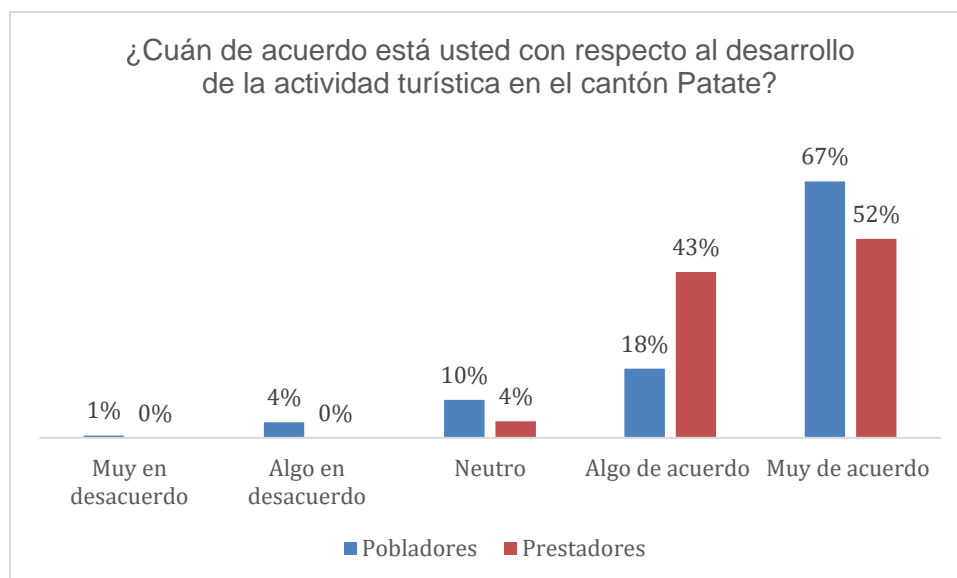
Nota. Apego1: La diversidad cultural y natural debe ser valorada y protegida; Apego2: Lo que ocurre en mi comunidad es importante para mí; Apego3: Me siento satisfecho con el cantón Patate. Los datos se obtuvieron de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

De manera general los tres ítems del apartado Apego de los Residentes hacia el Cantón tuvieron respuestas positivas. Con lo que se puede determinar que los pobladores y prestadores de servicios turísticos encuestados están muy conscientes de la importancia de la diversidad cultural y consideran que debe ser valorada y protegida (Apego1); asimismo, consideran importante lo que sucede en Patate (Apego2) y se sienten satisfechos con el cantón (Apego3). Esto significa que la población está comprometida con lo que sucede en lugar y por ende puede estar predispuesta a colaborar o participar en acciones que contribuyan a su desarrollo.

Figura 53

Acuerdo con el desarrollo de la actividad turística en el cantón Patate



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los pobladores y prestadores de servicios turísticos del cantón Patate.

Análisis

Los pobladores encuestados están muy de acuerdo (67%) y algo de acuerdo (18%) respecto al desarrollo de la actividad turística en el cantón Patate. De los prestadores de servicios turísticos el 52% están muy de acuerdo y el 43% algo de acuerdo. Los resultados reflejan, ambos grupos consideran este aspecto como positivo, en vista del gran aporte del turismo, principalmente en el aspecto económico, pues la creciente afluencia de turistas genera aumento de ingresos y además el turismo tiene un efecto multiplicador. Asimismo, es conveniente resaltar que se deben llevar a cabo acciones para descentralizar la actividad turística, porque es una de las cosas que más preocupa a los encuestados.

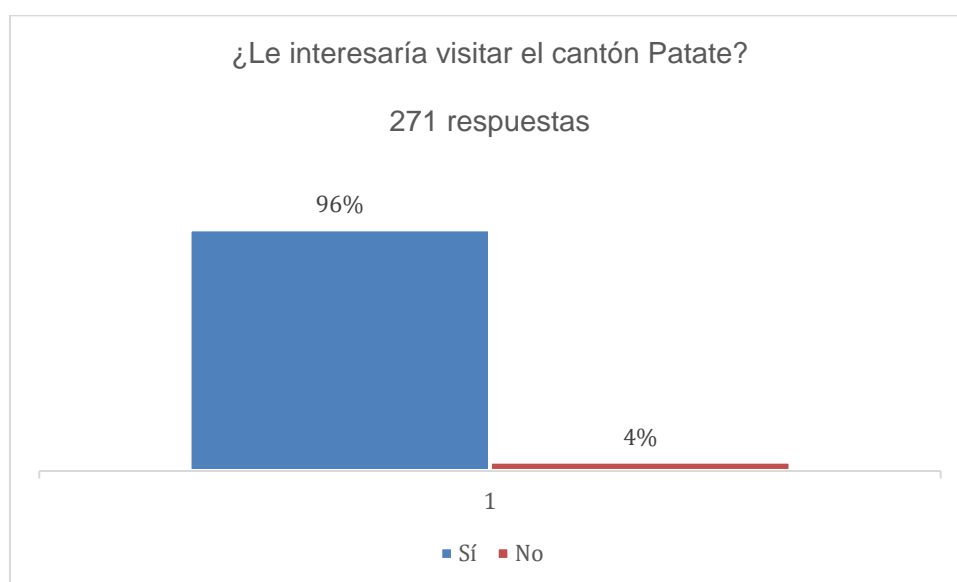
Encuesta a potenciales visitantes del cantón Patate

Perfil del potencial visitante

El perfil del posible visitante del cantón Patate permite precisar las características sociodemográficas, gustos y preferencias; para de esta manera segmentar el mercado y enfocar los esfuerzos en publicidad y promociones para así atraer su interés.

Figura 54

Personas interesadas en visitar Patate



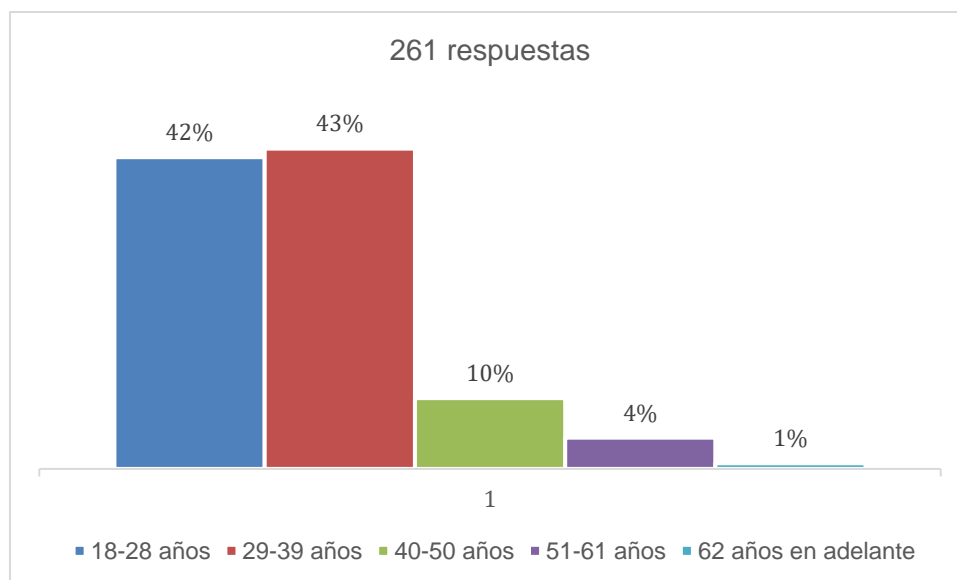
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

De los 271 encuestados, el 96% correspondiente a la mayoría, manifestó que sí están interesados en visitar el cantón Patate sabiendo sus atributos como primer Pueblo Mágico del Ecuador y primer destino fotográfico. Entonces, para los análisis posteriores se tomará en cuenta solamente a quienes respondieron positivamente, es decir, 261 personas.

Figura 55

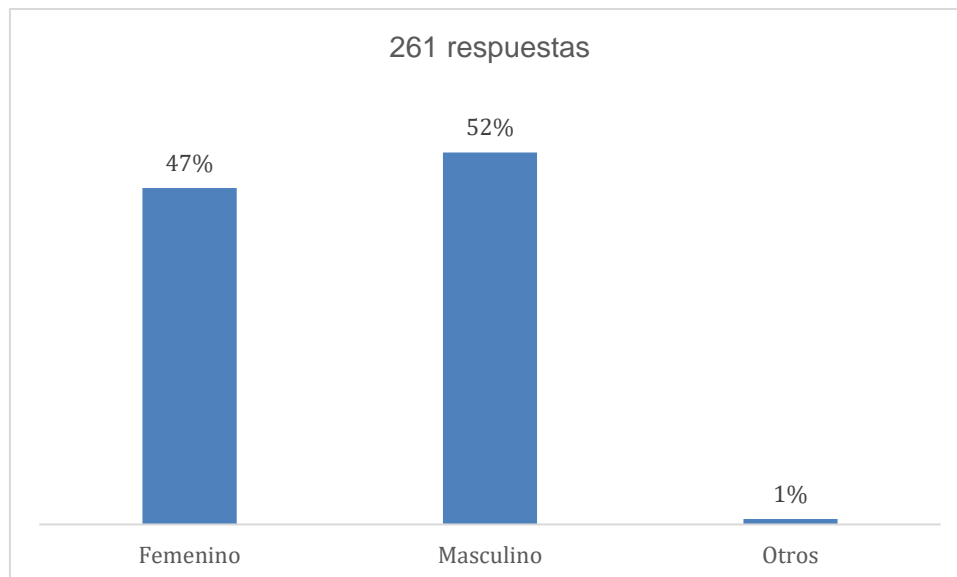
Edad de los potenciales visitantes



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

De los 261 encuestados que manifestaron interés en visitar Patate, la mayor parte pertenece a los rangos de edad de 18 - 28 y 29 - 39 años, con 43% y 42% respectivamente. Los rangos se establecieron para abordar la mayor población posible. Establecer la edad de los interesados contribuye a elaborar el perfil del potencial visitante del cantón Patate que este en caso es población joven y adulta; y de esta manera direccionar los esfuerzos para atraer a este segmento.

Figura 56*Género de los potenciales visitantes*

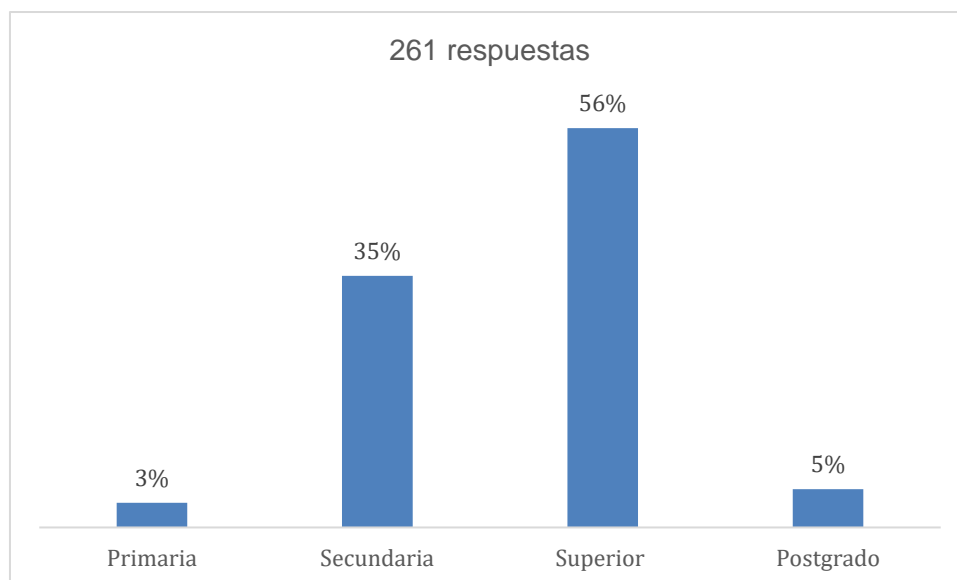
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

Los 261 encuestados que tienen interés en visitar el cantón Patate se distribuyen de la siguiente manera: de género masculino (52%), de género femenino (47%), mientras que de otro género es muy bajo (1%). Con respecto a los dos primeros donde se concentran los porcentajes más altos, la diferencia es mínima, lo que evidencia la predisposición de personas de ambos géneros para conocer este lugar.

Figura 57

Grado de instrucción de los potenciales visitantes



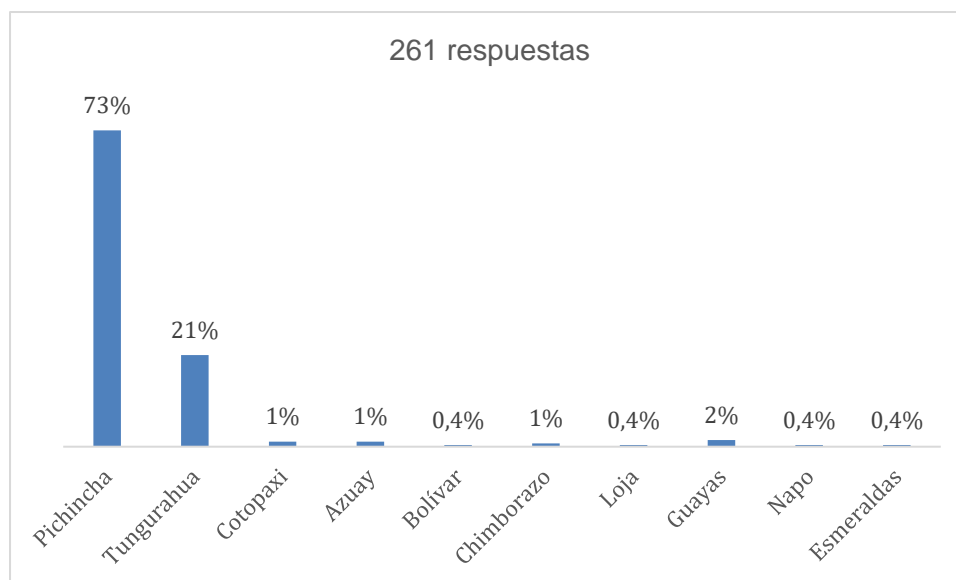
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

De 261 encuestados interesados por Patate, el mayor porcentaje (56%) tiene grado de instrucción superior, seguido de instrucción secundaria (35%). Para este punto es importante destacar que mientras mayor es el nivel de educación de una persona, mayor serán sus exigencias y expectativas. Por lo tanto, es importante considerar esto para llevar a cabo las capacitaciones pertinentes y así satisfacer de la mejor manera posible sus requerimientos.

Figura 58

Lugar de procedencia de los potenciales visitantes



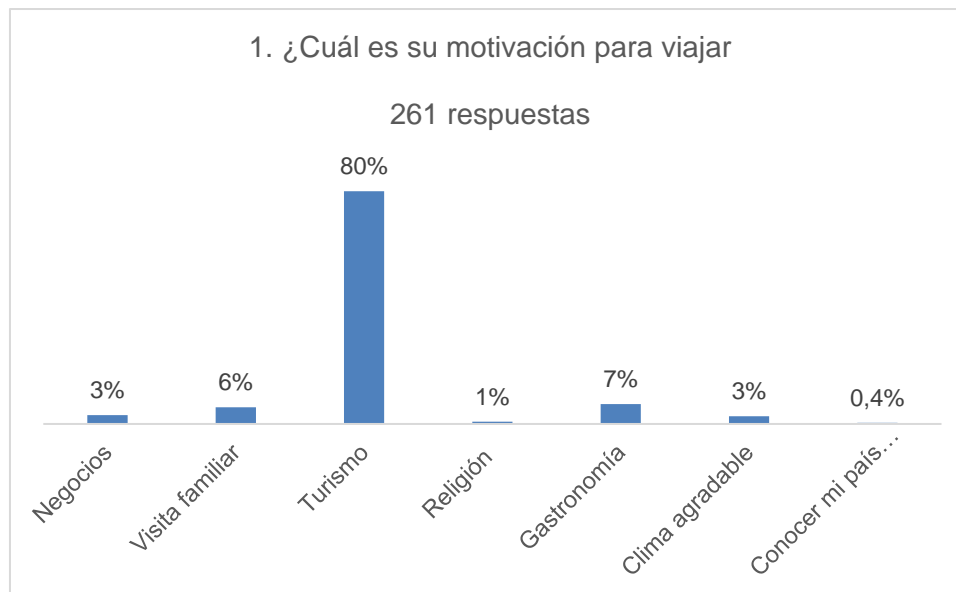
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

En cuanto a la procedencia de los interesados, se puede observar que la mayoría, es decir, el 73% es proveniente de la provincia de Pichincha, el 21% de Tungurahua, el porcentaje restante se reparte en mínimas cantidades entre otras provincias de la región Costa y también de la Amazonía. Al respecto, se puede destacar que Pichincha no está muy distante de la provincia de Tungurahua a la cual pertenece Patate, además se evidencia el interés de personas de cantones aledaños.

Figura 59

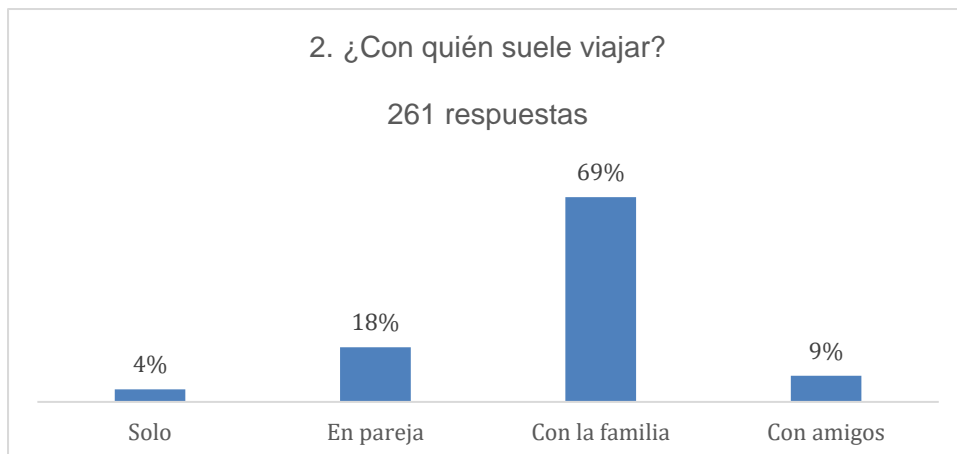
Motivación para viajar



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

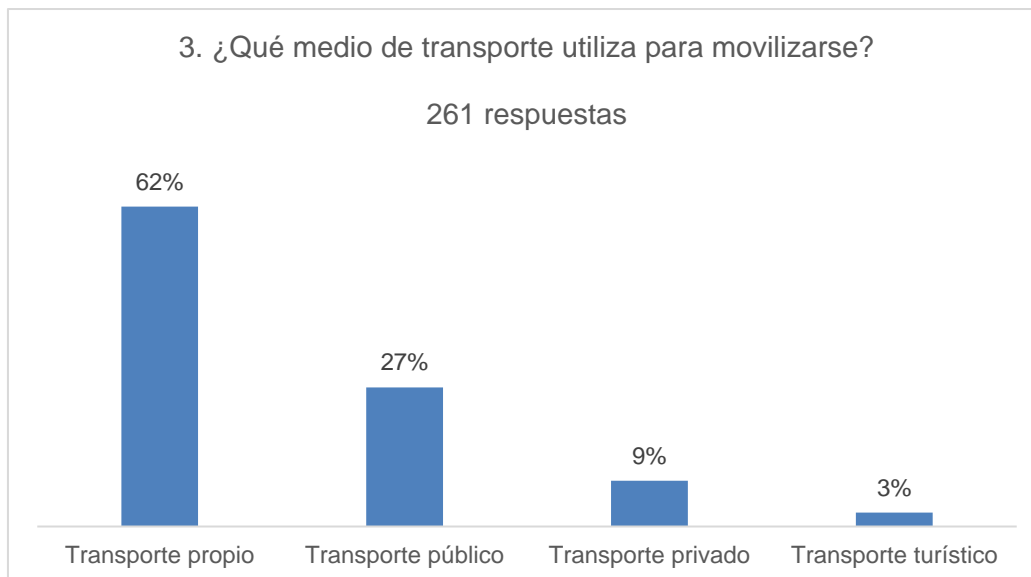
El 80% de las personas dispuestas a visitar Patate manifiestan que su motivo de viaje sería Turismo, el 7% dijo que, por Gastronomía, el 6% por Visita familiar, el 3% viajaría por el Clima agradable, un porcentaje igual mencionó que por Negocios y el 1% acudiría al cantón por motivos religiosos. Los interesados perciben que el cantón tiene potencial turístico y ésta sería su principal motivación para ir a Patate, por lo tanto, resulta necesario difundir las diferentes modalidades de turismo que ofrece el cantón y las actividades relacionadas.

Figura 60*Con quién viaja*

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

Más de la mitad de los encuestados que manifestaron interés, correspondiente al 69% respondió que suele viajar con su familia; el 18% dijo que, en pareja; el 9% con amigos y el 4% solo. Conocer que las personas interesadas viajan en familia permite ofrecer y promocionar actividades dirigidas a este segmento.

Figura 61*Medio de transporte*

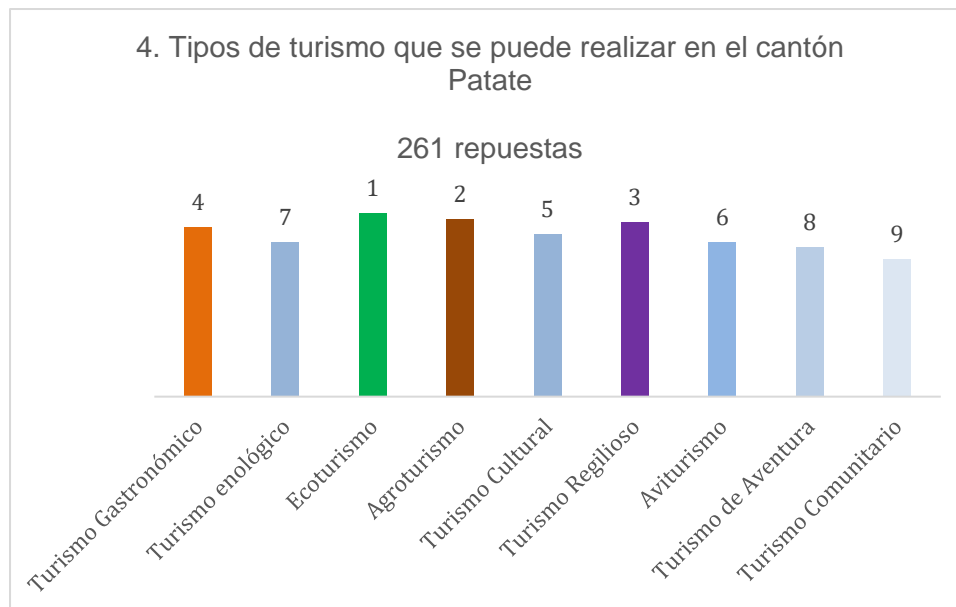
Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

Respecto al medio de transporte utilizado para movilizarse, el 62% escogió la opción transporte propio, el 27% transporte público, el 9% y 3% seleccionó las opciones transporte privado y transporte turístico, correspondientemente. Es importante considerar que la mayoría prefiere movilizarse por sus propios medios, por tal motivo se debe ofrecer espacios de parqueo seguros y accesibles para así facilitar la visita a los diferentes atractivos. Además, cabe mencionar que uno de los aspectos del cantón que se debe mejorar es el transporte público, esto también podría influir en la afluencia de turistas.

Figura 62

Tipos de turismo en Patate



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

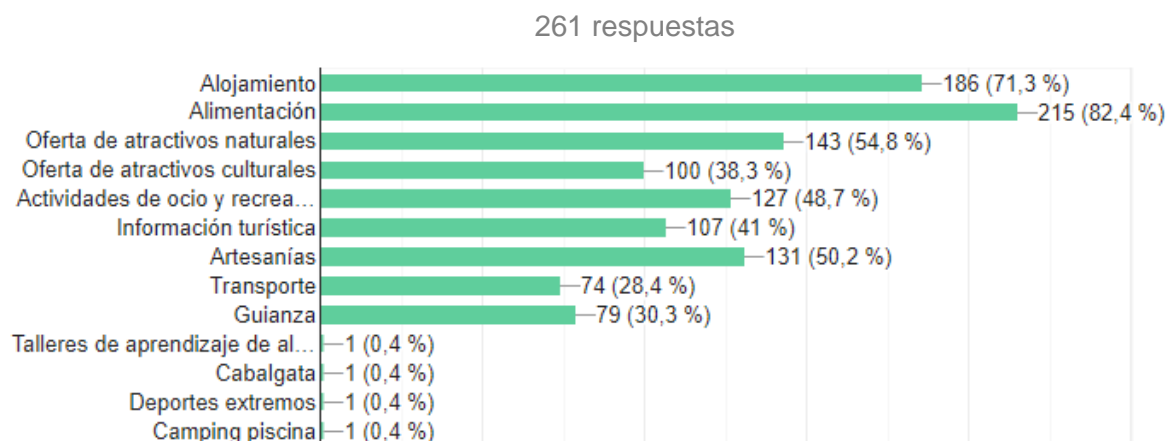
Análisis

De las nueve modalidades de turismo que se pueden realizar en el cantón Patate, las cuatro de mayor preferencia para el turista en orden descendente están: Ecoturismo, Agroturismo, Turismo Religioso y Turismo Gastronómico. Las dos primeras relacionadas con la naturaleza y las zonas rurales, tendencias que han sido impulsadas debido a la crisis sanitaria. En cuanto a las dos últimas se puede decir que son representativas del cantón; por una parte, la devoción al Señor del Terremoto es lo que motiva a muchos a visitar Patate y por parte, lo gastronómico, el probar las deliciosas arepas, chicha de uva y las espumillas que son únicas del lugar.

Figura 63

Servicios que los visitantes quieren encontrar

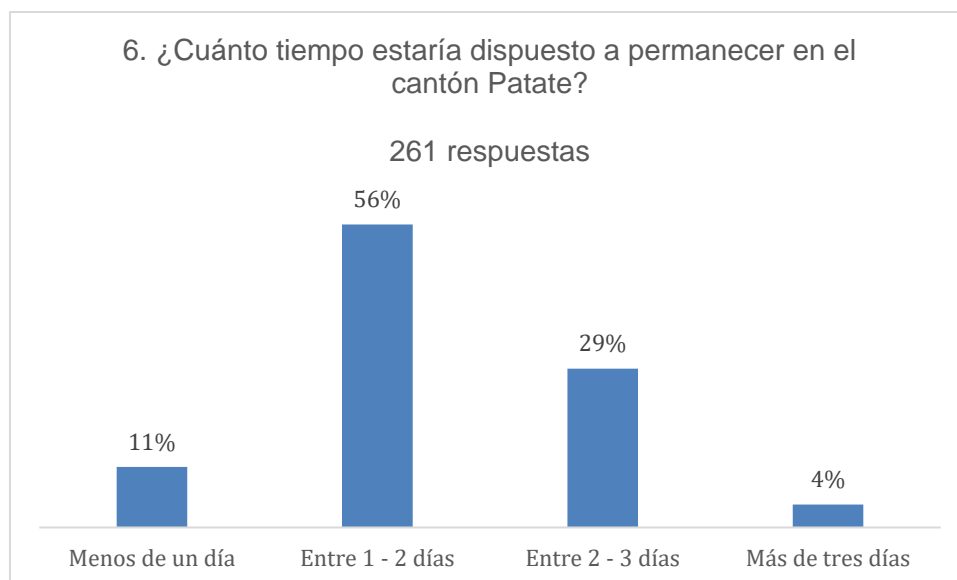
5. Seleccione los servicios que le gustaría encontrar durante su visita al cantón Patate.



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

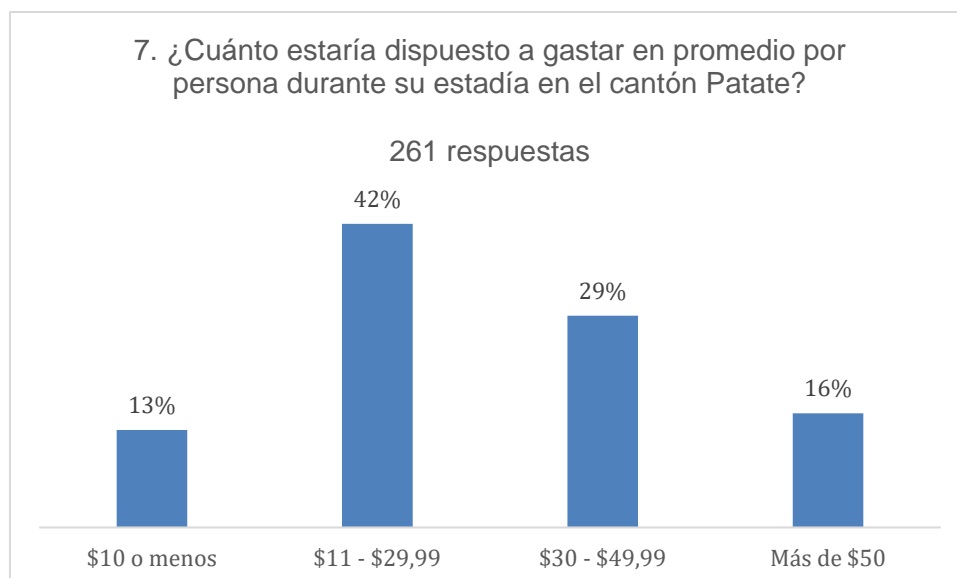
Entre los principales aspectos que los encuestados desean encontrar están: alimentación, alojamiento y atractivos naturales, con 82,4%, 71,3% y 54,8%, correspondientemente. Los aspectos medianamente puntuados son: artesanías, actividades de ocio y recreación e información turística, con 50,2%, 48,7% y 41% respectivamente. Mientras que, los que tienen puntuación menor a los anteriores, sobresalen atractivos culturales con 38,3%, guianza con 30,3% y transporte con 28,4%. Finalmente, en la opción otros, un total de 1,6% de los encuestados añadieron que también les gustaría encontrar talleres de aprendizaje, cabalgatas, deportes extremos, piscinas y áreas de camping; sin embargo, cabe recalcar que estas actividades estarían incluidas en la opción actividades de ocio y recreación. Conocer cuáles son los principales servicios y/o actividades que les gustaría encontrar a los potenciales visitantes, permite poner énfasis en mejorarlos y también se puede convertir en una oportunidad para emprender en esto, por ejemplo, en el tema de artesanías.

Figura 64*Tiempo de permanencia*

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

Un poco más de la mitad de los encuestados interesados en visitar Patate, el 56% expresaron que estarían dispuestos a permanecer entre 1 - 2 días en el cantón, seguido por el 29% que respondió entre 2 - 3 días, mientras que el 11% dijo que menos de un día y el 4% más de 3 días. Con estos resultados se puede determinar que los encuestados no consideran a Patate simplemente como un destino de paso, pues los porcentajes más altos se obtuvieron en las opciones 1 - 2 días y 2 - 3 días.

Figura 65*Gasto promedio*

Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

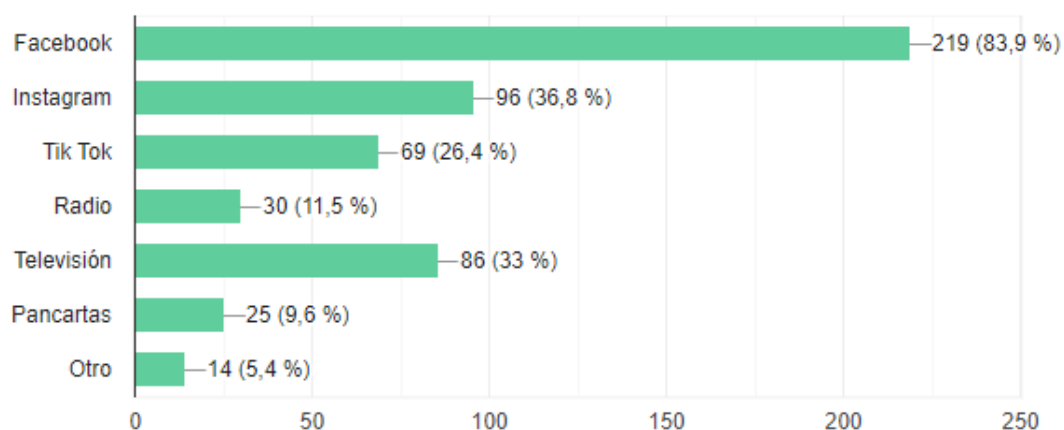
El 42% y 29% seleccionaron los rangos de precios de \$11 - \$29,99 y \$30- \$49,99, respectivamente; el 16% respondió que está dispuesto a gastar más de \$50 y el 13% contestó que \$10 o menos. Respecto a los resultados expuestos, se puede deducir que las personas interesadas en el cantón buscan precios accesibles y según los pobladores encuestados los precios que se manejan en Patate son moderados.

Figura 66

Medios para recibir información

8. ¿A través de qué medio le gustaría recibir información del cantón Patate?

261 respuestas



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

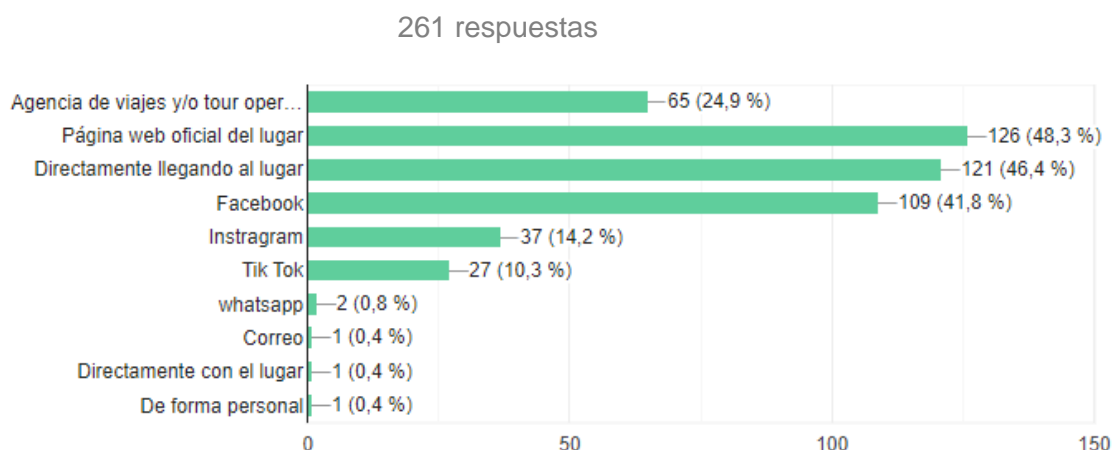
Análisis

Es importante mencionar que en esta pregunta los encuestados podían escoger una o más opciones. La mayor parte de personas están interesadas en recibir información mediante redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok, con 83,9%, 36,8% y 26,4% respectivamente; a otra parte de los encuestados les gustaría recibir información a través de medios tradicionales como radio, televisión y pancartas, con 11,5%, 33% y 9,6% correspondientemente. Los resultados confirman que el principal medio de comunicación para darse a conocer y difundir información turística son las redes sociales.

Figura 67

Medio para contratar los servicios y/o actividades

9. ¿A través de qué medio le gustaría contratar los servicios y/o actividades que ofrece el cantón Patate?



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

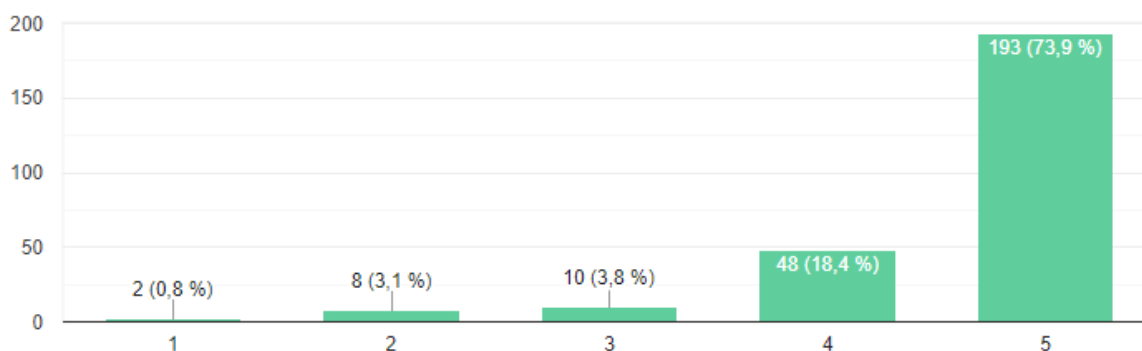
Es importante mencionar que en esta pregunta los encuestados podían escoger una o más opciones. De modo que, el 48,3% dijo que prefiere contratar los servicios y/o actividades través de una página web oficial, seguida por el 46,4% prefiere adquirirlos llegando directamente en el cantón, el 24,9% con una agencia y/o tour operadora; en cuanto a redes sociales, la que tuvo más aceptación fue Facebook con 41,8% seguida por Instagram con 14,2% y por último Tik Tok con 10,3%; mientras que en otras respuestas, un mínimo porcentaje manifestó que prefiere contratar los servicios mediante WhatsApp y correo electrónico. Los resultados permiten establecer que la mayoría prefiere contratar los servicios y/o actividades de manera independiente, conocer esto es importante para que los prestadores brinden las facilidades necesarias para hacer esto posible, ya sea adecuando su página web y/o página de Facebook.

Figura 68

El turismo promueve el desarrollo sostenible

10. ¿Cuán importante es para usted que el turismo promueva el desarrollo sostenible del cantón Patate?

261 respuestas



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis

Casi la tercera parte, correspondientes al 73,9% consideran muy importante que el turismo promueva el desarrollo sostenible, el 18,4% dicen que es algo importante, el 3,8% se mantienen neutrales, el 3,1% como poco importante y apenas el 0,8% opinan que nada importante. Dado que la mayoría de los encuestados estiman muy importante este aspecto, aquellos productos y/o servicios que promuevan la sostenibilidad marcan la diferencia al momento de decidir. Asimismo, los potenciales visitantes estarán predispuestos en apoyar acciones que contribuyan al desarrollo turístico sostenible de Patate. En consecuencia, es importante que los demás actores del turismo (autoridades, prestadores de servicios turísticos y pobladores) incentiven esta práctica.

Figura 69

Perfil del potencial visitante



Nota. Datos obtenidos de la encuesta realizada a los potenciales visitantes.

Análisis de las entrevistas

Las entrevistas fueron realizadas a cuatro miembros de la mesa de turismo: el Concejal Presidente de la Comisión de Turismo del GADMP, el Técnico de la Unidad Turismo, el Representante de Los Prestadores de Servicios Turísticos de Patate y el Encargado del Comité Ciudadano Patate Pueblo Mágico. Además, al Representante de la Asociación de Servicios Turísticos Ruta de las Frutas (ASOSERTURUFRU) y al Coordinador de Turismo del GAD Provincial de Tungurahua, con el propósito de obtener información sobre la situación socioeconómica respecto a la actividad turística del cantón Patate.

Nombre de los entrevistados:

- Sr. Luis Carranza. Concejal Presidente Comisión de Turismo del GADM Patate
- Ing. Dennis Medina. Técnico de la Unidad de Turismo GADM Patate
- Msc. Juan Tamayo. Representante de Los Prestadores de Servicios Turísticos de Patate
- Sr. Marlon Montero. Presidente del Comité Ciudadano Patate Pueblo Mágico
- Lcdo. Fabián Altamirano. Representante de la Asociación de Servicios Turísticos Ruta de las Frutas (ASOSERTURUFRU)
- Ing. Danilo Aróstegui. Coordinador de Turismo del Gobierno Provincial de Tungurahua

A continuación, se dan a conocer los aspectos destacados de las entrevistas realizadas. Las transcripciones se encuentran disponibles en el **Anexo 2**.

En el cantón Patate el turismo está tomando cada vez más protagonismo, es así que se está constituyendo como el segundo destino más visitado de la provincia Tungurahua después de Baños de Agua Santa, así lo confirman Carranza, Medina y Aróstegui (2022). Debido a la crisis sanitaria aún se mantiene un panorama incierto, a pesar de esta situación se evidencia un crecimiento del turismo, impulsado en gran medida por la declaratoria como Pueblo Mágico, esta acción es una de las más notorias y con mayor impacto.

En el cantón se está aprovechando las características propias del lugar como: clima, gastronomía y actividades económicas, tal es el caso del agroturismo; es importante destacar que los fines de semana, feriados y principales festividades del cantón, es cuando la actividad turística tiene auge; además Patate posee el sello de Safe Travels y se trabaja para que la práctica del turismo se lleve a cabo con las respectivas medidas de bioseguridad y es parte de la Federación Latinoamérica de Ciudades Turísticas.

La actividad turística se ha convertido en una alternativa para aumentar los ingresos, generar empleo y por ende la calidad de vida de los patateños; asimismo se considera al turismo como una actividad que contribuye a la preservación de la cultura local, el intercambio cultural entre residentes y turistas; y que crea oportunidades para grupos sociales que en ocasiones están en desventaja como: mujeres y jóvenes. Sin embargo, es necesario redistribuir los flujos turísticos hacia zonas rurales y aprovechar los recursos de esas áreas.

En cuanto al aspecto ambiental, aún no se han podido presenciar repercusiones significativas, pero tampoco se descarta su existencia, como es el caso del exceso de ruido en el centro y contaminación en los atractivos que no cuentan con las facilidades necesarias. Por último, aún se debe trabajar de manera coordinada entre todos los actores del turismo y unir fuerzas para alcanzar el desarrollo sostenible del cantón Patate.

Respecto a las acciones que se han hecho para dinamizar el turismo, por parte de las autoridades lo que más destaca y que es parte de su competencia son acciones para promocionar el cantón en otros Pueblos Mágicos; además, están trabajando en el proyecto de formar un consorcio con otros pueblos con la misma denominación para solicitar más presupuesto para el manejo del turismo (Carranza, 2022).

Asimismo, el cantón participa en ferias turísticas a nivel local, provincial y nacional, la más destacada fue la Convención Internacional de Turismo, que fue una vitrina para la reactivación de la economía del sector turístico. En 2021, el cantón Patate fue sede de la competencia internacional Huairasinchi esto ha generado que también se realicen otras competencias de carácter nacional como la denominada Sky Race (Medina, 2022).

Tomando en cuenta la crisis sanitaria, por su parte, el representante de prestadores de servicios turísticos menciona que primero están trabajando en publicitarse y fortalecerse internamente para luego abrirse en el tema provincial, nacional e internacional; además acotó que sí se evidencia el trabajo de las autoridades, pero aún falta pulir ciertos aspectos y concretar los proyectos ofrecidos (Tamayo, 2022). Los demás prestadores encuestados concordaron que en la publicidad y promoción aún se requiere mejorar, pues concuerdan que existe poca organización para ofrecer los productos y servicios de manera conjunta.

De la misma manera, el representante de la ASOSERTURUFRU comenta que están trabajando en la publicidad en redes sociales, promocionando que Patate cumple con los protocolos de bioseguridad para que la gente venga tranquila, se sienta segura y cómoda al estar en el campo, igual se cuida que no existan aglomeraciones. Y como asociación brindan a los turistas los productos de temporada como: mandarinas, aguacate, chirimoyas y les dan a conocer la variedad de plantas existentes. Todo esto con el objetivo de que el turista se sienta bien (Altamirano, 2022).

Discusión de resultados

La discusión de resultados se realizó considerando las dimensiones del desarrollo sostenible y las variables de la investigación que se plantearon en torno a las mismas, e igualmente se utilizaron para la elaboración de los instrumentos aplicados. Además, se abordan otros temas de interés, dada la situación actual.

Dimensión Económica

El turismo contribuye a dinamizar la economía local. En los últimos años en Patate se ha incrementado la actividad turística, ha aumentado el número tanto de visitantes como de emprendimientos; a pesar de que, este cantón es eminentemente agrícola y la mayoría de los ingresos provienen de esta actividad. El turismo ha generado un impacto positivo en la economía local y se está trabajando conjuntamente con otros sectores, como muestra de esto, se ha desarrollado el agroturismo en las parroquias Los Andes y El Triunfo, donde las personas pueden ingresar, degustar y cosechar los productos; la gente del campo está viendo en el turismo una opción. Otro ejemplo es el turismo comunitario y rural del sector El Sucre (Medina, 2022).

Se puede evidenciar que hay una influencia positiva del sector, últimamente se abrieron establecimientos alimenticios y algunos de hospedaje; la expectativa a futuro es buena para Patate acerca de la actividad turística (Tamayo, 2022). Algunos emprendimientos surgieron incluso durante la pandemia, estadísticamente ha crecido el tema turístico (Carranza, 2022). El turismo se ha convertido en una fuente de ingresos muy importante para todos los que conforman los servicios turísticos porque eso ha mejorado el nivel económico del cantón Patate (Altamirano, 2022).

En base a los ítems positivos y negativos planteados en la encuesta, tanto para pobladores como para prestadores de servicios turísticos, así como de lo recopilado en las entrevistas; se puede determinar que para los entrevistados el turismo genera impactos económicos positivos, pero los encuestados sí reconocen un impacto negativo.

Tabla 30

Impactos económicos

Impacto Positivo	Impacto Negativo
<ul style="list-style-type: none"> ● Proporciona oportunidades de empleo ● Proporciona más negocio para la población local y para las pequeñas y medianas empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● El turismo beneficia solo a un pequeño número de personas

Nota. Datos obtenidos del análisis de entrevistas y encuestas.

Dimensión Social

Debido a la actividad turística, la municipalidad ha visto la necesidad de mejorar la imagen estética del cantón para consolidar y potencializar el turismo de tal manera que, sí pretende hacer inversión pública en lo referente a infraestructura a nivel cantonal. Existe la planificación de proyectos como: el Bulevar de Los limones, el parque acuático, junto al Centro de Comercialización El Valle, donde también se desea implementar un bulevar. Además, se trabaja en mejorar la parte de la rotulación de los negocios para que sea uniforme, con una ordenanza en base a lo que establece Pueblos Mágicos (Medina, 2022). Además, el GAD municipal está interviniendo algunas vías para facilitar el acceso al cantón y junto con el Consejo Provincial tienen proyectos para mejorar los sitios turísticos (Carranza, 2022). Adicionalmente se menciona, que la mayor cantidad de vías están en buen estado (Aróstegui, 2022).

Por contraparte, el representante de los prestadores de servicios turísticos manifiesta que han tenido un acercamiento para informar al gobierno local que hace falta señalética, inclusive la básica de los vehículos como la de una vía y doble vía, pero la respuesta fue que, eso no le compete al gobierno cantonal sino más bien al gobierno provincial. Se puede decir que las obras en el cantón son como elefantes blancos, pues existen trabajos inconclusos que llevan mucho tiempo, como el parque acuático, los baños frente al parque, entre otros proyectos ofrecidos (Tamayo, 2022). Por parte de las autoridades no existe ayuda en cuanto a la marcación de rutas o algo por el estilo, los que

han hecho son los emprendedores, quienes pusieron los letreros de donde están ubicados. Se trabajó hasta con Google para las ubicaciones vía satélite (Montero, 2022).

La actividad turística siempre va a generar cosas positivas y negativas, todo depende de cómo se maneje. Patate, al ser un cantón pequeño, hablando desde el centro poblado, básicamente se ve repercusiones positivas, porque cada vez hay más gente, genera dinámica económica, mejora calidad de vida, da trabajo y empleo a la gente del cantón y de otros lugares (Aróstegui, 2022). Patate es un pueblo tranquilo, no hay robos ni pandillas. Entonces, el turista viene acá tranquilamente porque sabe que es un pueblo tranquilo y muy cómodo para disfrutar (Altamirano, 2022).

Sin embargo, entre más turistas acuden, pueden suscitarse problemas sociales, dentro de estos se puede citar la aglomeración de vendedores ambulantes y no se sabe si su procedencia es buena o mala, pero sí se ve la presencia de otras personas desconocidas. Asimismo, existe la presencia de venezolanos y también se ha visto el consumo de bebidas alcohólicas los fines de semana sobre todo en la noche (Montero, 2022) recalca que se da por parte de personas jóvenes provenientes de otros lugares). Para hacer frente a estas situaciones se ha solicitado y se trabaja con la jefatura, la policía y el ECU 911 (Medina, 2022).

Patate es un cantón pequeño y con el aumento de personas que lo visitan han surgido problemas como la congestión vehicular y la aglomeración de personas especialmente en el centro y alrededor del parque (Tamayo, 2022). Lo que se espera es que se dinamice el tráfico vial, que es un caos y que se peatonalice las calles alrededor del parque para que el turista llegue y comience a ir a las afueras del cantón (Montero, 2022). Desde la parte política y técnica, se necesita que la gente no circule sólo por el centro, sino que también por los sectores y parroquias apartados, pues también existen emprendimientos en otros lados (Aróstegui, 2022).

Otro aspecto negativo, es que los fines de semana aparece gente a mendigar, eso no había antes, ahora se ve gente limpiando parabrisas, ventas informales en lugares, vías o atractivos naturales que antes eran libres (Tamayo, 2022).

A partir de los ítems positivos y negativos planteados en la encuesta, tanto para pobladores como para prestadores de servicios turísticos, así como lo recopilado en las entrevistas; se puede determinar que los impactos sociales que produce el turismo en el cantón según la percepción de los actores consultados son los siguientes:

Tabla 31

Impactos sociales

Impacto Positivo	Impacto Negativo
<ul style="list-style-type: none"> ● El turismo proporciona más parques y áreas recreativas para el ciudadano ● El turismo mejora la calidad de las carreteras y otras infraestructuras públicas ● El turismo genera mayor número de eventos para que participen los residentes ● El turismo genera oportunidades laborales para los jóvenes y las mujeres 	<ul style="list-style-type: none"> ● El turismo provoca aglomeraciones en tiendas, restaurantes, parques, rutas y otros espacios los fines de semana y feriados, particularmente en el parque y sus alrededores ● Aumento de comerciantes informales

Nota. Datos obtenidos del análisis de entrevistas y encuestas.

Dimensión Cultural

En cuanto a la parte cultural, está el ámbito religioso, lo sobresaliente en el cantón es la festividad del Señor del Terremoto, declarada como patrimonio cultural inmaterial del estado; también está la Basílica con el mismo nombre, donde se muestra parte de la cultura Puruhá, esculturas quiteñas para que la gente conozca la identidad cultural del pueblo patateño. En el cantón también destaca la parroquia Sucre, donde son descendientes de la cultura Puruhá. En esta parroquia existen iniciativas privadas para la restauración y mantenimiento de su identidad y cultura a través de la exposición de todo lo que ellos tienen, como GAD se está apoyado en lo que está al alcance para poder fortalecer estos emprendimientos. En el lugar existe: el Centro Cultural Urku Kuri que está bajo la dirección del GAD parroquial y el Centro de Interpretación Patati Urcu que es un emprendimiento privado (Medina, 2022).

Un personaje tradicional en el cantón Patate que viene de varios años atrás y aparece en el tiempo de los finados es el Animero (Altamirano, 2022). Los animeros salen en las noches previas al día de difuntos cantando una oración por las almas del purgatorio. El turismo y la declaratoria como Pueblo Mágico han contribuido a la revalorización de la cultura y de la identidad propia del cantón Patate, se ha rescatado las tradiciones, la cultura, la ideología de la cultura Puruhá y se está haciendo bastante turismo con comunidades indígenas (Montero, 2022). Asimismo, la preservación de la cultura tiene mucho que ver con seguir manteniendo las recetas gastronómicas, que son básicamente lo más representativo de Patate (Tamayo, 2022).

A parte del aspecto religioso, Tamayo (2022) considera que en cuánto a lo cultural se refiere, aún falta potencializar, pues Patate en este tema no está muy pronunciado. Tal es el caso del museo en la parroquia El Sucre, que cuenta con vestigios arqueológicos, pero no es muy visitado. Añade que hay que saber llegar a los lugares, a las culturas, a las tradiciones y demás aspectos; aquellos que no están en el centro, sino que están en las afueras de Patate, donde además hay temas agropecuarios que aún se mantienen. Asimismo, en los atractivos naturales que están en las afueras también hay un conglomerado de conocimientos ancestrales y culturales (Tamayo, 2022).

La municipalidad trabaja fuertemente los fines de semana en eventos culturales, dando a conocer la identidad que tiene el pueblo patateño y la identidad gastronómica. Mientras que, el gobierno provincial apoya en la promoción, llevándolos a ferias en donde la cultura gastronómica que tiene el cantón Patate se pone a consideración de los turistas (Aróstegui, 2022). El fin de semana se aglomera el turista especialmente en el centro de Patate, últimamente se estaban realizando los Domingos Mágicos que dio resultado, pero hoy ya no se lo está haciendo y el turista ya no tiene que hacer (Carranza, 2022).

Los Domingos Mágicos se llevaban a cabo en la calle aledaña al parque, en un espacio abierto por cuestión de la pandemia, con la finalidad de fortalecer el ámbito cultural del cantón que va de la mano con el ámbito turístico en donde se tenía: teatro, música, danza, artes de circo y esto generaba que la gente acudiera al cantón Patate para disfrutar

no solo de los eventos, sino de todos los atractivos. Esto se suspendió a raíz de la nueva variante, al momento se está analizando la posibilidad de retomar esas programaciones (Medina, 2022).

En base a los ítems positivos y negativos planteados en la encuesta, tanto para pobladores como para prestadores de servicios turísticos previamente analizados, así como lo recopilado en las entrevistas; se puede determinar que según la percepción de los actores consultados los impactos culturales son positivos y no existen negativos, esto responde a que la actividad turística está en crecimiento, pero no se descarta que surjan con el tiempo

Tabla 32

Impactos culturales

Impacto Positivo	Impacto Negativo
<ul style="list-style-type: none"> ● El turismo facilita el intercambio cultural entre turistas y residentes ● El turismo tiene un impacto positivo en la identidad local ● El turismo proporciona un incentivo para la preservación de la cultura local 	

Nota. Datos obtenidos del análisis de entrevistas y encuestas.

Dimensión Ambiental

En el tema turístico siempre va a ser importante saber manejar el tema ambiental, sobre todo en la zona rural, donde se tiene: senderos, cascadas, lagunas. Básicamente para poder realizar la actividad turística se necesita primero estudios ambientales que aseguren que no se vaya a contaminar, pues en los atractivos turísticos se tiene gran cantidad flora y fauna que no debe perderse a causa de la actividad turística. Entonces cuando se interviene o se trabaja en una zona rural, se solicita al departamento de la unidad de turismo que coordine el tema ambiental y mediante un estudio determine que esas

especies no van a ser vulneradas o van a migrar; y así se realice una actividad turística sostenible (Aróstegui, 2022).

La parte ambiental en Patate se trabaja en lo referente a lo natural. En los senderos que conducen a las cascadas y a las lagunas, se trabaja coordinadamente con el MAE, también en diversas inspecciones junto con la unidad de turismo, puesto que, se ha generado cierto malestar en la comunidad por la presencia de carreras de motos en los senderos que conducen hacia los atractivos. De igual modo, cuando existe la apertura de vías, la afectación a los senderos o el desglose de la vegetación se han hecho las denuncias respectivas hacia la municipalidad y se ha canalizado con el MAE para hacer los respectivos informes y sancionar si lo amerita (Medina, 2022).

En el cantón también se declaró un Área de Protección Hídrica y Fuentes de Agua en las partes de humedad en el sector de Platupamba, San Jorge y demás, esto es una parte fundamental para el futuro (Carranza, 2022). Además, está el Parque Nacional Llanganates que igual es un área protegida, donde antes iban bastantes motociclistas y ahora se prohibió (Montero, 2022). Una de las potencialidades de Patate es la considerable cantidad de recurso hídrico, también se trabaja con la municipalidad en la implementación de plantas de tratamiento de aguas residuales en todas las comunidades, aparte del cantón Ambato, Patate es el único casco urbano que cuenta con esto. El enfoque es conservar este líquido vital (Suárez, 2022).

Se trabaja también en una zona de conservación municipal o área de conservación de recurso hídrico en el cantón Patate con una superficie de 7800 hectáreas, es un proceso de corredor que une tanto al cantón Píllaro como Baños, el área está justamente en una zona de amortiguación al límite del Parque Nacional Llanganates. Aún no hay problemas en la capacidad de carga en este tipo de lugares, pero a futuro se ha planteado una ordenanza específica de áreas de conservación municipal y se quiere ampliar con la parte turística o de atractivos turísticos (Suárez, 2022).

El representante de ASOSERTURUFU menciona que por parte de esta asociación tratan de cuidar el medio ambiente, mediante el uso de frutos orgánicos sin químicos que

tanto daño hacen al ambiente, pero de parte de las autoridades no se ve un plan de mejoramiento ambiental, siempre hay problemas de quemazones de bosques en tiempo de verano (Altamirano, 2022). Por su parte, el presidente del Comité de Pueblos Mágicos comenta que el municipio está trabajando para que los agricultores eviten la quema; en la parte del cuidado de la tierra y del suelo; y la organización de siembra orgánica (Montero, 2022).

Un aspecto en el que concuerdan la mayoría de los entrevistados, es el manejo de la basura en el cantón. Por una parte, cuando la actividad turística recién estaba empezando existieron bastantes problemas por la basura que dejaban los turistas, asimismo, se dio la tala de árboles. Otro problema causado por el turismo en áreas naturales es la migración de la fauna a partes más altas o alejadas (Montero, 2022).

Por otra parte, los problemas que se han constatado, especialmente alrededor del parque central de Patate, son la contaminación acústica, es decir, la música en altos decibeles generada por los establecimientos y también la polución provocada por el exceso de vehículos en esta área urbana. Asimismo, es importante destacar que aún hay cierto desconocimiento en cuanto al aspecto ambiental (Tamayo, 2022). Para contrarrestar el problema de congestión vehicular en el centro de Patate se puede considerar peatonalizar esta parte (Altamirano, 2022). En este sentido, es imprescindible trabajar coordinada y responsablemente con los diferentes entes, para así minimizar los impactos ambientales generados por el turismo (Aróstegui, 2022).

De acuerdo con los ítems positivos y negativos planteados en la encuesta, tanto a pobladores como a prestadores de servicios turísticos, así como lo recopilado en las entrevistas; se puede determinar que los impactos ambientales que produce el turismo en el cantón según la percepción de los actores consultados son los siguientes:

Tabla 33

Impactos ambientales

Impacto Positivo	Impacto Negativo
<ul style="list-style-type: none"> ● El turismo fomenta la creación de áreas protegidas ● Promueve el uso de productos orgánicos ● Promueve la protección del líquido vital 	<ul style="list-style-type: none"> ● El turismo daña o modifica el entorno natural, el paisaje, los ecosistemas, la fauna y la flora ● El turismo aumenta el ruido y/o la contaminación ambiental

Nota. Datos obtenidos del análisis de entrevistas y encuestas.

Articulación de los actores del turismo

A nivel local, en Patate se trabaja conjuntamente con la Cámara de Turismo del cantón y el Comité de Pueblos Mágicos en la planificación del desarrollo turístico. A finales del año 2021 se estableció la mesa cantonal de turismo. Dentro de la mesa cantonal están: el representante del Comité de Desarrollo Humano y Social del Señor del Terremoto, la Policía Nacional, la parte de salud, la Jefatura Política, el representante de los prestadores de servicios turísticos y todos los demás actores políticos. Ahí se trabaja y da a conocer las actividades que se van a desarrollar como comunidad de turismo y GAD municipal, se trata de involucrar a toda la comunidad con sus representantes y se puede trabajar de una mejor manera, a pesar que no es fácil, esto ha dado resultado y hace un poco más llevadero el trabajo entre el sector público y privado. Además, en la evaluación técnica del Ministerio de Turismo por los dos años de Pueblos Mágicos (para mantener la certificación) se obtuvo que Patate está muy bien y dentro de los 21 Pueblos Mágicos, es el que mejor se ha desenvuelto con el nombramiento, esto también se debe al trabajo coordinado que ha hecho la municipalidad con la comunidad.

El Gobierno Provincial también tiene una estrategia de turismo, cada año se reúne con el municipio para elaborar propuestas de desarrollo y firmar un convenio por el año donde se ejecutan varias de las acciones propuestas en beneficio de los diferentes sectores y comunidades que pertenecen a los cantones, según cuatro líneas estratégicas: desarrollo de productos, marketing y promoción, capacitación turística y planificación turística. En base

a esas cuatro líneas se considera una propuesta y se estructura un plan de capacitación, con los actores del sector para determinar cuál es su necesidad que temas de capacitación requieren y luego se hace un cruce entre la parte técnica y requerimiento ciudadano (Aróstegui, 2022).

A nivel del departamento de turismo de Patate, como ya se mencionó tiene una planificación, muchos de los que están asociados al departamento turístico saben lo que tienen que hacer, y a dónde tienen que ir, pero hay pocos que tal vez no se asocian y están solos, no saben de la distribución que tiene organizado el GAD municipal. Por consiguiente, se invita a todas las personas a que se unan y se acerquen al departamento para estar bien organizados. También se busca evitar el egoísmo y que solo unos pocos sean los beneficiados, sino que exista colaboración y trabajo de todos (Carranza, 2022).

Por parte del Comité Ciudadano de Pueblos Mágicos, junto con la reina ayudan con la promoción de todos los emprendimientos que solicitan ayuda, no importa si es una hacienda grande o un pequeño puesto. Entre los miembros del comité están: un presidente, una secretaria que debe saber de turismo, una tesorera que es una emprendedora del cantón. Por lo general, todos los ciudadanos que tengan dos años residiendo en Patate pueden pertenecer al comité, que busca que la gente se estandarice, que trabaje por un bien común y que no busque algo político. El comité brinda su ayuda buscando por sus propios medios e iniciativa a medida que sus posibilidades lo permiten, pero aún falta apoyo para conseguir capacitaciones en temas que aún son deficientes en el cantón, por ejemplo: manejo económico de los emprendimientos para saber si están ganando o perdiendo, servicio al cliente, trato a clientes con capacidades especiales (Montero, 2022).

El representante de los prestadores de servicios turísticos menciona que existe la predisposición de articularse con la mesa de turismo, pero considera que ésta aún no es funcional, además comenta que existen promesas inconclusas, cosas que no se terminan por realizar. Considera importante que la ayuda y el trabajo deben ser articulados entre el gobierno cantonal, el departamento de turismo y los emprendimientos, pero quizá por temas políticos no se logra concretar los requerimientos realizados, pedidos que son básicos e

incluso necesarios. Además, el representante opina que le gustaría que se traten temas de importancia como: actividades turísticas, hoteleras, gastronómicas, visitas, impactos, medio ambiente (Tamayo, 2022).

El representante de la ASOSERTURUFURU expresa que el Consejo Provincial de Tungurahua les ha apoyado con cursos de mejoramiento de calidad en los servicios, pero por parte del gobierno municipal sienten que aún falta apoyo para incentivar el turismo. Al respecto resalta que, el pequeño presupuesto que tienen no les permite invertir en algo grande y útil. Además, consideran que requieren capacitaciones relacionadas a las actividades que ofrecen por ejemplo en el agro, cosecha de productos orgánicos, sin químicos, en publicidad, en control de calidad, también cursos de inglés básico para poder atender a los turistas extranjeros (Altamirano, 2022).

Crisis sanitaria y turismo

El Gobierno Provincial desarrolló el plan de reactivación turística, en el año 2020 a raíz de la pandemia, junto con el Comité de Turismo se aplicó una herramienta a emprendimientos y emprendedores, para determinar que necesitaban protocolos de bioseguridad, planes de capacitación turística emergente, promoción turística adecuada y temas de gestión para que no se les cobre la licencia de funcionamiento. Se trabajó inmediatamente, no solo en Patate sino en toda la provincia, se desarrollaron guías metodológicas para facilitar la comprensión de las personas, dándoles a conocer estos protocolos de bioseguridad, cómo tienen que estar sus establecimientos turísticos, entre otros temas (Aróstegui, 2022).

Posteriormente se les otorgó un sello de bioseguridad que se hizo en forma conjunta con los municipios, este sello se entregó a los establecimientos que cumplen con los protocolos y a su vez se les promociona en redes sociales con ese distintivo (Aróstegui, 2022). En Patate, alrededor de 12 locales tienen el sello de local bioseguro, a los demás se les ha hecho las inspecciones y sugerencias necesarias para que cumplan con los

requisitos, pues solo tienen lo básico y hay ciertos puntos dentro del check list que aún deben cumplir para poder ser acreedores al sello.

Además, se debe considerar que se manejan con el check list del Ministerio de Turismo, que está elaborado para locales de ciudades grandes y Patate es un cantón pequeño con locales pequeños, que son muy buenos, pero existen ciertas cosas que no van a poder cumplir porque eso significa inversión y al momento no están en la posibilidad de hacerlo. De todas maneras, se ha tratado de acoplarlos a la realidad del cantón, se revisa constantemente y al momento que cumplan se otorga el sello de local de bioseguro. De igual forma se trabaja en la clasificación de los desechos infecciosos y los comunes no solo en el centro urbano sino también en las parroquias se hace este tipo de control en coordinación con las juntas parroquiales (Medina, 2022).

Actualmente, debido a la nueva variante los establecimientos están solicitando el carné de vacunación a los visitantes, quienes deberán contar con mínimo dos dosis para poder ser atendidos, pues estas son las disposiciones de las autoridades (Montero, 2022).

CAPÍTULO IV

Propuesta

La propuesta de la presente investigación se realiza a partir de los resultados recabados en las entrevistas y encuestas aplicadas, en las cuales se encontró diversas problemáticas que afectan la actividad turística del cantón, de acuerdo con esto se plantearon varias estrategias que integran un conjunto de acciones encaminadas a dinamizar el turismo en el cantón Patate de forma sostenible. A su vez, aprovechan los recursos y herramientas disponibles y buscan el fortalecimiento interno, la participación local, el cuidado del medio ambiente y la interacción con los turistas.

Plan de Acción

A continuación, se detalle el plan de acción en el que se contemplan: objetivos, acciones, responsables, recurrencias, recursos y resultados esperados. A partir del cual se plantea la propuesta.

Tabla 34

Plan de Acción

Estrategia	Objetivo	Acciones	Responsables	Recurrencia	Recursos	Resultados esperados
Dinamizar la integración económica de los actores del turismo	Fortalecer internamente a los emprendedores y empresarios turísticos estableciendo redes de contacto para gestionar acciones que faciliten la creación de alianzas	Levantar información de los prestadores de servicios turísticos del cantón	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Turismo GAD Municipal de Patate 	Anual	<ul style="list-style-type: none"> Humano: colaboración de estudiantes universitarios Materiales: fichas para el levantamiento de información Tecnológico: computador e internet 	Base de datos de los prestadores de servicios turísticos
		Realizar capacitaciones a los emprendedores, empresarios turísticos y la población patateña interesada	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Turismo GAD Municipal de Patate 	De acuerdo a las necesidades	<ul style="list-style-type: none"> Humano: participantes y capacitador Materiales: suministros de oficina Tecnológico: computador e internet Económico: costo de las capacitaciones 	Impulsar los negocios y mejorar la calidad y el servicio que ofrecen
		Realizar una rueda de negocios virtual	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Turismo GAD Municipal de Patate 	De acuerdo a las necesidades	<ul style="list-style-type: none"> Humano: prestadores de servicios turísticos y agencias de viajes Tecnológico: computador, internet y plataforma para eventos virtuales Económico: costo de logística y capacitaciones 	Generar alianzas entre prestadores de servicios turísticos, agencias y operadoras de turismo

Estrategia	Objetivo	Acciones	Responsables	Recurrencia	Recursos	Resultados esperados
Empoderando a la población local en la actividad turística	Involucrar a los patateños como anfitriones de los visitantes para que sean promotores de los atributos del cantón	Crear un espacio para que los pobladores den a conocer las manifestaciones socioculturales del cantón Patate	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Turismo GAD Municipal de Patate Comité Pueblo Mágico 	Semanal	<ul style="list-style-type: none"> Humano: participantes (pobladores) y auspiciantes Tecnológico: redes sociales oficiales del cantón 	Despertar el sentido de pertenencia y orgullo de ser patateño
		Planificar una agenda mensual de los Domingos Mágicos que incluya a todas las parroquias	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Turismo GAD Municipal de Patate Comité Pueblo Mágico 	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> Humano: participantes Tecnológico: redes sociales oficiales del cantón Económico: costo de publicidad en redes sociales 	Diversificación del programa Domingos Mágicos
Reduciendo la huella del turismo	Fomentar en los visitantes el cuidado del medio ambiente mediante acciones que los motive a reducir el impacto ambiental	Crear una campaña que invite a los turistas al cuidado del medio ambiente	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Turismo GAD Municipal de Patate 	Semanal	<ul style="list-style-type: none"> Humano: turistas Tecnológico: redes sociales oficiales del cantón 	Participación de los turistas en el cuidado ambiental
		Entregar fundas biodegradables para un manejo responsable de los residuos	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Turismo Unidad de servicios públicos GAD Municipal de Patate 	De acuerdo a las necesidades	<ul style="list-style-type: none"> Humano: guardianes seguros y turistas Materiales: fundas biodegradables Económico: costo de las fundas biodegradables 	Manejo responsable de los residuos

Estrategia	Objetivo	Acciones	Responsables	Recurrencia	Recursos	Resultados esperados
Impulsando a los turistas como embajadores de Patate	Promover la interacción de los turistas con la marca Patate Pueblo Mágico empleando herramientas digitales en tendencia	Crear espacios para que los turistas compartan sus experiencias para promover turísticamente a Patate	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Turismo GAD Municipal de Patate 	Mensual	<ul style="list-style-type: none"> Humano: turistas Tecnológico: redes sociales oficiales del cantón 	Mayor promoción del cantón Patate
		Incentivar la interacción de los turistas con la marca Patate Pueblo Mágico	<ul style="list-style-type: none"> Unidad de Turismo GAD Municipal de Patate 	De acuerdo a las necesidades	<ul style="list-style-type: none"> Humano: Investigadores del presente trabajo Tecnológico: aplicación Spark AR Studio y redes sociales oficiales del cantón 	Interacción con la marca Patate Pueblo Mágico

Nota. Elaboración propia.

Estrategias

Estrategia 1: Dinamizar la integración económica de los actores del turismo

Objetivo: Fortalecer internamente a los emprendedores y empresarios turísticos estableciendo redes de contacto para gestionar acciones que faciliten la creación de alianzas.

Descripción de las acciones:

- ***Levantar información de los prestadores de servicios turísticos del cantón.***


Levantar la información de los prestadores de servicios turísticos del cantón Patate permite conocer la diversidad de productos y/o servicios con los que cuenta el cantón en las diferentes parroquias y así tener un base de datos para gestionar con ellos diversas acciones en favor del fortalecimiento de la actividad turística, no solo en la zona céntrica sino en los alrededores, esto se puede llevar a cabo mediante un censo en colaboración con alguna institución de educación superior a través del trabajo de vinculación con la comunidad, de modo que, sean los estudiantes quienes en coordinación con la unidad de turismo ejecuten esta acción, de esta forma no se necesita un gran presupuesto.

Para recopilar la información es necesario realizar fichas que permitan obtener datos de contacto e información general del negocio, también es importante indagar en ciertos aspectos como es el caso del registro turístico, para conocer si lo tienen, caso contrario apoyar y asesorar en el proceso de obtención. De igual manera, averiguar sobre el número de trabajadores hombres y mujeres para obtener estadísticas de empleo en el sector turístico del cantón.

Es importante también dar a conocer a los prestadores de servicios turísticos que se va realizar este levantamiento de información, de manera que se muestren dispuestos colaborar. Además, esta acción debe llevarse a cabo de manera presencial a fin de garantizar una mayor cobertura y fiabilidad de los datos.

Figura 70

Fichas de recopilación de datos

 PUEBLOS MÁGICOS PATATE ECUADOR		FICHA DE RECOPILACIÓN DE DATOS DE LOS PRESTADORES DE SERVICIOS TURÍSTICOS	
FICHA N° _____			
RUC	Sí	<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO:			
ACTIVIDAD ECONÓMICA:			
AÑOS DE EXISTENCIA DEL NEGOCIO:			
UBICACIÓN:			
CORREO ELECTRÓNICO:			
PÁGINA WEB:	Sí	<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
REDES SOCIALES:	Facebook	<input type="checkbox"/>	Instagram
	WhatsApp	<input type="checkbox"/>	Otra
<input type="checkbox"/> Otra <input type="checkbox"/>			
TELÉFONO:			
NOMBRE DEL ENCARGADO:			
CUENTA CON REGISTRO TURÍSTICO:		Sí	No
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>			
NÚMERO DE TRABAJADORES EN EL ESTABLECIMIENTO:			
Hombres:		Mujeres:	
OBSERVACIONES:			

Nota. Elaboración propia.

- **Realizar capacitaciones a los emprendedores, empresarios turísticos y la población patateña interesada.**

Las capacitaciones tienen como objetivo mejorar habilidades y dotar de herramientas que impulsen los negocios y contribuyan a mejorar la calidad y el servicio que ofrecen. Los beneficiarios son los prestadores de servicios turísticos y población interesada, tomando en cuenta que, con el auge del turismo en el cantón muchos están interesando y emprendiendo en este sector. El plan de capacitaciones debe incluir temas que son deficientes en el cantón, algunos de los mencionados por los entrevistados son: manejo económico de los emprendimientos para saber si están ganando o perdiendo, servicio al cliente y publicidad (Montero, 2022; Altamirano, 2022).

El proceso para llevar a cabo una capacitación según Chiavenato (2009) consta de cuatro etapas:

- a) El diagnóstico. - Detectar las necesidades de capacitaciones que deben ser contempladas (Chiavenato, 2009, p. 376).

Según las encuestas aplicadas a los prestadores de servicios turísticos y las entrevistas a los diferentes actores del turismo en el cantón Patate, se determina que las necesidades de capacitación son las siguientes:

- Punto de equilibrio
- Marketing digital
- Servicio al cliente

- b) El diseño. - Preparar el plan de capacitación que cubra las necesidades encontradas (Chiavenato, 2009, p. 376).

Para llevar a cabo el plan de capacitación se deben considerar los siguientes aspectos:

Tabla 35*La programación de la capacitación*

Consideraciones	Implicaciones
Quién debe ser capacitado	Personal en capacitación
Cómo capacitar	Métodos de capacitación o recursos institucionales
En qué capacitar	Asunto o contenido de la capacitación
Quién capacitará	Instructor o capacitador
Dónde se capacitará	Lugar de la capacitación
Cuándo capacitar	Época u horario de la capacitación
Para qué capacitar	Objetivos de la capacitación

Nota. Recuperado de Chiavenato, (2009, p. 380).

De acuerdo con los aspectos señalados se desarrolla el siguiente plan de capacitaciones, mismo que está sujeto a cambios según las necesidades de los beneficiarios.

Tabla 36

Plan de capacitaciones

Tema	Objetivo	Contenido	Metodología	Capacitador	Duración y Costo	Lugar
Servicio al cliente	Mejorar la experiencia de los clientes de los establecimientos turísticos para aumentar las ventas y recurrencia	<ol style="list-style-type: none"> 1. Lo que es realmente un cliente y cómo trabajar con él 2. Los 7 derechos de los clientes 3. Por qué se pierden clientes y cómo evitarlo 4. Los terribles costos de maltratar a un cliente 5. Los 7 pecados de la atención al cliente 6. Los 10 mandamientos de la atención al cliente 7. El ciclo del servicio al cliente 8. La comunicación empresarial en el servicio 9. Cómo manejar las quejas de forma productiva 10. Cómo atender y servir a clientes difíciles 11. La excelencia en la atención telefónica 	<p>Metodología activa y participativa “Aprendo haciendo” incluye lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Exposición del instructor -Reflexiones individuales -Talleres prácticos -Estudio de casos 	Liderazgo Capacitación y eventos	8 horas \$ 2 590,99	GADs parroquiales del cantón Patate

Tema	Objetivo	Contenido	Metodología	Capacitador	Duración y Costo	Lugar
Punto de equilibrio	Calcular si están generando pérdidas o ganancias en los negocios a través del punto de equilibrio	<ol style="list-style-type: none"> 1. Concepto punto de equilibrio 2. Características del Punto de equilibrio 3. Objetivos del Punto de Equilibrio 4. Conoce el punto de equilibrio de una empresa. 5. ¿Para qué sirve el punto de equilibrio? 6. ¿Cómo calcular el punto de equilibrio? 7. Análisis de los gastos del costo total, respecto a la relación funcional de las ventas y la producción 8. Clasificación de los gastos 9. Factores determinantes 10. Elementos que intervienen en su determinación. Costos Fijos Costos Variables Costo Variable unitario 11. Ventajas del Punto de Equilibrio 12. Aplicaciones del Punto de Equilibrio 	<p>Metodología activa y participativa “Aprendo haciendo” incluye lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Exposición del instructor -Reflexiones individuales -Talleres prácticos -Estudio de casos 	Liderazgo Capacitación y eventos	10 horas \$2 941,12	GADs parroquiales del cantón Patate

Tema	Objetivo	Contenido	Metodología	Capacitador	Duración y Costo	Lugar
Marketing digital	Utilizar las herramientas digitales para acercar los productos y/o servicios a los clientes	<ol style="list-style-type: none"> 1. Generar clientes en Facebook sin invertir un centavo 2. WhatsApp: transformar el teléfono móvil en una máquina de ventas 3. Messenger: automatizar el proceso de ventas con ayuda de los chatbots 4. Instagram: aumentar los seguidores y monetizarlos rápidamente 5. YouTube: hacer videos de apariencia altamente profesional sin costosos softwares y equipos 6. Crear página web y tienda virtual de forma gratuita 	<p>Metodología activa y participativa “Aprendo haciendo” incluye lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Exposición del instructor -Reflexiones individuales -Talleres prácticos -Estudio de casos 	Liderazgo Capacitación y eventos	9 horas \$2 128,00	GADs parroquiales del cantón Patate

Nota. En esta tabla se muestra el plan de capacitaciones elaborado con las proformas de capacitaciones de la empresa Liderazgo Capacitación y Eventos (2022) que se encuentra en el **Anexo 4**.

c) La implementación. - Ejecutar el plan de capacitación (Chiavenato, 2009, p. 376).

Para esta etapa es necesario definir la modalidad en la que se va a brindar la capacitación. En el caso del plan propuesto, debe ser desarrollado de manera presencial, por una parte, para lograr una mejor comprensión de los temas y facilitar la comunicación e interacción con las personas capacitadas; por otra parte, considerando que Patate es en mayor parte una zona rural, es mejor un acercamiento directo con las personas porque el acceso y conexión a internet pueden constituir un limitante. Al respecto, es importante considerar en este caso las normas de bioseguridad y aforo permitido según la disposición de las autoridades y en base a esto planificar conjuntamente con los GADs parroquiales el lugar y horario adecuado (según la disponibilidad de tiempo de los participantes de acuerdo con sus actividades económicas), de tal forma que se abarque a los diferentes sectores que conforman el cantón y se incentive la participación de los involucrados.

d) La evaluación, control y seguimiento. - Examinar los resultados obtenidos con la aplicación de las capacitaciones (Chiavenato, 2009, p. 376).

Esta etapa permite determinar si el plan de capacitaciones alcanzó los objetivos, considerando la inversión que requiere, es primordial establecer que produzca los efectos esperados. Chiavenato (2009), plantea las siguientes medidas como principales para determinar el éxito o fracaso de la capacitación:

- Costo: cuál ha sido el monto invertido en plan de capacitación.
- Calidad: qué tan bien cumplió con las expectativas.
- Servicio: satisfizo las necesidades de los participantes.
- Rapidez: qué tan bien se ajustó a los retos presentados
- Resultados: qué resultados ha tenido (p. 388).

Además, los resultados se pueden evaluar en cuatro niveles:

- La reacción mide el nivel de satisfacción de los participantes de acuerdo a su experiencia evaluando aspectos como: el método de enseñanza del instructor, si el lugar era apropiado y si recomendaría a otros.
- Lo aprendido: evaluar el nivel de aprendizaje, las nuevas habilidades y conocimientos adquiridos.
- El desempeño: evaluar la puesta en práctica de lo aprendido.
- El resultado: medir el efecto de la capacitación en las organizaciones (Chiavenato, 2009, p. 388).

Así pues, es necesario hacer un seguimiento para determinar el impacto de la capacitación, para lo cual se deben establecer indicadores que permitan determinar los cambios y progresos alcanzados.

Tabla 37

Indicadores para seguimiento de la capacitación

Tema	Objetivo	Indicador	Forma de cálculo
Servicio al Cliente	Mejorar la experiencia de los clientes de los establecimientos turísticos para aumentar las ventas y la recurrencia	Índice de satisfacción al cliente	Encuestas post venta. Comentarios e interacciones en redes sociales
Punto de Equilibrio	Calcular si están generando pérdidas o ganancias en los negocios	Control de ingresos y egresos	Registro de ingresos y egresos
Marketing Digital	Utilizar las herramientas digitales para acercar los productos y/o servicios a los clientes	Alcance e interacciones con el contenido	Información generada por las plataformas digitales

Nota: Elaboración propia.

- **Realizar una rueda de negocios virtual.**

Crear un espacio de cooperación mediante la realización de una rueda de negocios, que integre a emprendedores, asociaciones, productores, operadoras locales y otros establecimientos de productos y servicios turísticos, donde den a conocer su marca y oferta a las agencias de viaje nacionales participantes. Lo que busca esta acción es facilitar la creación de relaciones empresariales y encaminar negociaciones para que las agencias de viaje incluyan en sus paquetes productos y servicios del cantón Patate. De este modo, se puede dinamizar la integración económica de los actores involucrados.

Debido a la crisis sanitaria por el covid-19, la nueva realidad requiere mantener las normas de bioseguridad y cuidar del distanciamiento social, por esta razón es conveniente llevar a cabo este evento de manera virtual, esto a la vez permite disminuir gastos en logística y no requiere que los ofertantes y demandantes se desplacen a ningún lugar.

A continuación, se presentan las etapas para llevar a cabo la rueda de negocios virtual, que han sido adaptadas de Guía Metodológica Implementación de Ruedas de Negocios “Nosotros Emprendemos” del Ministerio de Inclusión Económica y Social, (2018) y del Manual para la Organización de Rueda de Negocios del Instituto Nacional de Económica Popular y Solidaria, (2019).

Planificación / Pre-rueda

- Realizar un cronograma de actividades y establecer un presupuesto

Tabla 38

Cronograma de actividades rueda de negocios

ACTIVIDADES	MES / DÍAS									
Identificación de oferentes (prestadores de servicios turísticos) y demandantes (agencia de viajes)										
Convocatoria a los participantes										
Selección y contratación la plataforma por la cual se desarrollará la rueda de negocios										
Capacitación pre-rueda										
Coordinación de la logística de la rueda de negocios										
Realización de la rueda de negocios										
Sistematización y evaluación de resultados										
Proceso de seguimiento										

Nota. Adaptado de Guía Metodológica. Implementación de Ruedas de Negocios “Nosotros Emprendemos” del Ministerio de Inclusión Económica y Social, 2018.

Tabla 39*Presupuesto rueda de negocios*

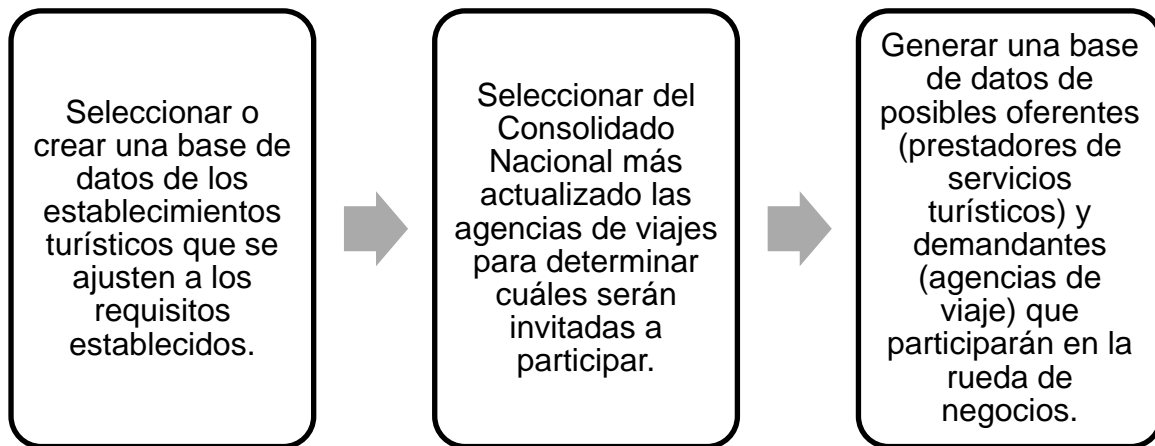
Actividad	Subactividad	Costo
Promoción y Publicidad	Difusión por redes sociales del evento	\$ 120,00
Convocatoria	Gastos de llamadas telefónicas	\$ 30,00
	Gastos de internet	\$ 25,00
Imagen gráfica y catálogo Digital	Diseñar la imagen gráfica y el catálogo digital	\$ 150,00
Capacitación	Contratar un instructor	\$ 2 000,00
Plataforma para la rueda de negocios	Contratar una plataforma para realizar la rueda de negocios	\$ 120,00
Imprevistos	Gastos imprevistos 5%	\$ 122,25
Total		\$ 2 567,25

Nota. Adaptado de Manual para la Organización de Rueda de Negocios del Instituto Nacional de Económica Popular y Solidaria, 2019.

- Identificación de oferentes y demandantes

Figura 71

Identificación de oferentes y demandantes

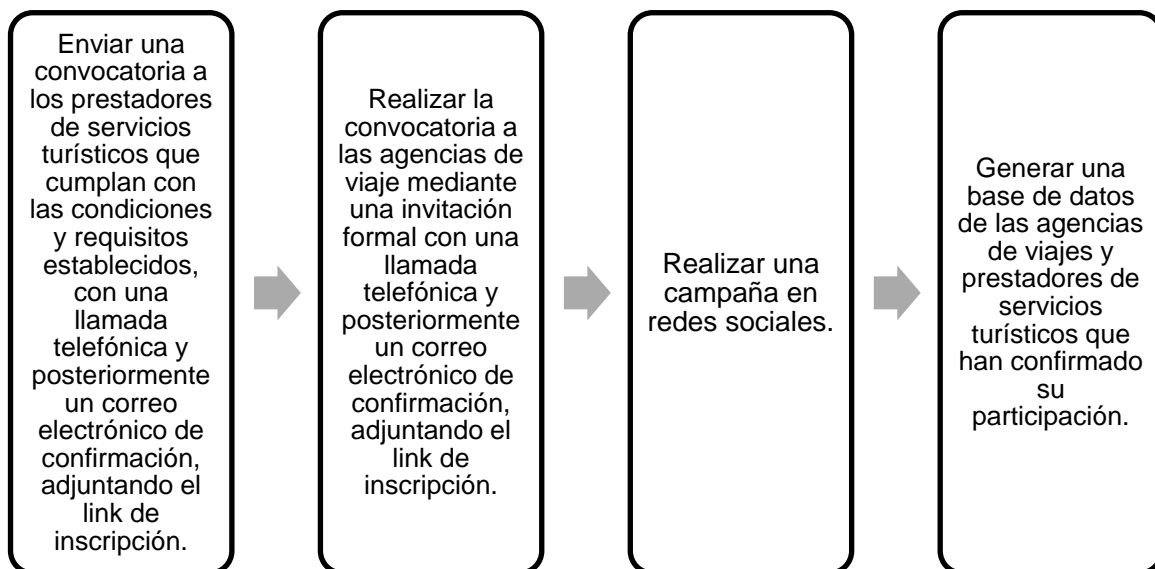


Nota. Adaptado de Manual para la Organización de Rueda de Negocios del Instituto Nacional de Económica Popular y Solidaria, 2019.

- Convocatoria a los participantes

Figura 72

Convocatoria a los participantes



Nota. Adaptado de Manual para la Organización de Rueda de Negocios del Instituto Nacional de Económica Popular y Solidaria, 2019.

- Selección de la plataforma por la cual se desarrollará la rueda de negocios

Para seleccionar la plataforma que se va utilizar se deben considerar aspectos como: número de participantes, costo, soporte, seguridad y funcionalidades. Se recomienda en caso de no disponer de un tutorial sobre el manejo del programa realizar uno, que sea didáctico y oriente a los prestadores de servicios turísticos y agencias de viaje participantes; y ponerlo a su disposición para solventar cualquier duda antes del evento.

- Capacitación pre-rueda

Los prestadores de servicios turísticos que vayan a ser parte de la rueda de negocios deben participar en un proceso de formación obligatorio con el propósito de fortalecer las capacidades de exposición y negociación de los productos y/o servicios.

Tabla 40

Capitación pre-rueda

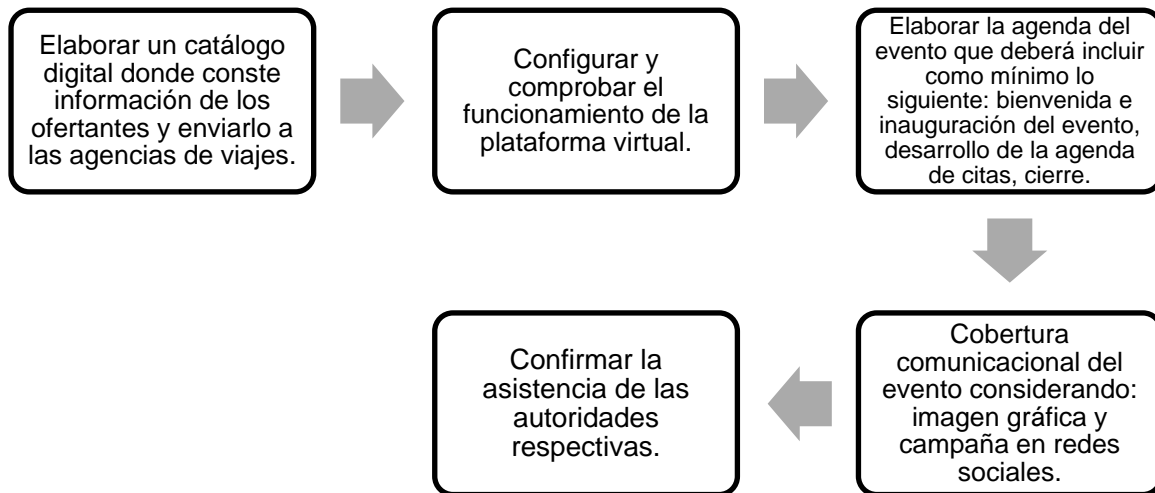
Temas para la capacitación	Metodología	Recursos	Duración	Costo
-Innovación y mejora de su producto y/o servicio -Técnicas de marketing o mercadeo -Manejo efectivo del tiempo -Manejo de la plataforma digital	Metodología activa y participativa “Aprendo haciendo” incluye lo siguiente: -Exposición del instructor -Reflexiones individuales -Talleres prácticos -Estudio de casos	Participantes Instructor Computador Plataforma para videoconferencia	8 horas	\$2 000,00

Nota. Adaptado de Manual para la Organización de Rueda de Negocios del Instituto Nacional de Económica Popular y Solidaria, 2019.

- Logística de la rueda de negocios

Figura 73

Logística de la rueda de negocios



Nota. Adaptado de Manual para la Organización de Rueda de Negocios del Instituto Nacional de Económica Popular y Solidaria, 2019.

Ejecución de la rueda de negocios

- Las reuniones tendrán una duración de entre ocho y quince minutos, durante este tiempo los participantes podrán interactuar y presentar su oferta, además se debe estimar un lapso de tiempo de dos minutos entre reunión y reunión.
- Para su intervención, los prestadores de servicios turísticos deben tener preparada la siguiente información: logotipo, fan page de Facebook y/o cuenta de Instagram, WhatsApp, correo electrónico, catálogo digital o presentación de los productos, así como la información detallada de contactos comerciales de la empresa.

Evaluación de los resultados

Para determinar el éxito de la rueda de negocios se puede utilizar la encuesta post rueda como método de evaluación, con esta información se puede realizar un informe con resultados, de este modo se puede determinar el éxito del evento y si se cumplieron o no las expectativas para proponer mejoras. Esto permite lo siguiente:

- Conocer las observaciones sobre la organización de la rueda de negocios

- Determinar las negociaciones efectivas que resultaron del evento
- Identificar las posibles negociaciones
- Identificar los factores que impidieron que no se lleven a cabo las negociaciones

Proceso de seguimiento

Del mismo modo, es importante hacer un seguimiento y acompañamiento a las posibles negociaciones generadas durante la rueda de negocios, para brindar asesoría a los prestadores de servicios en las negociaciones con las agencias de viaje.

Estrategia 2: Empoderando a la población local en la actividad turística

Objetivo: Involucrar a los patateños como anfitriones de los visitantes para que sean promotores de los atributos del cantón.

Descripción de las acciones:

- ***Crear un espacio para que los pobladores den a conocer las manifestaciones socioculturales del cantón Patate.***

Establecer un espacio de participación ciudadana, que permita difundir reseñas históricas, leyendas, anécdotas, cotidianidad, entre otras manifestaciones socio culturales del cantón Patate, donde se pueden encontrar atributos que lo hacen un lugar mágico y que son una ventaja para el turismo. Considerando que los pobladores son los protagonistas y dueños de estas expresiones, lo idóneo es que, sean ellos quienes den a conocer al mundo, revalorizando su cultura para que no se pierda en el tiempo y más bien exista un registro para las actuales y futuras generaciones. Para compartir estas manifestaciones socioculturales se puede aprovechar las tecnologías de información y comunicación como son: redes sociales, blog, páginas web, entre otros, en donde se puede postear contenido creado por los pobladores.

Al respecto, Patate dispone de cuentas en Facebook (Patate Turismo y/o Comité Ciudadano Patate Pueblo Mágico) enfocadas en resaltar la parte sociocultural y turística,

estas pueden ser utilizadas para publicar el contenido multimedia creado por los pobladores, el cual debe ser original, llamativo y sugerente. Además, deberá pasar por una revisión para verificar que está acorde a lo que se quiere proyectar del cantón. Para incentivar la participación y la generación de contenido se puede gestionar convenios con los prestadores de servicios turísticos para que se premie al mejor, de acuerdo al alcance en: cantidad de reacciones y número de veces compartido. Los premios pueden incluir descuentos o gratuidades en productos y servicios. Los prestadores auspiciantes también se verán beneficiados al ser promocionados en dichas publicaciones.

Es importante mencionar que, las características del contenido como calidad y forma de presentar la información despiertan el interés para conocer algún lugar, por lo tanto, este debe contar con dichas características para así favorecer al turismo y contribuir a la promoción de la marca Patate Pueblo Mágico y que a su vez los patateños se empoderen de esta.

Figura 74

Campaña para la creación del contenido



Nota. Elaboración propia.

- ***Planificar una agenda mensual de los Domingos Mágicos que incluya a todas las parroquias.***

Los Domingos Mágicos es un programa que se realizaba desde el 31 de octubre hasta el mes de diciembre de 2021 los días domingos en el Parque Central Simón Bolívar, y/o en el Parque Infantil y en el Centro de Comercialización del Valle, ubicados en la parroquia La Matriz, con el fin de fortalecer el ámbito cultural del cantón. Se presentaban: shows de danza, música y teatro, entre otros; convirtiéndose en un atractivo más para los turistas, aunque se suspendió por la crisis sanitaria y otros temas. El Ing. Medina, Técnico de la Unidad de Turismo en la entrevista mencionó que se planea retomar este proyecto. Al respecto, resulta importante tener en cuenta ampliar la programación hacia las demás parroquias del cantón como son: Los Andes, El Triunfo y El Sucre, para de este modo llevar a los turistas más allá del centro y del parque.

Se puede coordinar con los GADs parroquiales para acompañar con ferias, donde se oferte la gastronomía, artesanías, plantas y otros productos propios de cada zona; asimismo incluir en los shows los aspectos más representativos de cada parroquia. De forma que, la nueva edición de los Domingos Mágicos incluya actividades que resalten y den a conocer las manifestaciones socioculturales que lo hacen un pueblo mágico, a la vez que involucren a todo el cantón. Además, se deben mantener las medidas de bioseguridad preventivas y realizar la programación en espacios abiertos. Cabe destacar que este programa ya se venía trabajando y está contemplado dentro del presupuesto que maneja el GAD Municipal de Patate.

Para la difusión del evento se debe mantener la campaña por redes sociales y ampliarla con la ayuda de los prestadores de servicios turísticos, para que ellos compartan en sus fan pages la programación y así tener mayor alcance. También con la ayuda de los guardianes seguros (personas que ayudan a estacionar y cuidan los vehículos) se informaría de la programación a los visitantes.

Tabla 41

Planificación Agenda Domingos Mágicos

Fecha	Parroquia	Responsables	Lugar	Aspectos destacados del lugar
Primer domingo del mes	La Matriz	Unidad de Turismo	Parque Central Simón Bolívar	La Historia del Señor del Terremoto
Segundo domingo del mes	El Sucre	GAD parroquial El Sucre en coordinación con la Unidad de Turismo	Centro Cultural Urku Kuri	Descendiente de la cultura Puruhá y Panzaleo
Tercer domingo del mes	Los Andes	GAD parroquial Los Andes en coordinación con la Unidad de Turismo	Canchas de uso Múltiple del Centro Parroquial Los Andes	Producción de los Duraznos
Cuarto domingo del mes	El Triunfo	GAD parroquial El Triunfo en coordinación la Unidad de Turismo	Estadio Parroquial	Producción de vinos y lácteos

Nota. Elaboración propia.

Estrategia 3: Reduciendo la huella del turismo

Objetivo: Fomentar en los visitantes el cuidado del medio ambiente mediante acciones que los motive a reducir el impacto ambiental.

Descripción de las acciones:

- **Crear una campaña que invite a los turistas al cuidado del medio ambiente.**

Crear una campaña denominada Reduciendo la Huella del Turismo, con el propósito de concientizar y fomentar en los turistas el cuidado del medio ambiente, debido a que la actividad turística está creciendo en el cantón, también está aumentado el ruido y la contaminación ambiental, así lo confirman las encuestas y entrevistas realizadas. La campaña será difundida por las redes sociales oficiales del cantón, además se debe incluir y hacer partícipes a los prestadores de servicios turísticos para que compartan en las fan

pages. La publicación incluirá frases alusivas al cuidado del medio ambiente y deberá ser posteada los viernes y/o los días antes de los feriados, debido a que, son estos días cuando se registra mayor afluencia de visitantes.

Figura 75

Campaña ambiental Reduciendo la Huella del Turismo



Nota. Elaboración propia.

- **Entregar fundas biodegradables para un manejo responsable de los residuos.**

Uno de los mayores problemas ambientales es la generación de basura y sumado a esto existe un aumento de desechos infecciosos debido a la crisis sanitaria. En tal sentido, el Sr. Montero, presidente del Comité Ciudadano Pueblo Mágico en la entrevista mencionó que en ciertos atractivos se estaban entregando fundas plásticas a los turistas para la recolección de su basura. Sin embargo, aún hay mucho por hacer y para empezar se debe replicar esta medida en el resto del cantón, pero utilizando fundas biodegradables que lleven impreso un mensaje de concientización a los turistas. Estas fundas están elaboradas a base de polímeros, mismos que facilitan su degradación, actualmente estas son una alternativa sostenible a las fundas plásticas comunes.

En la campaña Reduciendo la Huella del Turismo mencionada anteriormente se debe informar sobre esta iniciativa y motivar a los turistas para que soliciten la funda, la cual será entregada en la entrada a los atractivos y en el parque central, siendo este último un punto clave, donde los guardianes seguros (personas que ayudan a estacionar y cuidan los vehículos) serían los encargados de proporcionar las fundas.

Tabla 42

Presupuesto de las fundas biodegradables

Unidad	Producto	Precio Unitario	Subtotal
13 000	Funda tipo camiseta impresión una cara/ un color 22x45x14 25 micras	\$ 0,1414	\$1 838,20
1	Cirel	\$100, 0000	\$ 100, 00
		SUBTOTAL	\$1 938,20
		IVA	\$ 232,58
		TOTAL	\$2 170,78

Nota. Cotización Fundas Biodegradables Empresa Biodegradables Ecuador.

Figura 76

Modelos de fundas biodegradables de almidón de maíz



Nota. Elaboración propia.

Estrategia 4: Impulsando a los turistas como embajadores de Patate

Objetivo: Promover la interacción de los turistas con la marca Patate Pueblo Mágico empleando herramientas digitales en tendencia.

Descripción de las acciones:

- **Crear espacios para que los turistas compartan sus experiencias para promover turísticamente a Patate.**

Definir espacios de participación para los visitantes, de tal forma que se conviertan en los promotores del cantón al compartir con otras personas sus experiencias, vivencias, emociones, aventuras, entre otros aspectos. Esto permite potencializar turísticamente a Patate, a la vez que se crea un vínculo con los turistas y genera publicidad boca en boca; para ello se puede aprovechar las plataformas digitales que están en auge y tienen gran alcance como es el caso de las redes sociales, donde el contenido que se comparte puede despertar el interés para visitar un lugar.

Aprovechando que Patate tiene la designación como primer Destino Fototurístico del Ecuador desde el 23 de julio de 2021, se puede crear un concurso mediante las redes sociales denominado ¡Yo ya visité Patate y tú qué esperas! para motivar a los turistas que compartan en las páginas oficiales de Facebook del cantón (Patate Turismo y/o Comité Ciudadano Patate Pueblo Mágico) sus fotografías tomadas en Patate. Las publicaciones más compartidas en la semana serán premiadas. Los premios se pueden gestionar con los prestadores de servicios turísticos para ofrecer descuentos o gratuidades en productos y servicios, de esta forma además se promociona a los establecimientos y se motiva a los turistas para volver.

Figura 77

Campaña ¡Yo ya visité Patate y tú qué esperas!

PUEBLOS MÁGICOS PATATE ECUADOR

¡Yo ya visité Patate y tú qué esperas!

¿Quieres ganar?

PREMIO
y AUSPICIANTE

1. Comparte tu mejor foto de Patate en nuestra página oficial
2. Usa los hashtags
#YoYaVisitePatate #PatateEsTurismo #PatatePuebloMagico

La foto más veces compartida será la ganadora
Cada semana se escogerá un ganador

Nota. Elaboración propia.

- **Incentivar la interacción de los turistas con la marca Patate Pueblo Mágico.**

Actualmente parte de la experiencia de turista incluye la interacción con el destino en las plataformas digitales. Debido a esto, para captar y retener a los turistas y convertirlos en embajadores de la marca Patate Pueblo Mágico, es clave crear una relación positiva. Por lo tanto, es importante llevar a cabo acciones novedosas que conecten con ellos de forma significativa. Hoy en día, las redes sociales permiten a los destinos estar conectados y preparados para interactuar con los turistas, aprovechándose las funcionalidades para incentivar su participación activa.

En las aplicaciones y herramientas disponibles en la web se pueden crear efectos personalizados para Facebook e Instagram de la marca Patate Pueblo Mágico para que los

turistas los utilicen en sus historias al tomar fotografías o grabar videos durante su visita, como se muestra en la **Figura 78**. Asimismo, las aplicaciones permiten descargar este contenido multimedia y almacenarlo en el dispositivo. Estos efectos se pueden realizar sin ningún costo adicional en la aplicación Spark AR Studio, donde se genera un link, mismo que puede ser compartido en las fan pages de Facebook para que los turistas puedan acceder al efecto y en Instagram en la sección de historias, al buscar Patate Pueblo Mágico.

- Link del efecto para Facebook:

<https://www.facebook.com/fbcameraeffects/tryit/4887591827955646/>

- Link del efecto para Instagram:

<https://www.instagram.com/ar/4887591827955646/>

Figura 78

Efecto personalizado con la marca Patate Pueblo Mágico



Nota. Elaboración propia.

Presupuesto

Tabla 43

Presupuesto

Estrategias	Acciones	Fuentes de Financiamiento	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
	Levantar información de los prestadores de servicios turísticos del cantón	Presupuesto anual del GAD Municipal de Patate	Censar a los prestadores de servicios turísticos	-	-
Dinamizar la integración económica de los actores del turismo	Realizar capacitaciones a los emprendedores, empresarios turísticos y la población patateña	Presupuesto anual del GAD Municipal de Patate y apoyo del GAD Provincial de Tungurahua	• Curso de Capacitación Servicio al cliente	\$2 590,99	
			• Curso de capacitación de Punto de Equilibrio	\$2 941,12	\$7 660,11
			• Curso de capacitación de Marketing Digital	\$2 128,00	
	Realizar una rueda de negocios virtual	Presupuesto anual del GAD Municipal de Patate	Presupuesto de la rueda de negocios (Tabla 39)		\$2 567,25
Empoderando a la población local en la actividad turística	Crear un espacio para que los pobladores den a conocer las manifestaciones socioculturales del cantón Patate	Presupuesto anual del GAD Municipal de Patate	Campaña en redes sociales	-	-

Estrategias	Acciones	Fuentes de Financiamiento	Detalle	Costo Unitario	Costo Total
	Planificar una agenda mensual de los Domingos Mágicos que incluya a todas las parroquias	Presupuesto anual del GAD Municipal de Patate	Agenda mensual	\$ 150,00	\$ 150,00
Reduciendo la huella del turismo	Crear una campaña en redes sociales invitando a los turistas al cuidado del medio ambiente	Presupuesto anual del GAD Municipal de Patate	Campaña en redes sociales	-	-
	Entregar fundas biodegradables para un manejo responsable de los residuos	Presupuesto anual del GAD Municipal de Patate	13 000 fundas biodegradables	-	\$2 170,78
Impulsando a los turistas como embajadores de Patate	Crear espacios para que los turistas compartan sus experiencias para promover turísticamente a Patate	Presupuesto anual del GAD Municipal de Patate	Campaña en redes sociales	\$ 150,00	\$ 150,00
	Incentivar la interacción de los turistas con la marca Patate Pueblo Mágico	Presupuesto anual del GAD Municipal de Patate	Aplicación Spark AR Studio	-	-
				Total	\$12 698,14

Nota. Elaboración propia.

Justificación del presupuesto

La **Tabla 43** muestra el presupuesto asignado a cada acción, mismo que fue establecido en función de los precios promedio de las actividades, recursos y servicios requeridos; y también en base a algunas cotizaciones. En efecto, para implementar estas estrategias se requiere una inversión de \$ 12 698,14. De modo que, para el financiamiento se precisa del presupuesto anual del GAD Municipal de Patate, así como del apoyo del Gobierno Provincial según sus competencias.

Cabe recalcar que, en las acciones sugeridas, se presentan algunas que pueden ser viables sin necesidad de gran presupuesto, como son las campañas utilizando las redes sociales en las que se puede buscar el apoyo de la comunidad para la difusión del contenido y así tener mayor alcance. Mientras que, otras acciones contemplan un presupuesto mayor, tal es el caso de las capacitaciones y la rueda de negocios porque requieren de mayor logística, tiempo, capacitadores entre otros recursos. Con respecto a la rueda de negocios se puede financiar una parte con un rubro por concepto de inscripción de los prestadores de servicios turísticos participantes. Así pues, se debe considerar que con la inversión realizada en las estrategias propuestas se espera generar un rendimiento a futuro con el propósito dinamizar el turismo en el cantón Patate.

Restricciones presentadas en la realización del proyecto de investigación

A lo largo del desarrollo de la presente investigación surgieron algunas restricciones que dificultaron su avance oportuno. Por una parte, hubo inconvenientes para acceder a la información de los prestadores de servicios turísticos, pues no todos tienen registro turístico o están contemplados en las bases de datos oficiales, por lo que algunos no fueron incluidos en la investigación. Igualmente, los datos acerca del número de visitantes que llega al cantón Patate están desactualizados a excepción de los datos de los días de la fiesta del Señor del Terremoto, que corresponden a la temporada alta y podrían no reflejar lo que ocurre el resto del año. Por otra parte, se redefinió la metodología a seguir para la recolección de datos acorde a la nueva normalidad, para así poder acceder a las fuentes de la información debido a la crisis sanitaria ocasionada por el virus covid-19 y las variantes que derivan de este, que mantiene a la sociedad con ciertas medidas restrictivas.

Al momento de llevar a cabo la aplicación de los instrumentos de investigación, específicamente en la encuesta a los pobladores surgieron limitaciones debido a que en un inicio se consideró la aplicación en línea, pero no tuvo gran alcance por lo que se procedió a realizarlas in situ, sin embargo, varias personas evitaban el acercamiento físico y se abstuvieron de contestar el cuestionario. En vista que, apareció la variante ómicron, alertando nuevamente a la población debido a su rapidez de contagio e incluso el cantón Patate se vio afectado considerablemente y estuvo en semáforo rojo. Y en un caso específico, una de las personas consideradas para la entrevista estaba contagiada de covid-19 y tenía dificultades para acceder al servicio de internet por lo que se contactó a otra persona.

Conclusiones

- En esta investigación se tomaron como soporte: la Teoría de Desarrollo Sostenible y del Intercambio Social, que sustentan el estudio socioeconómico referente a la actividad turística; pues abordan las dimensiones: económicas, social y ambiental, con mira en los costos y beneficios. Dichos factores deben desenvolverse equilibradamente para así establecer a la actividad turística como parte significativa y fortalecedora del tejido sociocultural.
- Con el diagnóstico macro y micro, la aplicación y análisis tanto de entrevistas (autoridades y personas representativas en el ámbito turístico) como de encuestas (a la población local, prestadores de servicios turísticos y potenciales visitantes), se obtuvo una perspectiva amplia de la situación actual del cantón Patate además de contraponer los diferentes puntos de vista. En general, se constató que en ocasiones se subestiman los aspectos negativos frente a los beneficios especialmente económicos que produce el turismo.
- En el cantón Patate, se determinaron como impactos económicos positivos a raíz de la actividad turística: la generación de oportunidades de empleo y más negocio para la población local y para las pequeñas y medianas empresas; sin embargo, algunos manifestaron que el beneficio es para un reducido número de personas, lo cual se considera como negativo.
- Como impactos sociales positivos en el cantón Patate figuran la contribución del turismo a generar espacios y eventos para los residentes; mejorar las infraestructuras públicas que son de beneficio común tanto para los turistas como para los pobladores; asimismo, las oportunidades laborales que brinda a jóvenes y mujeres. Por contraparte, como negativo: las aglomeraciones en el parque y sus alrededores los fines de semana y feriados y el aumento de comerciantes informales.

- Se estimaron como positivos los impactos culturales generados por el turismo, por su valioso aporte a la identidad local y a la preservación e intercambio cultural. Pese a que en el cuestionario se contemplaron ítems negativos, el porcentaje de respuestas no fue tan significativo como para considerar que se dan en el cantón Patate, esto responde a que la actividad turística está en crecimiento, pero se debe tener en cuenta que con el tiempo pueden surgir afectaciones.
- En el cantón Patate se establecen como impactos ambientales positivos a causa del turismo: fomento para la creación de áreas protegidas, uso de productos orgánicos y protección del líquido vital. Por contraparte, a veces produce daños o modificaciones en el entorno natural y es importante considerar que este problema puede agravarse con el transcurso del tiempo. Asimismo, el aumento del ruido y la contaminación ambiental especialmente en el centro los fines de semana y feriados. Y en vista de que esto no sucede a diario hay quienes le restan importancia a este problema.
- A partir de la discusión de resultados, donde se detectaron los impactos producidos a causa de la actividad turística en el cantón Patate; se diseñó la propuesta. Esta incluye estrategias con una visión integral, es decir, direccionadas a cada dimensión de la sostenibilidad, a fin de dinamizar el turismo. En definitiva, las estrategias integran un conjunto de acciones que aprovechan los recursos y herramientas disponibles y buscan el fortalecimiento empresarial, la participación local, el cuidado del medio ambiente y la interacción con los turistas.
- Con la investigación se estableció que las nuevas tendencias de los turistas en tiempos de covid-19 se han convertido en una oportunidad para Patate. En el “Valle de la Eterna Primavera” el turismo se está reactivando y va en crecimiento, a la vez que contribuye a otros sectores, pues se está replanteando la actividad turística para aprovechar los atributos y características del cantón, de modo que surgen nuevas iniciativas y se despierta el interés de la población local por participar del turismo.

Recomendaciones

- Se recomienda que, en las mesas de trabajo en pro del turismo, los portavoces de los diferentes actores involucrados (prestadores de servicios turísticos, asociaciones y gremios relacionados al turismo) representen a la mayor parte posible para que su labor sea efectiva, asimismo, es importante mantener un acercamiento constante e invitar a quienes aún no forman parte.
- Se recomienda tomar medidas para controlar la congestión vehicular que se da especialmente los fines de semana y feriados en la parte céntrica, debido a que produce: ruido, smog y basura que perjudican al ambiente también afectan a los atractivos de esta zona, al desarrollo de las actividades, generan malestar en la ciudadanía e impactan a la imagen del cantón. Como consecuencia, esto no contribuye al desarrollo sostenible de Patate.
- Es recomendable llevar un registro del número de visitantes que llegan al cantón, para esto se debe trabajar de forma coordinada con los prestadores de servicios turísticos, esta información es de gran utilidad para generar estadísticas, hacer proyecciones, comparaciones y trabajar en función de ello, además que es de interés para las investigaciones y permiten proponer nuevas estrategias.
- Se recomienda tomar en consideración los gustos y preferencias de la demanda potencial que se presentan en este estudio, para desarrollar acciones a fin captar su interés e incentivar su visita al cantón. En tal sentido, se deben utilizar los medios de comunicación priorizados por los visitantes para potencializar las diferentes modalidades de turismo del cantón.
- Se deben considerar las estrategias propuestas porque fueron planteadas tomando en cuenta los aspectos: económico, sociocultural y ambiental, así como a los diferentes actores del cantón (prestadores de servicios turísticos, población local, visitantes, unidad

de turismo y comité ciudadano Pueblo Mágico). De modo que, su aplicación supone un aporte a la dinamización turística.

- Se recomienda realizar investigaciones sobre la capacidad de carga, en vista de que el turismo está en auge en el cantón Patate, esto resulta necesario para evitar la degradación de los atractivos y recursos tanto naturales como culturales. Puesto que, si el aumento de la afluencia de turistas se da de manera irresponsable, descoordinada y sin control produce el deterioro del lugar, así se ha evidenciado en ciertos destinos turísticos.
- Se recomienda, después de un tiempo hacer una investigación sobre el impacto que ha tenido la denominación de Pueblo Mágico en el cantón Patate, para determinar los resultados y cambios producidos tomando en cuenta el punto de vista de todos los actores: autoridades, población, prestadores de servicios turísticos, comité ciudadano y turistas.

Referencias Bibliográficas

- Altamirano, F. (18 de enero del 2022). Impactos socioeconómicos del turismo en el cantón Patate. (D. Ortega y P. Chicaiza, Entrevistadores)
- Arias, F. (2006). *El Proyecto de Investigación. Introducción a la metodología científica*. Editorial Episteme.
https://www.researchgate.net/publication/273441897_El_Proyecto_de_Investigacion_Introduccion_a_la_metodologia_cientifica_5ta_Edicion_Premio_Nacional_2006
- Aróstegui, D. (14 de enero del 2022). Impactos socioeconómicos del turismo en el cantón Patate. (D. Ortega y P. Chicaiza, Entrevistadores)
- Artaraz, M. (2002). *Teoría de las tres dimensiones de desarrollo sostenible. Ecosistemas* 2002/2. <http://www.aeet.org/ecosistemas/022/informe1.htm>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2021). *Constitución de la República del Ecuador 2008*.
https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- Ayuso, S. (2013). *GESTIÓN SOSTENIBLE EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA. Retórica y práctica en el sector hotelero español*.
<https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/4954/sas1de4.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación* (Tercera ed.). PEARSON EDUCACIÓN.
- Bien, A. (2004). *Una Guía Simple Sobre Certificación de Turismo Sostenible Y Ecoturismo*.
<https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Una-gu%C3%ADa-simple-para-la-certificaci%C3%B3n-del-turismo-sostenible-y-el-ecoturismo.pdf>
- Boisier, S. (2005) *¿Hay espacio para el Desarrollo Local en la Globalización?* En
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11068/1/086047062_es.pdf

Borrego del Pino, S. (2008). *ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA E INFERENCIAL*.

https://archivos.csif.es/archivos/andalucia/ensenanza/revistas/csicsif/revista/pdf/Numero_13/SILVIA_BORREGO_2.pdf

Cañero, P. (2018). *Impactos del turismo comunitario y sostenibilidad en comunidades rurales de Puerto Plata (República Dominicana). Un análisis de la percepción de los residentes.*

<https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/16677/2018000001781.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Carvajal, S. (2020). *Impactos socioeconómicos y medio ambientales del turismo en España.*

DOI: <http://dx.doi.org/10.5209/OBMD.73171>

Carranza, L. (06 de enero del 2022). Impactos socioeconómicos del turismo en el cantón

Patate. (D. Ortega y P. Chicaiza, Entrevistadores)

Centty, D. (2006). *Manual Metodológico para el Investigador Científico. San Agustín, Arequipa,*

Perú: Nuevo Mundo. doi: ISBN-13: 978-84-693-6120-7

Centro de Fomento e Innovación Turística de Tungurahua, 2020, p. 5). *Estudio Covid-19 en el Turismo.*

https://www.tungurahua.gob.ec/images/Turismo_documentos_covid/Centro_de_Fomento_e_Innovacion_turstica-COVID_19.pdf?fbclid=IwAR3X3tNoNWinLk7IAyIpcLadiCcliu_uJMRaoY94nxB5qD00nj5En59FLv8

Chiavenato, I. (2009). *Gestión del Talento Humano*. McGraw-Hill

<https://jgestiondeltalentohumano.files.wordpress.com/2013/11/gestion-del-talento-humano-idalberto-chiavenato-3th.pdf>

Congreso Nacional. (2014). *Ley de Turismo*. [https://www.turismo.gob.ec/wp-](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf)

[content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf)

- COOTAD. (2020). *CÓDIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, COOTAD*.
https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/01/COOTAD_act_dic-2020.pdf
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades sobre Metodología de la Investigación*. México: Universidad Autónoma del Carmen. Recuperado de
https://www.unacar.mx/contenido/gaceta/ediciones/metodologia_investigacion.pdf
- Chiriboga, D., Castro, H., Patiño, D., Tapia, F. & Chiriboga, T. (2018). *Estrategias de dinamización turístico cultural: caso de estudio Santiago de Píllaro*. Siembra, 5(1), 079–096. <https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1429>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M., (2013). *La entrevista, recurso flexible y dinámico*. *Investigación en educación médica*, 2(7), 162-167. Recuperado de
http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009&lng=es&tlng=es
- Elkintong, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century*. Capstone.
- Dirección de Turismo de Tungurahua. (2011). *Guía Turística de Patate*.
<https://patate.gob.ec/informes-auditorias/turismo/167-guia-turistica-patate/file.html>
- El Universo. (2021a). *Tungurahua presentó una campaña para impulsar el turismo en la provincia*. <https://www.eluniverso.com/noticias/ecuador/tungurahua-presento-campana-para-impulsar-turismo-en-la-provincia-nota/>
- El Universo. (2021b). *Patate es el destino más fotogénico del Ecuador*.
<https://www.eluniverso.com/larevista/turismo/patate-es-el-destino-mas-fotogenico-del-ecuador-nota/>
- Eusébio, E., Kastenholz, E., & Breda, Z., (2014). *Tourism and sustainable development of rural destinations: A stakeholders view*. <http://www.apdr.pt/siterper/numeros/RPER36/36.2.pdf>
- Escudero, C. & Cortez, L. (2018): *Técnicas y métodos cualitativos para la investigación científica*. Editorial UTMACH.

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/12501/1/Tecnicas-y-MetodoscualitativosParaInvestigacionCientifica.pdf>

Fernández, J. (2015). *EL TURISMO SOSTENIBLE EN ESPAÑA: ANÁLISIS DE LOS PLANES ESTRATÉGICOS DE SOSTENIBILIDAD EN EL ÁMBITO LOCAL.*

<https://core.ac.uk/download/pdf/61914699.pdf>

Ferrandis, A. (2016). *A PROPÓSITO DEL DESARROLLO SOSTENIBLE: ORIGEN, EVOLUCIÓN Y TEORÍAS ALTERNATIVAS.*

<https://roderic.uv.es/bitstream/handle/10550/54048/5504123.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Flores, D., Barroso, M. (2012). *El turismo como estrategia de desarrollo rural sostenible. Los parques naturales andaluces.* Revista De Estudios Empresariales. Segunda Época, (1).

<https://revistaselectronicas.ujaen.es/index.php/REE/article/view/649>

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Patate. (2018). *Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate 2018-2022.*

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Patate. (2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2019-2023.*

Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Patate. (2021). *CONSORCIO GEOPARQUE VOLCÁN TUNGURAHUA.*

Gobierno de México. (2019). *Pueblos mágicos.* <http://www.sectur.gob.mx/gobmx/pueblos-magicos/>

Gobierno Provincial de Tungurahua. (2019). *Agenda Tungurahua 2019-2021.*

https://www.tungurahua.gob.ec/images/archivos/transparencia/2020/Agenda_Tungurahu_a2019-2021.pdf

Gobierno Provincial de Tungurahua. (2015). *PDyOT HGPT Alineado TUNGURAHUA.*

Gómez, C. (2017). *EL DESARROLLO SOSTENIBLE: CONCEPTOS BÁSICOS, ALCANCE Y CRITERIOS PARA SU EVALUACIÓN*.

<http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Havana/pdf/Cap3.pdf>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). Ciudad de México, México: Mc Graw – Hill

Instituto Nacional de Económica Popular y Solidaria. (2019). *Manual para la Organización de Rueda de Negocios*.

<http://apps.ieps.gob.ec/Generador/archivos/2019/11/3/IEPS%20Manual%20para%20organizaci%C3%B3n%20de%20ruedas%20de%20negocio.pdf>

La Hora, (2019). *Patate vive sus fiestas de cantonización*.

<https://www.lahora.com.ec/noticias/patate-vive-sus-fiestas-de-cantonizacion/>

Lalangui, J., Espinoza, C., & Pérez, M. (2017). *Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo*.

<http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>

Lara, M. (2013). *LA TRIPLE LÍNEA DE BASE EL INICIO DE UNA NUEVA ERA EN LA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS*

<http://pucedspace.puce.edu.ec/bitstream/handle/23000/508/La%20triple%20linea%20de%20base%20el%20inicio%20de%20una%20nueva%20era%202013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Living Ecuador Travel. (2021). *Miradores del volcán Tungurahua*.

livingecuadortravel.com/miradores-volcan-tungurahua/?fbclid=IwAR0cMmfLTcRGKsAqasm-o4S7sgeZgu0SMaXYtzSR4ERv61Mvs5TjHbodsAg

Linares, H., & Morales, G. (2014). *Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo*. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 12(2),453-466. ISSN: 1695-7121. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88130205003>

- López, A. & Esteban, J. (2010). *El turismo sostenible como dinamizador local*.
<https://revistas.ucm.es/index.php/OBMD/article/view/OBMD1010110109A>
- Lucero, G., Cunalata, A., Maldonado, P. (2020). *Turismo y COVID-19: Problemas socioeconómicos y ambientales en Ecuador*. *Green World Journal*, 3(3), 17.
<https://doi.org/https://www.greenworldjournal.com/doi-027-gwj-2020>
- MAATE. (2021). *5844 habitantes se benefician con la declaración del Área de Protección Hídrica San Jorge de Patate*. <https://www.ambiente.gob.ec/5844-habitantes-se-benefician-con-la-declaracion-del-area-de-proteccion-hidrica-san-jorge-de-patate/>
- Martínez, V. (2013). *Métodos, técnicas e instrumentos de investigación*.
https://decimobenedikta2019.webnode.com.co/_files/200000019-221b523164/Metodos_tecnicas_e_instrumentos_de_inves.pdf
- Medina, D. (14 de enero del 2022). Impactos socioeconómicos del turismo en el cantón Patate.
(D. Ortega y P. Chicaiza, Entrevistadores)
- Mejía, T. (2019). *Lifeder*. Recuperado de <https://www.lifeder.com/investigacion-descriptiva/>
- Ministerio de Inclusión Económica y Social. (2018). *Guía Metodológica Implementación de Ruedas de Negocios “Nosotros Emprendemos”*. <https://www.inclusion.gob.ec/wp-content/uploads/2019/09/METODOLOGIA-RUEDA-DE-NEGOCIOS.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Ministra de Turismo certifica que Patate cumple con requisitos para ser Pueblo Mágico*. <https://www.turismo.gob.ec/ministra-de-turismo-certifica-que-patate-cumple-con-requisitos-para-ser-pueblo-magico/>
- Ministerio de Turismo. (2020a). *BASES PARA LA CONVOCATORIA AL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS ECUADOR 2020*.
<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/PueblosMagicos/Bases-de-la-convocatoria-Pueblos-Magicos-Ecuador.pdf>
- Ministerio de Turismo. (2020b). *GUÍA DOCUMENTAL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS ECUADOR - 4 MUNDOS 2020*.

<https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/PueblosMagicos/Guia-documental-pueblos-magis-Ecuador.pdf>

Ministerio de Turismo. (2020c). *INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS*

2020. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-2020.pdf>

Miranda, T., Suset, A., Cruz, A., Machado, H., & Campos, M. (2007). *El Desarrollo sostenible.*

Perspectivas y enfoques en una nueva época. Pastos y Forrajes, 30(2),191-204. ISSN: 0864-0394. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=269119703001>

Montero, M. (14 de enero del 2022). Impactos socioeconómicos del turismo en el cantón Patate.

(D. Ortega y P. Chicaiza, Entrevistadores)

Morales, G. & Hernández, J. (2011). *LOS STAKEHOLDERS DEL TURISMO.*

<https://www.redalyc.org/pdf/3887/388743867081.pdf>

Mur, M. (2020). *Situación del empleo después de la crisis.* En F. Bauzá, F. Melgosa, L. Rondón,

L. Troitiño y C. Mulet (Eds.). *Turismo post COVID-19: el turismo después de la pandemia global, análisis, perspectivas y vías de recuperación.* Ediciones Universidad de

Salamanca. (p. 285) <https://eusal.es/index.php/eusal/catalog/view/978-84-1311-461-3/5558/6275-1>

Parlamento Europeo. (2021). *Economía circular: definición, importancia y beneficios.*

<https://www.europarl.europa.eu/news/es/headlines/economy/20151201STO05603/economia-circular-definicion-importancia-y-beneficios>

Pérez de las Heras, M. (2004) *Manual del Turismo Sostenible.* Ed.: Mundi-prensa, Madrid.

PROCASUR. (2011). *Manejo de Turismo Comunitario-Ecuador.*

<https://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario->

[Ecuador%20\(Documento%20Tem%23U00e1tico\)%202011%2011%2020.pdf](https://procasur.org/americalatina/images/Generingreso/1.%20Manejo%20del%20Turismo%20Comunitario-Ecuador%20(Documento%20Tem%23U00e1tico)%202011%2011%2020.pdf)

- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2021). *Objetivos de Desarrollo Sostenible*. <https://www1.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals/background.html>
- Observatorio Económico y Social de Tungurahua. (2020). *Sector Turístico Ecuador: Alojamiento y Servicios de Comida*. Recuperado de <https://blogs.cedia.org.ec/obest/wp-content/uploads/sites/7/2020/06/Turismo-en-Ecuador-Alojamiento-y-servicios-de-comida.pdf>
- OMT. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- OMT. (2020a). *APOYO AL EMPLEO Y A LA ECONOMÍA A TRAVÉS DE LOS VIAJES Y EL TURISMO Llamamiento a la acción para mitigar el impacto socioeconómico de la COVID-19 y acelerar la recuperación* https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/COVID19_Recommendations_ES.pdf
- OMT. (2020b). *LA OMT LANZA UN LLAMAMIENTO A LA ACCIÓN PARA LA MITIGACIÓN DEL IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL TURISMO Y LA RECUPERACIÓN DEL SECTOR* <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-04/200401%20-%20Call%20for%20Action%20for%20Tourism%E2%80%99s%20COVID-19%20ES.pdf>
- ONU. (2019). *La Agenda para el Desarrollo Sostenible - Desarrollo Sostenible*. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/development-agenda/>
- ONU. (2020). *Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo*. https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_spanish.pdf
- Orgaz, M. & Moral, F. (2015). *La teoría del intercambio social como mecanismo para el desarrollo del turismo comunitario*. Una revisión de la literatura. <https://www.eumed.net/rev/turydes/19/desarrollo.html>

- Quinteros, J. (2004). *Los impactos económicos, socioculturales y medioambientales del turismo y sus vínculos con el turismo sostenible*. ISSN: 1133-8741.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1180522>
- Ramos, J. (2012). "PROPUESTA DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD ZAPOTE DE PICACHOS, MUNICIPIO DE TEPIC, NAYARIT, A TRAVÉS DE UN PROYECTO ETNOTURÍSTICO" <https://www.eumed.net/libros-gratis/ciencia/2012/8/indice.htm>
- Ramón, J. (2012). *ACTITUDES DE LOS RESIDENTES HACIA EL TURISMO EN DESTINOS TURÍSTICOS CONSOLIDADOS: EL CASO DE IBIZA*. Recuperado de <https://www.tesisenred.net/bitstream/handle/10803/104266/tjrc1de1.pdf?sequence=1>
- Rivera, C. & Cachipundo, J. (2019). *La Planificación turística, enfoque de la calidad en los servicios*. DOI: <https://doi.org/10.33262/visionariodigital.v3i4.970>
- Salinas E., La O, J. (2006). *Turismo y Sustentabilidad. De la Teoría a la Práctica en Cuba*. <https://www.redalyc.org/pdf/398/39801710.pdf>
- Sarduy, Y. (2007). *El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa*. Revista Cubana de Salud Pública. Recuperado <https://www.redalyc.org/pdf/214/21433320.pdf>
- Suárez, S. & Fumero, E. (2020). *La hora del turismo sostenible y de las personas*. En M. Simancas, R. Hernández y N. Padrón (Eds.) *Turismo pos-COVID-19, Reflexiones, retos y oportunidades*. (pp. 289-290). Cátedra de Turismo CajaCanarias-Ashotel de la Universidad de La Laguna. <https://doi.org/10.25145/b.Turismopos-COVID-19.2020>
- Suárez, G. (14 de enero del 2022). *Impactos socioeconómicos del turismo en el cantón Patate*. (D. Ortega y P. Chicaiza, Entrevistadores)
- Tamayo, M. (2003). *El proceso de la Investigación Científica*. Editorial Limusa.
<https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/874e481a4235e3e6a8e3e4380d7adb1c.pdf>

- Tamayo, G. (2015). *Diseños muestrales en la investigación*. Recuperado de <http://udem.scimago.es/index.php/economico/article/view/1410/1542>
- Tamayo, J. (07 de enero del 2022). Impactos socioeconómicos del turismo en el cantón Patate. (D. Ortega y P. Chicaiza, Entrevistadores)
- Tapia, F., Chango, J., & Pazmiño, P., (2021). *Escenarios financieros para la dinamización turística del Parque Nacional Cotopaxi*. Siembra, 8(1), e2608. Epub 04 de marzo de 2021. <https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/SIEMBRA/article/view/2608/3586>
- Toledo, M. (2021). *Estrategias post-COVID 19 para reactivar el Turismo local en el Ecuador: Caso provincia de Tungurahua*. <https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/155324/559175.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Varisco, C. (2008). *Desarrollo turístico y Desarrollo local: La competitividad de los destinos turísticos de sol y playa*. http://nulan.mdp.edu.ar/550/1/varisco_c.pdf
- Velásquez, A. (2001). *CALIDAD DE VIDA EN LA ARGENTINA, UNA APROXIMACIÓN A ESCALA PROVINCIAL*. <http://revistas.ubiobio.cl/index.php/TYE/article/view/1690>
- Velásquez, P. (2011). *Fomento turístico provincial: diagnóstico competencial, experiencias exitosas y propuesta de fortalecimiento institucional*. <http://www.congope.gob.ec/wp-content/uploads/2014/08/Fomento-Turistico-Provincial.pdf>
- Unesco. (2021). *Geoparques Mundiales de la UNESCO: territorios de resiliencia*. <https://es.unesco.org/fieldoffice/montevideo/GeoparquesLACResiliencia>
- UNFCCC. (2021). *Economic diversification*. <https://unfccc.int/topics/resilience/resources/economic-diversification>
- UNWTO. (2008). *GLOSARIO DE TÉRMINOS DE TURISMO*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- UNWTO. (2021). *El turismo más de cerca: medición y análisis subnacional*. Recuperado de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284417063>

Anexos