

UCUENCA

Facultad de Ciencias de la Hospitalidad

Carrera de Turismo

“Análisis de la efectividad de la aplicación del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial: Caso cantón Patate, Tungurahua, Ecuador”

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado en
Turismo

Autores:

Camila Monserrath Inga Morocho

CI: 0150383784

Correo electrónico: camilainga35@gmail.com

Jonnathan Mauricio Orellana Vázquez

CI: 0107294985

Correo electrónico: jonnathanatos@gmail.com

Director:

PhD. Lourdes Karina Farfán Pacheco

CI: 0102131760

Cuenca, Ecuador

21-noviembre-2022

Resumen

En el año 2018, la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) autoriza al Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), la implementación del programa Pueblos Mágicos Ecuador – 4 Mundos, cuyo propósito es la identificación y puesta en valor de las localidades que cuentan con potencial turístico. Por tal razón, se convierte en un programa que fomenta la competitividad y facilita la implementación de acciones de fortalecimiento en el ámbito turístico, considerando que el cumplimiento de estas condiciones básicas consolida las iniciativas de inversión pública y privada (MINTUR, 2018). Considerando esta premisa, en el presente trabajo se decidió analizar la situación turística del primer cantón declarado Pueblo Mágico en el Ecuador, Patate, y la efectividad del programa en el desarrollo turístico del territorio. El enfoque de la investigación fue mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo, de alcance descriptivo y corte transversal. Para alcanzar los objetivos planteados del estudio, en primer lugar, se realizó un diagnóstico de la situación turística del cantón mediante una revisión de fuentes secundarias de catastros de servicios turísticos, inventarios de atractivos turísticos y cifras de turismo para determinar si existe un crecimiento de la oferta. En segundo lugar, se desarrollaron entrevistas semiestructuradas dirigidas a los actores y partes interesadas en el ámbito turístico, incluyendo a autoridades públicas del Municipio de Patate, para identificar si se han desarrollado políticas, ordenanzas, normativas, proyectos o planes, entre otras herramientas, que fomenten la actividad turística en el cantón. Por último, se aplicaron encuestas a los turistas del cantón Baños de Agua Santa, debido a su alta afluencia turística y su cercanía con el lugar de estudio. Esto, con la finalidad de analizar la percepción y conocimiento de los turistas respecto a la declaración de Patate como Pueblo Mágico, sus atractivos turísticos y, si se presenta la intencionalidad de visitar el cantón. También, se realizaron encuestas destinadas a la población de Patate para analizar su percepción respecto al programa Pueblos Mágicos y los beneficios que se han generado en el territorio. De esta manera, el estudio ha puesto en evidencia si la aplicación del programa ha permitido el fomento del desarrollo turístico en la localidad o simplemente se trata de una etiqueta o un nombramiento que ha quedado en la teoría.

Palabras clave: Pueblos Mágicos. Patate. Desarrollo Turístico.

Abstract

In 2018, the Ministry of Tourism of Mexico (SECTUR) authorizes the Ministry of Tourism of Ecuador (MINTUR), the implementation of the Magical Towns Ecuador – 4 Worlds program, whose purpose is the identification and enhancement of localities that have tourism potential. For this reason, it becomes a program that promotes competitiveness and facilitates the implementation of strengthening actions in the tourism field, considering that compliance with these basic conditions consolidates public and private investment initiatives (MINTUR, 2018). Considering this premise, in this paper it was decided to analyze the tourist situation of the first canton declared a Magical Town in Ecuador, Patate, and the effectiveness of the program in the tourist development of the territory. The research approach was mixed, that is, qualitative and quantitative, descriptive and cross-sectional. To achieve the objectives of the study, first, a diagnosis of the tourist situation of the canton was made through a review of secondary sources of tourist services cadastres, inventories of tourist attractions and tourism figures to determine whether there is or not an increase in supply. Secondly, semi-structured interviews were conducted with actors and stakeholders in the tourism sector, including public authorities of the Municipality of Patate, to identify whether policies, ordinances, regulations, projects or plans, among other tools, have been developed to promote tourism activity in the canton. Finally, surveys were applied to tourists from the Canton of Baños de Agua Santa, due to its high tourist influx and its proximity to the place of study. This, in order to analyze the perception and knowledge of tourists regarding the declaration of Patate as a Magical Town, its tourist attractions and, if the intention of visiting the canton is present. Also, surveys were conducted for the population of Patate to analyze their perception of the Magical Towns program and the benefits that have been generated in the territory. In this way, the study shows the current situation of Patate Canton, in terms of the application of the Magical Towns program; that is, if it has allowed the promotion of tourism development in the town or simply it is a label or an appointment that has remained in theory.

Keywords: Magical Town. Patate. Tourism Development.

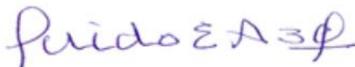
Trabajo de titulación: "Análisis de la efectividad de la aplicación del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial: Caso cantón Patate, Tungurahua, Ecuador"

Autor(es): Inga Morocho Camila Monserrath, Orellana Vázquez Jonnathan Mauricio

Dirección: Mg. Karina Farfán Pacheco

Certificado de Precisión LicTur-243

Yo, Guido E Abad, certifico que soy traductor de español a inglés, designado por la Facultad de Ciencias de la Hospitalidad, que he traducido el presente documento, y que, al mejor de mi conocimiento, habilidad y creencia, esta traducción es una traducción verdadera, precisa y completa del documento original en español que se me proporcionó.



guido.abad@ucuenca.edu.ec

Cuenca, 24 de junio de 2022

Elaborado por: GEAV _____

cc. Archivo Enviado por correo electrónico a director de trabajo de titulación por emergencia sanitaria COVID19.

Índice del trabajo

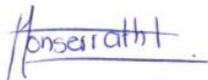
Resumen.....	1
Abstract.....	2
Agradecimientos.....	9
Dedicatoria.....	10
Introducción	11
Objetivo general	12
Objetivos específicos.....	12
Metodología	13
CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE .	15
1.1. Marco Teórico	15
1.2. Pueblos Mágicos del Ecuador: Patate	21
1.3. Análisis de cifras de turismo.....	25
1.4. Análisis de catastros de servicios turísticos.....	29
1.5. Análisis de inventario de atractivos turísticos	37
CAPÍTULO II: EFECTIVIDAD DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS Y DESARROLLO TURÍSTICO	40
2.1. Actores principales y política pública turística	40
2.2. Visión del sector público.....	44
2.3. Intervención del sector privado	49
2.4. Intervención del Comité de Pueblos Mágicos de Patate	53
CAPÍTULO III: PATATE COMO DESTINO TURÍSTICO	57
3.1. Percepción de los turistas acerca del cantón Patate	57
3.2. Percepción de la población de Patate.....	66
Conclusiones	74
Recomendaciones.....	79
Bibliografía	80
Anexos	85
Anexo 1. Diseño de Trabajo de Integración Curricular aprobado	85
Anexo 2. Modelo de entrevista dirigida al sector público del cantón Patate	102
Anexo 3. Modelo de entrevista dirigida al Comité de Pueblos Mágicos Patate.	103

Anexo 4. Modelo de entrevista dirigida a representantes del sector privado.....	104
Anexo 5. Modelo de encuesta dirigida a turistas de Baños de Agua Santa	105
Anexo 6. Modelo de encuesta dirigida a la población de Patate.....	107

Cláusula de Propiedad Intelectual

Yo, Camila Monserrath Inga Morocho, autor/a del trabajo de titulación "Análisis de la efectividad de la aplicación del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial: Caso cantón Patate, Tungurahua, Ecuador", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 21 de noviembre de 2022



Camila Monserrath Inga Morocho

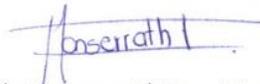
C.I: 0150383784

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Yo, Camila Monserrath Inga Morocho, en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Análisis de la efectividad de la aplicación del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial: Caso cantón Patate, Tungurahua, Ecuador", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 21 de noviembre de 2022



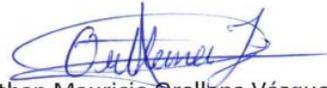
Camila Monserrath Inga Morocho

C.I: 0150383784

Cláusula de Propiedad Intelectual

Yo, Jonnathan Mauricio Orellana Vázquez, autor/a del trabajo de titulación "Análisis de la efectividad de la aplicación del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial: Caso cantón Patate, Tungurahua, Ecuador", certifico que todas las ideas, opiniones y contenidos expuestos en la presente investigación son de exclusiva responsabilidad de su autor/a.

Cuenca, 21 de noviembre de 2022



Jonnathan Mauricio Orellana Vázquez

C.I: 0107294985

Cláusula de licencia y autorización para publicación en el Repositorio Institucional

Yo, Jonnathan Mauricio Orellana Vázquez, en calidad de autor/a y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación "Análisis de la efectividad de la aplicación del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial: Caso cantón Patate, Tungurahua, Ecuador", de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN reconozco a favor de la Universidad de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo a la Universidad de Cuenca para que realice la publicación de este trabajo de titulación en el repositorio institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, 21 de noviembre de 2022



Jonnathan Mauricio Orellana Vázquez

C.I: 0107294985

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco a mi familia por el apoyo incondicional durante esta etapa de mi vida. También agradezco a mis profesores y directora de tesis PhD. Karina Farfán por guiarme en este proceso de formación profesional.

Camila Inga

Agradezco a mi familia por darme el apoyo y cariño durante esta importante etapa de mi vida profesional. Mis más sinceros agradecimientos para mi directora de tesis PhD. Karina Farfán, por acompañarme e instruirme durante la elaboración de este trabajo. Sin ellos, nada de esto habría sido posible.

Jonnathan Orellana

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a mis padres, quienes me han apoyado durante toda mi vida. Ellos han sido mi inspiración para lograr mis metas académicas y para ser mejor persona cada día.

Camila Inga

Dedico este trabajo a mi madre, quien ha sido una mujer ejemplar, un pilar muy importante en mi vida, y mi inspiración para seguir adelante. Por ella, por mi padre, por mis hermanos, y por mi apreciada tía, me he esforzado durante estos últimos años para convertirme en una mejor persona, y en un profesional.

Jonnathan Orellana

Introducción

En el año 2019, el Ministerio de Turismo del Ecuador declaró a cinco localidades como Pueblos Mágicos, siendo el cantón Patate, el primero en ser galardonado bajo esta nominación. Sin embargo, la información respecto al seguimiento y exposición de resultados en la ejecución del programa en fuentes oficiales de turismo es escasa. Esto dificulta obtener una mejor perspectiva de la situación turística del cantón a partir de su nombramiento.

Por tanto, se presenta la incógnita respecto al beneficio que puede generar la nominación de Patate como Pueblo Mágico en el fomento de la actividad y gestión turística dentro del territorio. Es complicado evidenciar si realmente existe una diversificación de la oferta turística dentro de la provincia de Tungurahua, si los objetivos propuestos por el programa se están cumpliendo, y si este ha permitido el incremento el número de visitantes.

Es de conocimiento general que los territorios son distintos entre sí y, que imitar y aplicar modelos de gestión, programas, proyectos, entre otros; de origen externo, puede no ser la opción más adecuada. Por ende, se puede presentar una posible fisura en los procesos de coordinación y gestión entre el Gobierno Autónomo Descentralizado de Patate, empresas turísticas, emprendimientos locales y la comunidad, como ha sucedido en algunas localidades de México que se encuentran bajo el mismo programa. En consecuencia, lo anteriormente mencionado podría dificultar el alcance del beneficio mutuo, obstaculizar el desarrollo local e impedir que el cantón Patate se posicione como un destino de mayor relevancia dentro de la provincia de Tungurahua.

De tal manera, es necesario analizar el progreso del programa Pueblos Mágicos Ecuador en el cantón Patate con el objetivo de conocer la realidad de la situación turística, los procedimientos que se han llevado a cabo para el desarrollo del turismo, los beneficios que ha generado y a quienes han sido dirigidos. Además, se procura identificar a los actores involucrados detrás de los procesos de gestión turística del cantón; conocer las percepciones de los gobiernos locales, de la

población y del sector empresarial turístico conjuntamente, respecto a la nominación de Patate como Pueblo Mágico. De esta manera, se aspira obtener un panorama más claro sobre los resultados de la aplicación de este programa en el cantón.

Objetivo general

Analizar la efectividad de la aplicación del programa de Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial del cantón Patate.

Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación turística actual del cantón Patate a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico.
2. Explorar las percepciones de los actores y partes interesadas relevantes (stakeholders) sobre la actividad turística en el cantón Patate en relación a la efectividad de los procesos de ejecución del programa Pueblos Mágicos.
3. Determinar si la nominación de Patate como Pueblo Mágico ha permitido situar al cantón como destino turístico de mayor valor dentro de la provincia de Tungurahua.

Metodología

Este estudio tuvo un enfoque mixto, de alcance descriptivo y corte transversal. Para alcanzar el objetivo general de la investigación, se realizó una retrospectiva de la situación turística del cantón Patate previo a su nombramiento como Pueblo Mágico del Ecuador.

Para el cumplimiento del objetivo 1, se procedió con una revisión de cifras de turismo, catastros de servicios turísticos e inventario de atractivos del cantón Patate, tomadas de fuentes secundarias entre el periodo 2015-2019, que permitieron conocer el historial de la actividad turística, y la situación de la oferta turística del cantón.

Respecto al alcance del objetivo 2, se realizaron entrevistas semiestructuradas que se aplicaron a una muestra no probabilística por conveniencia. La muestra estuvo conformada por los actores y partes interesadas relevantes, es decir, las autoridades del Municipio de Patate que trabajan en el área de turismo, operadoras turísticas y establecimiento de alojamiento por parte del sector privado y, el presidente del Comité Pueblos Mágicos, en representación de la comunidad anfitriona de Patate. Las variables que sustentaron la exploración del discurso de los actores mencionados fueron *desarrollo turístico, política pública y turística y, participación de la ciudadanía* en el proceso de ejecución del programa. Con esto, se identificó si se han desarrollado ordenanzas, normativas, entre otras herramientas, que fomenten la actividad turística en Patate. Las entrevistas se procesaron mediante el software de análisis e interpretación de información, ATLAS.ti 7.

Por último, para el objetivo 3, se aplicaron encuestas a los turistas que visitan Baños de Agua Santa, uno de los cantones con mayor afluencia turística en la provincia, y cercano a la localidad de estudio. Las encuestas se desarrollaron con el fin de comprobar si existe *conocimiento* por parte de los turistas sobre la declaratoria de Patate como Pueblo Mágico, sus atractivos turísticos y, si se presenta la *intencionalidad* de visitar el cantón. Adicionalmente, se determinaron los factores

sociodemográficos de los turistas. Sin embargo, debido a la inexistencia de cifras turísticas de Baños de Agua Santa en fuentes oficiales, se decidió realizar un sondeo con una muestra por conveniencia, con un total de 100 encuestas entre turistas nacionales y extranjeros.

Además, se aplicaron encuestas a la población de Patate para conocer sus *percepciones* respecto al programa en cuestión. Para ello, se procedió con la misma metodología aplicada a los turistas, pero en este caso, se realizaron 100 encuestas en la cabecera cantonal, debido a que en este lugar existe una mayor movilización de la población, además, se encuentran los sitios de interés turístico más relevantes de Patate. Los datos obtenidos de las encuestas se procesaron mediante el software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

Todas las herramientas e instrumentos anteriormente mencionados, permitieron obtener resultados pertinentes al caso de estudio.

CAPÍTULO I: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN PATATE

1.1. Marco Teórico

El presente trabajo de titulación pretende evidenciar cómo se ha llevado a cabo el proceso de implementación del programa Pueblos Mágicos Ecuador, y su efectividad en el desarrollo turístico del cantón Patate, provincia de Tungurahua. Para ello, es necesario reflexionar sobre algunos componentes teóricos que sustentan esta intención.

Dentro de dichos componentes se abordan temas como desarrollo turístico, producto turístico, destino turístico, política pública y política turística; pero antes, resulta conveniente entender qué es el turismo.

De modo que, se ha tomado la definición propuesta por Morillo (2011), quien describe al turismo como una actividad que promueve el crecimiento económico y la inversión a nivel local dentro de un determinado territorio. Esto supone la creación de nuevas oportunidades o alternativas laborales, al mismo tiempo que complementa otras actividades propias de las comunidades receptoras, como la agricultura, pesca, elaboración de artesanías, entre otras; que inciden en la generación del PIB y otros indicadores macroeconómicos. Por tanto, se entiende que el turismo es una actividad que influye en el desarrollo local de un espacio geográfico con características particulares, las cuales permitirán la diversificación de las actividades productivas en beneficio de los habitantes.

Si bien Morillo establece una definición más enfocada al ámbito económico, resulta importante señalar que el desarrollo del turismo, en cualquier espacio geográfico, no solamente se trata de generar rubros, sino que también procura ofrecer bienestar socio-cultural para los habitantes de dicho espacio, aprovechando de manera sostenible los recursos naturales y culturales endógenos del territorio.

Por ello, se asume que el desarrollo turístico implica el beneficio que trae el aprovechamiento de estos recursos del territorio a favor de satisfacer las necesidades de los miembros de las comunidades anfitrionas y de los turistas, al mismo tiempo que protege estos recursos para el futuro (Organización Mundial de Turismo, 1997, como se citó en Linares y Garrido, 2014). Además, dicho desarrollo trae consigo el mejoramiento de las instalaciones y servicios del destino, que se traduce en mayor inversión de capital por parte del sector público y privado.

Para entender mejor cómo se lleva a cabo el desarrollo turístico de una localidad, también es importante señalar que esta actividad puede funcionar de manera más efectiva cuando se consideran las características y singularidades propias de cada territorio. Partiendo de esta idea, Mantero (2004) expone que cada localidad o territorio debe precisar sus estrategias de manera específica y aplicables según su situación, y, por tanto, sus políticas, programas y acciones a ejecutar. Es decir, resulta imprescindible ajustarse a las necesidades de la población y entender que cada territorio es diferente.

Generalmente, la realidad o la situación de un territorio es diferente uno de otro, por lo que las estrategias de desarrollo se deben ajustar a las necesidades. Esto incluye al tipo de producto turístico y destino que se va a promocionar y vender, ya que estos difieren en cada región, así como el segmento de mercado.

Muchas veces suele confundirse el producto con el destino turístico, por ello es pertinente identificar sus diferencias. Por una parte, Morillo (2001) relaciona al producto turístico con las diferentes tipologías de turismo: natural, cultural, deportivo, religioso, entre otros; incluyendo a la comunidad anfitriona como parte de la experiencia del turista.

Es decir que, se entiende que el producto turístico estará directamente relacionado con la vocación turística del territorio y serán los recursos propios de la localidad los

que conformen la tipología de turismo que se venderá en el mercado y por lo tanto, el producto turístico del lugar.

En cambio, el destino turístico se constituye de manera más compleja. Este se compone de algunos elementos ligados al espacio físico y social, con determinadas características y cualidades. Por tanto, se consideran diferentes puntos de vista para un mejor entendimiento de su definición.

Valls (como se citó en Shaadi, Pulido y Rodríguez, 2018) manifiesta que el destino turístico se trata de un determinado espacio geográfico con rasgos propios, como el clima, infraestructura y servicios, que se suman a cierta capacidad de los gobiernos locales para administrar y desarrollar instrumentos de planificación que permitan atraer turistas al territorio mediante productos bien estructurados. Mientras que, Bonilla y Bonilla (2007), consideran al destino turístico como el conjunto de productos turísticos que se encuentran en una zona geográfica, y que integran distintos recursos, bienes y servicios, equipamiento e infraestructura. En este sentido, se entiende que el destino turístico se establece principalmente por las características territoriales y administrativas de un espacio geográfico con potencialidad turística.

Sin embargo, Moscoso (2012) propone una definición más amplia, estableciendo al destino turístico no únicamente como el espacio físico dotado de planta e infraestructura turística destinadas a satisfacer las necesidades del visitante, o como un lugar conformado por atractivos donde se desarrolla la actividad turística; sino también como una construcción social basada en la apropiación de un territorio, tomando en cuenta los intereses y funciones de los diferentes actores que participan en él. Por ello, el destino turístico se diferencia de otros lugares al ofrecer experiencias que solo se podrían disfrutar en ese lugar a través de la interacción con la población local, actores que juegan un papel importante para complementar la visita del turista.

En este sentido, es importante resaltar que la consolidación de un destino depende de diferentes elementos. Por un lado, está el imaginario del turista, como las percepciones y expectativas del lugar. Y por parte del territorio, están las empresas turísticas, instalaciones turísticas, legislación, infraestructura y equipamiento en general, la cultura e identidad como aspectos sociales, aspectos económicos y aspectos ambientales del mismo (Moscoso, 2012).

El destino turístico también se enfoca en la administración de un territorio, ya que hace referencia a sus características geográficas, económicas, ambientales, sociales y culturales. Estas, a su vez, se fortalecen por las percepciones que tiene el turista respecto a la localidad. Es entonces que, de estas percepciones se puede apoyar la planta turística para construirse adecuadamente, sin dejar de lado las cualidades del territorio. Adicionalmente, se debe considerar que un destino turístico no posee un límite territorial fijo, por lo que se puede constituir en un cantón, ciudad, provincia, país, entre otros (Moscoso, 2012). Esto pone en manifiesto que, al encontrar numerosos conceptos referentes al destino turístico, es conveniente diferenciarlo del producto turístico. Puesto que el destino se trata de un sistema más integrado, con características propias y una administración específica según su entorno para desarrollarse como tal. Según Quintero, Calderón, Zambrano y Rodríguez (2020), el destino turístico está relacionado a la presencia de productos turísticos que se complementan y generan una oferta atractiva para los visitantes. De manera que, dispongan de una mayor cantidad de actividades por realizar y, por ende, permanezcan por más tiempo en el territorio. Por tanto, la presencia de productos turísticos variados ayuda a consolidar al destino, el cual, cuenta con características físicas, sociales, económicas, ambientales e histórico culturales, que se aprovecharán para el desarrollo de la actividad turística. A esto, se suma un conjunto de políticas que contribuyan a dicha actividad. Por tanto, también es preciso entender qué es política, específicamente política pública, y cómo influye directamente en la actividad turística dentro del territorio.

Existen varias definiciones de política pública, por lo que resulta complicado establecer un único concepto. Sin embargo, en términos generales, es posible decir que las políticas públicas son definidas por los gobiernos que, en facultad de sus competencias, pretenden dar solución a determinados problemas.

Por una parte, Cejudo y Michel (2016) definen a una política pública como el conjunto de decisiones y acciones que buscan solucionar problemas públicos específicos, además de mejorar la calidad de vida de la sociedad tomando en cuenta las diferentes circunstancias en las que esta se encuentre o la diferencia entre una y otra. Es importante considerar que al establecer estas políticas se pretende dar una respuesta a un problema concreto.

Entonces, para que las políticas se desarrollen y funcionen correctamente, se requiere, como base, el conocimiento total sobre la causa del problema que se pretende solucionar o la situación a mejorar. Toda política pública se basa en un problema público, que se identifica con la intervención que planea hacerse. Cuando la consistencia de la causa del problema falla, la intervención también pierde eficacia. Se suele considerar que las políticas públicas son exitosas cuando cumplen sus objetivos (Cejudo y Michel 2016).

Por otra parte, Thoenig (1997), menciona que la política pública se trata de un programa de acción, propio de una o varias autoridades públicas o gubernamentales. Básicamente, se refiere a un programa constituido por actividades o proyectos diseñados y gestionados por el gobierno de turno con la finalidad de satisfacer las necesidades de la población. Pero, al considerar dicha acepción, también es pertinente hablar sobre la política pública en materia de turismo, la cual se define como el conjunto de actividades, decisiones y procesos que impulsan los actores gubernamentales con la intención de alcanzar determinados objetivos relacionados específicamente a la actividad turística (Velasco, 2016b). Aunque esta tarea no siempre corresponde únicamente al sector público.

Es así que, se considera fundamental la participación de distintos actores relacionados al turismo, pues existe la necesidad de tomar en cuenta sus influencias para lograr un desempeño adecuado de la política turística. Por tanto, también resulta conveniente definir cómo se estructura este tipo de política.

Por parte de Velasco (2011a), la política turística es un conjunto de acciones que promueven los actores públicos -en ocasiones en conjunto con otros actores de naturaleza no pública- para el logro de diferentes objetivos, que se establecen conforme a la variedad de fenómenos y relaciones que supone el proceso de atracción o estancia de turistas en un territorio determinado. Además, se menciona que la política turística se compone de diferentes elementos. En primera instancia, las acciones de esta deben ser coherentes, tanto con los dilemas que pretende enfrentar y la manera de cómo debe desarrollarse en el espacio. En segunda instancia, requiere de una previsión de recursos y un presupuesto suficiente que se ejecute a la vez. Por lo que también, se compone de objetivos y acciones concretas para alcanzar en un plazo determinado.

Velasco (2016b) manifiesta que uno de los objetivos en las políticas turísticas es el crecimiento de la actividad turística para no perder competitividad, en el caso de los destinos ya consolidados. Respecto a los destinos en desarrollo, el objetivo es crecer hasta convertirse en un destino turístico consolidado a través de la promoción turística. En este proceso, además de la intervención del sector público, en labor de sus competencias para el desarrollo e implementación de planes o programas turísticos, instrumentos normativos u ordenanzas; también estarán involucrados el sector privado, los profesionales de turismo y la comunidad anfitriona. Por parte del sector privado, se presenta la inversión de los empresarios que encuentran en el turismo una actividad económica de gran interés. En el campo de la investigación, estadística y servicios, intervienen los profesionales de turismo. Finalmente, se encuentra la comunidad anfitriona, que interactúa de manera directa con el turista.

Otro de sus objetivos es crear las condiciones adecuadas para que la actividad turística pueda desarrollarse sin generar conflictos con otras actividades del territorio, tales como la agricultura o ganadería. Esto permite priorizar la satisfacción y beneficio del turista, y de la población.

De tal forma, es evidente que la política turística abarca una serie de elementos importantes para definirse como tal y alcanzar sus objetivos. Es así, como se define que la política turística es un conjunto de acciones coherentes enfocadas en determinadas problemáticas de un territorio y que tiene presente elementos como recursos y un presupuesto suficiente. Además de plantearse objetivos específicos a las situaciones que pretende regular o solventar en un plazo definido.

Dichas políticas precisarán del involucramiento de distintos actores relacionados al turismo, como el sector privado o empresarial, la comunidad anfitriona de la localidad y, principalmente, el sector público, que se encargará de la ejecución de este tipo de políticas.

Una vez determinados los conceptos que sostienen esta investigación, es posible adentrarse en la revisión de uno de los programas de desarrollo turístico de los últimos años, como es Pueblos Mágicos Ecuador.

Este programa pretende fomentar el desarrollo turístico, mediante la creación y ejecución de políticas turísticas que permitan gestionar el territorio y aprovechar los recursos naturales y culturales de manera sustentable, complementando de esta manera las actividades productivas de la población. A continuación, en el próximo punto, se presenta a detalle el origen del programa en cuestión.

1.2. Pueblos Mágicos del Ecuador: Patate

Pueblos Mágicos es un Programa de política turística que se originó en México y que actúa directamente sobre las localidades como una marca distintiva de turismo del país. La Secretaría de Turismo de México conceptualiza a un Pueblo Mágico

como “Una localidad que, a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado, valorado y defendido su herencia histórica, cultural y natural; y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible” (2017).

El objetivo principal del programa en México es:

Fomentar el desarrollo sustentable de las localidades poseedoras de atributos de singularidad y autenticidad a través de la puesta en valor de sus atractivos, representados por una marca de exclusividad y prestigio teniendo como referencias las motivaciones y necesidades del viajero (SECTUR, 2017).

Por tanto, el programa pretende incluir a las localidades que requieren optimizar el aprovechamiento de sus recursos y atractivos naturales y culturales. Además, busca el mejoramiento de su infraestructura, la calidad de los servicios, la innovación y el desarrollo de sus productos turísticos. Necesidades que, posteriormente, el Ministerio de Turismo del Ecuador identificó en localidades del territorio ecuatoriano.

En agosto de 2018, el Ministerio de Turismo de Ecuador, considerando la efectividad e importancia del Programa de Pueblos Mágicos de México, toma contacto con la Secretaria de Turismo de México para implementar dicho programa en este país. Esto trajo como resultado la alianza entre estas instituciones con la finalidad de implementar el Programa Pueblos Mágicos en Ecuador (Ministerio de Turismo, 2018a).

En el caso de Ecuador, un Pueblo Mágico se define como una localidad que ha conservado su valor y herencia histórico-cultural por generaciones y, que la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible (Ministerio de Turismo, 2021d). Estas características pueden ser aprovechadas para el desarrollo turístico y, por consiguiente, lograr la diversificación de la oferta mediante el trabajo coordinado de todos los actores involucrados.

El programa de Desarrollo Turístico de Localidades Pueblos Mágicos Ecuador, 4 Mundos, se presenta como un instrumento para alcanzar el desarrollo turístico

integral en las localidades, mediante la organización de diversas acciones de carácter económico, social y ambiental en calidad de sostenibilidad, cuyo propósito es mejorar las condiciones de vida de los habitantes (Ministerio de Turismo, 2020c). Estableciendo una serie de objetivos que garanticen la correcta ejecución del programa. Entre los objetivos que permitirán consolidar la oferta turística diversa y competitiva de las localidades, se establece lo siguiente:

- Implementar un modelo de gobernanza local. Para el logro de este objetivo, es primordial que los gobiernos locales fomenten la participación de los demás actores involucrados en el turismo del territorio, así como en la toma de decisiones respecto a proyectos o actividades que se pretendan realizar, los cuales se viabilizan mediante el apoyo del Comité ciudadano local del Pueblo Mágico. Este comité debe estar conformado por los ciudadanos pertenecientes a la localidad denominada como Pueblo Mágico y es un requisito necesario para la postulación y aprobación de un territorio en la inclusión del programa.
- Incentivar el diseño de una oferta turística complementaria. Los Pueblos Mágicos pueden ofrecer experiencias distintas mediante el aprovechamiento de sus características sociales, culturales, económico-productivas y ambientales. Estas características les permiten diferenciarse de otras ciudades o destinos ya consolidados a nivel nacional.
- Redistribuir los flujos turísticos a nivel nacional. Esto posibilitará que los turistas que se encuentran mayormente concentrados en grandes ciudades puedan movilizarse o redistribuirse en otras localidades cercanas para complementar su estancia y conseguir experiencias diferentes.
- Democratizar el turismo nacional. Básicamente supone facilitar el acceso a una oferta de calidad, facilitando a los emprendimientos comercializar sus productos y servicios en el territorio.

- Mejorar la imagen y la accesibilidad del espacio público. También se pretende mejorar el entorno de la localidad tomando en consideración la identidad local.

Para lograr dichos objetivos, es importante incluir a todos los actores que intervienen en el proceso de implementación del programa. Desde luego, el nombramiento como Pueblo Mágico puede promover el desarrollo turístico y ofrecer beneficios para las localidades, sin embargo, es importante tener en cuenta que esto puede traer problemas si no se realiza una gestión adecuada, tal y como afirman Pérez y Antolín (2015).

Debido a que este programa se estableció desde un principio en México, se han considerado algunos estudios realizados en localidades reconocidas como Pueblos Mágicos de este país. Dichos estudios se centran en el análisis de la ejecución y efectividad del programa para el desarrollo turístico, a través del establecimiento adecuado de estrategias por parte de los actores interesados según la situación y entorno, para conseguir un nivel alto de competitividad y consolidación (Shaadi, Pulido y Rodríguez, 2018). Sin embargo, existen otros destinos que no han alcanzado los mismos resultados a causa de diferentes factores, principalmente relacionados a una mala administración por parte de los gobiernos locales, poca inversión en infraestructura y otros aspectos relacionados al turismo que impiden el desempeño exitoso del programa.

Por tanto, para el logro de las metas propuestas por el programa, es necesario el trabajo coordinado, la inclusión y especialmente la participación de los habitantes que forman parte de los Pueblos Mágicos, pues serán ellos quienes perciban la realidad de la efectividad del programa.

Ciertamente, Pueblos Mágicos establece las pautas para el desarrollo turístico de un territorio que cumpla con las características anteriormente mencionadas. No obstante, se debe tener presente que la realidad de los pueblos de Ecuador y de

México son totalmente distintas, por tanto, las acciones del programa deben adaptarse a las diferentes necesidades de los territorios.

Con esta premisa, en el presente trabajo se consideró al cantón Patate para analizar y determinar la efectividad de Pueblos Mágicos, y si realmente un programa desarrollado en territorio extranjero, ha funcionado o se ha ajustado a la realidad y situación turística del Ecuador, específicamente en la provincia de Tungurahua.

1.3. Análisis de cifras de turismo

En la provincia de Tungurahua, el cantón Baños de Agua Santa es un referente del tema turístico debido a su reconocimiento al momento de realizar dicha actividad. Aunque no existe levantamiento de información respecto a cifras de turismo en todo el territorio, Baños de Agua Santa se expone como un destino que podría posibilitar la distribución del flujo turístico a los cantones cercanos.

Bajo este contexto, el presente estudio considera al cantón Patate como uno de los lugares que pueden beneficiarse de la afluencia turística existente en Baños de Agua Santa.

Pese a ser un referente turístico en la provincia, el cantón Baños de Agua Santa no dispone de una metodología para el levantamiento de cifras turísticas que le permitan evidenciar la cantidad de personas que llegan al territorio. Esto, debido a que el Departamento de Turismo del GAD Municipal de Baños ha puesto mayor empeño en temas relacionados al uso y gestión de espacios públicos, regulación y control de establecimientos turísticos, promoción de atractivos y actividades turísticas, entre otros. La única información disponible se basa en la contabilización de las personas que ingresan a los balnearios, aguas termales o piscinas, al momento de pagar el valor de la entrada. Esta información no se considera para el presente análisis debido a que impide evidenciar si estos visitantes son parte de la población o si son turistas. Además, refleja las debilidades del cantón en cuanto a planificación turística y levantamiento de información.

Algo similar ocurre en Patate, donde la inexistencia de una metodología de recolección de datos respecto a las personas que visitan el cantón, y la falta de coordinación entre el Ministerio de Turismo y el GAD Municipal de Patate en relación a qué entidad se encarga del levantamiento de información turística; ha dado paso a que por un lado el Ministerio de Turismo obtenga datos de pernoctaciones por noche, mientras que el GAD Municipal de Patate lo hace a través del punto de información turística. Dando como resultado, información que no refleja la realidad turística de Patate.

De tal manera, el Ministerio de Turismo ha llevado un registro de pernoctaciones por noche en Patate entre los años 2017 y 2018, como se muestra a continuación.

Tabla 1

Cifras de turismo del cantón Patate.

Año	Pernoctaciones por noche
2017	209.799
2018	211.511
2019	-

Nota: Pernoctaciones por noche en Patate. Geoportal de Visitas Internas Turísticas. Por Ministerio de Turismo (2022e).

La información expuesta por el Ministerio de Turismo muestra un crecimiento en las visitas al cantón del año 2017 al año 2018, pero durante estos dos años las cifras están por encima de los 200.000, algo que resulta imposible si se considera la cantidad de establecimientos y plazas de alojamiento de Patate. Puesto que, al suponer que las plazas de alojamiento se hubiesen llenado al cien por ciento de su capacidad durante todos los días del año, estas aun así no cubren los números que obtuvo el Ministerio de Turismo durante los años 2017 y 2018.

En contraste, el GAD Municipal de Patate, específicamente la Unidad de Turismo, ha levantado información durante los años 2017, 2018 y 2019, a través de un

registro de visitantes que llegaron al punto de información preguntando respecto a actividades y atractivos del cantón, como se indica en la siguiente tabla.

Tabla 2

Registro de visitantes cantón Patate.

Mes	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Enero	-	190	317
Febrero	-	111	547
Marzo	-	462	326
Abril	-	359	257
Mayo	-	158	412
Junio	-	353	421
Julio	-	151	546
Agosto	-	210	412
Septiembre	100	182	597
Octubre	150	324	125
Noviembre	649	949	1000
Diciembre	93	513	796
Total	992	3962	5746

Nota: Registro de visitantes de Patate. Información obtenida de documentos Excel. GAD Municipal de Patate, Unidad de Turismo (2022).

Los datos que la Unidad de Turismo de Patate levantó durante el período 2017-2019, demuestran que el año con mayor número de visitantes corresponde al 2019, con un total 5746 visitantes, un incremento notorio respecto a años anteriores.

Aunque, de igual manera, este levantamiento de información realizado únicamente mediante en el punto de información turística tampoco permite obtener datos fundamentales, debido a que se desconoce si estas personas realizaron o no actividades turísticas en el cantón.

Como se pudo observar en las dos tablas anteriores, las diferencias respecto al número de visitantes que llegan al cantón Patate es descomunal. Mientras que el

Ministerio de Turismo presenta cifras por encima de las 200.000, el GAD Municipal de Patate tiene como mayor referente de visitas una cantidad de 5746 durante el año 2019. Si bien, ambas entidades no se encuentran exentas de errores al momento de levantar información turística, especialmente el Ministerio de turismo, cuyos datos ofrecen un panorama totalmente incierto de la realidad turística del cantón, al menos el GAD Municipal Patate, a través de su Unidad de Turismo, demuestra el interés de las autoridades en obtener de alguna manera información estadística que les permita tomar decisiones respecto a la planificación del territorio con mirada al turismo. Sin embargo, la falta de coordinación entre estas entidades públicas, supondrá un obstáculo para la obtención de información de calidad que posibilite diagnosticar con precisión la situación turística de Patate.

Por último, es importante mencionar que también se obtuvo información del Centro de Fomento e Innovación Turística perteneciente al Gobierno Provincial de Tungurahua que, a pesar de no disponer de cifras turísticas a nivel provincial y cantonal, se dispuso de boletines de perfil de turistas que visitan las principales festividades de la provincia durante el período 2018-2019; de las cuales, la Fiesta del Señor del Terremoto de Patate, es la segunda festividad con mayor afluencia turística en el mes de febrero de cada año, con 7976 visitantes durante el año 2018, y 7540 durante el año 2019, por detrás de la Fiesta de las Flores y Frutas de Ambato (Centro de Fomento e Innovación Turística de Tungurahua, 2019). Esto indica que en estas fechas Patate tiene mayor afluencia turística.

1.4. Análisis de catastros de servicios turísticos

Como segunda parte del análisis, se realizaron visitas de campo y se revisaron fuentes secundarias como catastros de servicios turísticos del cantón Patate, el Plan de Desarrollo Turístico de Patate y el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de Patate, con el fin de evidenciar antecedentes relacionados al desarrollo de la planta turística del territorio anteriores a su denominación como Pueblo Mágico. Por tal motivo, se analizó la información brindada por parte del Ministerio de Turismo, en cuanto a los catastros de establecimientos turísticos del Ecuador, y, por parte del Departamento de Turismo del GAD Municipal de Patate, los catastros y otras fuentes realizadas por el personal.

Tabla 3

Establecimientos de Alojamiento del cantón Patate.

Tipo	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Hotel	-	-	-	-	-
Hostal	-	-	-	1	1
Hostería	-	-	3	3	3
Hacienda turística	-	-	-	-	-
Lodge	-	-	-	-	-
Refugio	-	-	-	-	-
Campamento turístico	-	-	-	-	-
Casa huéspedes	-	-	-	-	-
Total de plazas	-	-	116	156	156

Nota: Cantidad de establecimientos turísticos de Patate, registrados por la Unidad de Turismo del cantón. Plan de Desarrollo Turístico de Patate. Por GAD Municipal de Patate (2018).

Tabla 4

Establecimientos de Alojamiento del cantón Patate.

Tipo	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Hotel	-	-	-	-	-
Hostal	-	-	-	-	1
Hostería	3	3	3	3	4
Hacienda turística	-	-	-	-	-
Lodge	-	-	-	-	-
Refugio	-	-	-	-	-
Campamento turístico	-	-	-	-	-
Casa huéspedes	-	-	-	-	-
Total de plazas	99	-	-	135	172

Nota: Cantidad de establecimientos turísticos de Patate regulados por el Ministerio de Turismo. Catastros de servicios turísticos del Ecuador (2022f).

En primera instancia, es importante mencionar que se han identificado diferencias entre los catastros de establecimientos turísticos brindados por el MINTUR y parte de las fuentes proporcionadas por la unidad de Turismo del GAD Municipal de Patate, pues se observa que entre los años 2018 y 2019 existen variantes en el número de plazas de alojamiento. Estas cantidades se mantienen constantes en los registros del Departamento de Turismo de Patate, por el contrario, en el catastro del MINTUR, se observa un número mayor de plazas y establecimientos en el año 2019 y menor en el año 2018. Además, se identificó que en los años anteriores existen omisiones en el número de plazas de alojamiento y solo en el año 2015 se registró una cantidad total de 99 plazas de alojamiento entre 3 hosterías y, por parte del registro de establecimientos levantados por la Unidad de Turismo del cantón, en el año 2017, las plazas de alojamiento sumaban 116, por lo que se puede observar un aumento en los años posteriores, debido a que se suma un hostal a partir del año 2018.

Esto puede deberse a que ambas instituciones han realizado los registros de este tipo de establecimientos de manera individual. Por parte de la Unidad de Turismo del Gobierno Municipal de Patate, en función de sus competencias, se han realizado sub catastros, los cuales poseen una metodología propia, que, mediante fichas, registran información general de los establecimientos turísticos y emprendimientos turísticos del cantón. Por ello, también se toman en cuenta a los emprendimientos turísticos como parte de la planta turística del cantón. En el caso de los catastros del Ministerio de Turismo, se consideran sólo a aquellos establecimientos regulados por el mismo. En segunda instancia, se encuentran establecimientos que poseen categorías distintas a lo establecido en el Reglamento de Alojamiento decretado por el Ministerio de Turismo.

Es importante resaltar que, para este análisis, se consideraron todas las fuentes anteriormente mencionadas para constatar la cantidad exacta de estos establecimientos, sin embargo, la información revisada en el PDOT del cantón también se diferencia de lo expuesto en las tablas 3 y 4, pues existe un levantamiento de 8 establecimientos de alojamiento en total. Aun así, cabe resaltar que se desconoce la clasificación de estos, pues se identifican como establecimientos de servicios de hospedaje, alimentación y recreación, en conjunto. Asimismo, se desconoce el estado actual de actividad y el número exacto de plazas de alojamiento. Es por eso, que solo se han considerado fuentes más actuales como el Plan de Desarrollo Turístico de Patate y los sub catastros proporcionados por la Unidad de Turismo del cantón. Por tanto, al hallarse estas inconsistencias, no se puede concluir en una cantidad exacta respecto a la capacidad del cantón para proveer del servicio de alojamiento a turistas, está claro que posee una planta hotelera mínima y de menor calidad.

Sin embargo, desde el punto de vista de la planificación territorial, esto es acertado, pues no representa un impedimento para el desarrollo turístico de esta zona, puesto que, Patate se debe considerar como un territorio complementario de la visita a Baños de Agua Santa, además de su cercanía con este cantón.

Por tanto, Patate debe fortalecerse en otros aspectos, tales como la consolidación de productos turísticos e infraestructura. Esto se sostiene con base a que la zona de Patate es mayormente utilizada por la población local que se beneficia del clima para producir diferentes tipos de frutas y plantas. Este nivel de productividad y variedad daría paso a la creación de productos turísticos enfocados en el agroturismo, que puede ser una fortaleza para el desarrollo del turismo en el cantón. Es aquí, donde también toma posición el programa Pueblos Mágicos en Patate, pues este fue denominado como tal, principalmente, por su patrimonio cultural intangible representado en las Fiestas del Señor del Terremoto e identificado como el atractivo turístico principal del cantón.

No obstante, es preciso resaltar que al ser un atractivo que solo ocurre una vez al año, Patate también tendría que reforzar su patrimonio cultural intangible enfocado en otros aspectos, y asegurar que esto pueda ser una constante en cada visita que se realice al cantón, cualquier día del año. Por ejemplo, los saberes ancestrales en cuanto a la preparación de comida típica, también se pueden considerar como otro atractivo potencial de esta zona.

Por tanto, al definir que Patate tiene una vocación territorial complementaria de visita al cantón más cercano y de gran afluencia turística, además, que no precisa de un mayor número de establecimientos para alojamiento, es necesario determinar que esta zona de la provincia de Tungurahua requiere del fortalecimiento de la asociatividad para un mejor desarrollo turístico en Patate, el cual podrá aprovechar sus atractivos de mayor potencialidad.

Tabla 5

Establecimientos de Alimentos y bebidas del cantón Patate.

Tipo	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Cafetería	-	-	1	2	2
Bar	-	-	-	-	-
Restaurante	-	-	13	14	11
Discotecas	-	-	-	1	-
Plazas de comida	-	-	-	-	-
Servicio de Catering	-	-	-	-	-
Total de plazas	-	-	616	720	592

Nota: Cantidad de establecimientos turísticos de Patate, registrados por la Unidad de Turismo del cantón. Plan de Desarrollo Turístico de Patate. Por GAD Municipal de Patate (2018).

Tabla 6

Establecimientos de Alimentos y bebidas del cantón Patate.

Tipo	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019
Cafetería	1	1	1	1	2
Bar	-	-	-	-	-
Restaurante	12	12	12	12	12
Discotecas	-	-	-	1	-
Plazas de comida	-	-	-	-	-
Servicio de Catering	-	-	-	-	-
Total de plazas	496	496	496	496	592

Nota: Cantidad de establecimientos turísticos de Patate regulados por el Ministerio de Turismo. Catastros de servicios turísticos del Ecuador (2022f).

De igual forma, se identificaron singularidades en el levantamiento de información sobre los establecimientos de alimentos y bebidas de Patate, pues, en el caso del registro realizado por el Ministerio de Turismo, se observa una cantidad constante de restaurantes y cafeterías en el cantón, y, solo en el año 2019, el número de plazas y cafeterías aumentaron. Sin embargo, en las fuentes facilitadas por el

Departamento de Turismo de Patate, se presenta una cantidad mayor en cuanto a plazas y establecimientos, principalmente en los años 2017 y 2018.

Además, es preciso señalar que no se han considerado a los establecimientos definidos como Fuentes de soda y otros que la Unidad de Turismo del cantón considera para el levantamiento de esta información, debido a los últimos cambios realizados en el Reglamento de Alimentos y Bebidas del Ministerio de Turismo, donde ya no constan en la clasificación este tipo de establecimientos. Pese a ello, se identificó que el Departamento de Turismo de Patate toma en cuenta a aquellos establecimientos que ofertan la gastronomía típica de la localidad, como aquellos que venden arepas de zapallo, espumillas, helados, entre otros, sumando un total de 37 establecimientos (PDOT Patate, 2019).

Para terminar, se expone que existe un mayor número de establecimientos y plazas para ofrecer el servicio de alimentación basado en la gastronomía típica de Patate. Este crecimiento puede deberse a que, posterior a la denominación de Patate como Pueblo Mágico, la población se animó a crear más establecimientos de este tipo por su variedad en productos alimenticios. Además, es preciso resaltar que en Baños de Agua Santa la oferta gastronómica es menor, pues esta se especializa más en ofrecer actividades en deportes de aventura y aguas termales, pero, no cuenta con una oferta gastronómica que resalte. Por tanto, al contemplar a Patate como un territorio complementario de vista a Baños, la gastronomía se convierte en la fortaleza de este, que además se trata de un tema de patrimonio cultural intangible.

Tabla 7

Servicios de Operación e Intermediación Turística del cantón Patate.

Año	Agencia de Viajes Mayorista	Agencia de Viajes Internacional	Operadora Turística	Agencia de Viajes Dual
2015	-	-	-	1
2016	-	-	1	1
2017	-	-	1	1
2018	-	-	2	1
2019	-	-	2	
Total	-	-	6	4

Nota: Cantidad de establecimientos turísticos de Patate regulados por el Ministerio de Turismo. Catastros de servicios turísticos del Ecuador (2022f).

Respecto al servicio de operación e intermediación turística de Patate, se puede evidenciar que solamente existen 2 operadoras turísticas y 1 agencia de viajes dual, aunque, para el año 2019, esta última ya no consta en los catastros tanto del Ministerio de Turismo como en los sub catastros proporcionados por la Unidad de Turismo de Patate.

Además, mediante la realización de visitas de campo, se pudo constatar que estas agencias no operan físicamente en el territorio, es decir, no cuentan con un establecimiento que facilite estos servicios y solo se concentran en realizar recorridos para los turistas que previamente los contactan de manera virtual para solicitar sus servicios disponibles. Por tanto, se puede mencionar que las operadoras turísticas están mayormente concentradas en Baños de Agua Santa, y, en esta zona de Tungurahua, se enfocan en trabajar con deportes de aventura y turismo natural. El objetivo es que, a través de la asociatividad, las agencias de Baños que ya poseen un mercado cautivo e identificado, incluyan en su oferta a Patate y, por ende, al territorio le corresponde diseñar rutas turísticas.

Si bien Patate no cuenta con operadoras físicas, esto tampoco es un obstáculo para que el desarrollo en turismo de la zona se lleve a cabo, ya que las operadoras de turismo se ubican en Baños de Agua Santa. El reto está en que las operadoras de Baños, incluso de otros cantones y provincias cercanas, incorporen entre su oferta a Patate, pero antes, es necesario enfocarse en fortalecer sus atractivos, y aprovechar su nombramiento como Pueblo Mágico del Ecuador.

Adicionalmente, la Unidad de Turismo de Patate manifestó que se encontraban en el proceso de elaboración de rutas turísticas, que incluyen a varios atractivos de todas las parroquias rurales y la parroquia Matriz, para así brindar estas rutas o productos a las operadoras, y que estas las promocionen y las vendan.

Esto permitió identificar que la declaratoria de Pueblo Mágico en Patate, como ya se mencionó, se basa en una festividad y, al momento de la nominación, no se consideraron otros aspectos como la estacionalidad turística, ni la diversificación de productos. Además, no se ha trabajado en un tema de asociatividad con Baños de Agua Santa, un destino turístico consolidado en la provincia y a nivel nacional, con mayor afluencia turística. Por tanto, la declaratoria queda simplemente en un papel o eslogan, y no en algo que fortalezca al territorio y su vocación, pues, después de la declaratoria no se han presentado acciones concretas para que esto suceda.

Para finalizar, en cuanto al desarrollo de establecimientos turísticos en Patate, se concluye que la cantidad de estos se ha mantenido constante entre los años analizados, pero, se identificó que en el año 2019 hubo un aumento en el número de establecimientos y plazas tanto en alojamiento como de servicios de alimentos y bebidas, según el caso del registro realizado por el Ministerio de Turismo, y por parte del catastro levantado por la Unidad de Turismo del GAD Municipal, se presenta una cantidad continua de estos establecimientos.

También, es importante considerar que, para finales de ese año, el cantón recibió su nominación como Pueblo Mágico del Ecuador, por lo que esto pudo generar expectativas en la población y debido a ello aumentaron los negocios turísticos.

Sin embargo, como ya se mencionó, la declaratoria se ha quedado como un documento, una promoción o etiqueta que generó una expectativa que no ha sido cubierta, pues la zona no ha contado con el respaldo de acciones concretas para el mejoramiento del territorio en aras del desarrollo turístico, donde no solo se trata de aumentar el número de establecimientos turísticos, sino, en determinar la potencialidad del mismo y en base a ello apoyarse en todos los actores que influyen en el turismo de la provincia.

1.5. Análisis de inventario de atractivos turísticos

Como parte final del análisis, se revisó el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Patate 2018-2022, realizado por el Departamento de Turismo del GAD Municipal. El objetivo de esta revisión fue determinar los atractivos turísticos disponibles en el cantón, debido a que estos conforman la parte más importante para el desarrollo del turismo en el territorio.

De esta manera, se indica que en el cantón Patate existen 3 atractivos naturales y 6 atractivos culturales, dando un total de 9 atractivos turísticos entre la jerarquía I y III, como se indica a continuación.

Tabla 8

Atractivos turísticos del cantón Patate.

Descripción	Tipo Natural	Tipo Cultural	Jerarquía
Cascada Mundug	X	-	I
Cascada Las Golondrinas	X	-	I
Parque Nacional Llanganates	X	-	I
Fiesta en Honor al Señor del Terremoto	-	X	III
Basílica Señor del Terremoto	-	X	II
Museo Señor del Terremoto	-	X	II
Museo Arqueológico Sucre	-	X	II
Fiestas de Corpus Christi, Parroquia Sucre	-	X	I
Arepas y Chicha de uva	-	X	II
Feria Dominical Eterna Primavera	-	X	-

Nota: Listado de atractivos turísticos del cantón Patate. Plan de Desarrollo Turístico de Patate. Por GAD Municipal de Patate (2018).

Estos atractivos turísticos fueron determinados siguiendo la metodología impuesta por el Ministerio de Turismo en el Manual de Atractivos Turísticos, en el cual se especifican cuatro niveles de jerarquización.

En el caso de Patate, los atractivos turísticos se encuentran principalmente bajo la jerarquía I y II, tanto en atractivos naturales como culturales, y únicamente el Parque Nacional Llanganates posee jerarquía III. De estos atractivos, la Basílica, la Fiesta del Señor del Terremoto, la Cascada Mundug, la gastronomía típica donde destacan las arepas de zapallo, chicha de uva y espumillas, incluso la visita a los huertos frutales, son las principales potencialidades turísticas de Patate, y que actualmente, se dirigen a un público constituido por familias, sean de cantones o provincias aledañas. Sin embargo, la visita al Parque Nacional Llanganates, es una oportunidad desaprovechada, debido a la falta de operación turística en la zona y la baja accesibilidad al mismo. También, es importante recalcar que existen otros

recursos turísticos naturales que la Unidad de Turismo de Patate considera dentro de sus atractivos, sin embargo, por el mismo hecho de que requieren de infraestructura y equipamiento, no se han considerado dentro del análisis expuesto.

Es evidente que los elementos que se pueden apreciar en el cantón poseen características peculiares, que llaman la atención de los visitantes y que ofrecen una experiencia diferente a la que se puede obtener en Baños de Agua Santa, la cual está más enfocada al Turismo de Aventura. Por tanto, la oferta de Patate podría complementar la estancia en esta zona de la provincia de Tungurahua. No obstante, Patate aún debe trabajar en algunos aspectos como señalética turística, cobertura de servicios complementarios, alimentación, transporte, operación, guianza, entre otros; para consolidar productos turísticos que puedan ofrecerse en el mercado.

En conclusión, este análisis demuestra los retos para el desarrollo turístico de Patate que, teniendo varios recursos y atractivos turísticos con los que se pueden trabajar, la falta de asociatividad con destinos turísticos consolidados como Baños de Agua Santa, dificulta el fortalecimiento de la vocación turística del cantón.

El número de atractivos turísticos y su jerarquía en territorio patateño, no le permiten consolidarse como un destino turístico dentro de la provincia. Y tal parece que, la declaratoria de Pueblos Mágicos a Patate, ha dificultado enfocar esfuerzos en la oferta turística del territorio, al encontrarse frente a un destino con el que Patate pretende competir. Lo cual es contradictorio, considerando que el programa Pueblos Mágicos busca aprovechar determinadas características singulares que llamen la atención de los visitantes, para consolidarse como un territorio complementario.

CAPÍTULO II: EFECTIVIDAD DEL PROGRAMA PUEBLOS MÁGICOS Y DESARROLLO TURÍSTICO

2.1. Actores principales y política pública turística

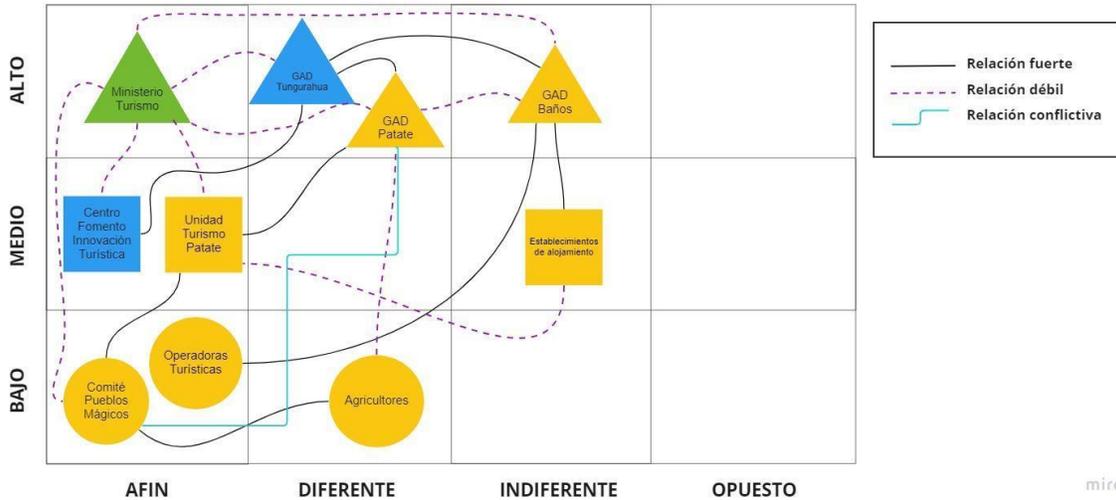
En todo territorio, existe diversidad de actores que influyen en el desarrollo del mismo, estos actores se reconocen según sus funciones y principalmente pertenecen a sectores públicos y privados. No obstante, aquellos que forman parte del sector público, son los que tienen incidencia sobre la política de un espacio geográfico determinado.

Por tanto, es fundamental resaltar este tema, pues las autoridades gubernamentales son los encargados de crear y gestionar las acciones que componen a la política pública, con el objetivo de satisfacer las necesidades de la población. Sin embargo, como se mencionó con anterioridad, la tarea de llevar a cabo políticas públicas en un territorio no solo le corresponde a la parte pública, sino, también es importante considerar la participación de distintos actores, más aún, tratándose de turismo, ya que las influencias de todos ellos aportan a un mejor desarrollo de la política turística, de ahí la importancia en enfatizar quienes trabajan en el territorio y cómo se vinculan en él.

Entonces, conforme a la observación de campo y obtención de información primaria en el cantón Patate, los principales actores que influyen en el turismo del territorio y, por tanto, también en el desarrollo del programa de Pueblos Mágicos del Ecuador, se presentan en la siguiente figura.

Figura 1

Mapeo de actores que intervienen en la actividad turística de Patate.



Nota: En el gráfico se puede identificar a los actores del sector público, privado y por parte de la comunidad anfitriona que influyen en el turismo del cantón Patate. Elaboración propia.

Para la elaboración del mapeo de actores se trabajó con el software *Miró*, una herramienta que, mediante esquemas de sociogramas, permite establecer el nivel de incidencia y afinidad de los actores sobre un espacio o territorio, considerando en este caso a la acción turística.

Con base a ello, en primer lugar, se encuentran los actores afines a la actividad turística, tales como el Ministerio de Turismo, Centro de Fomento de Innovación Turística de Tungurahua, la Unidad de Turismo de Patate, Comité de Pueblos Mágicos y Operadoras Turísticas. Se demuestra que el Ministerio de Turismo posee un nivel alto de influencia en el territorio, pero su relación con otros actores afines como la Unidad de Turismo de Patate y el Comité de Pueblos Mágicos del mismo cantón es débil, puesto que estos se han visto en la necesidad de trabajar individualmente, tanto en aspectos de promoción, planificación entre otros que se detallarán más adelante. Así mismo, mantiene un vínculo débil con los Gobiernos Municipales de Patate y Baños de Agua Santa, esto tiene que ver con el manejo de

información turística en el territorio, en cuanto a los procesos de regulación de establecimientos y cifras, además que el Centro de Fomento e Innovación Turística de Tungurahua también se concentra en ofertar los productos y atractivos de la provincia, pero no se observa una mayor conexión entre estos actores para el manejo de información en procesos de toma de decisiones.

Además, se encuentran las operadoras turísticas como afines al turismo, pero no presentan una relación con todos los actores que están en esta sección, pues no han sido incluidas en los procesos o acciones para que el programa se lleve a cabo, ya que estas deberían estar interesadas en ofertar a Patate como Pueblo Mágico. Sin embargo, las operadoras turísticas no promocionan al cantón y tampoco han generado productos turísticos a partir de su declaratoria. Aunque se considere como un actor afín, no tiene capacidad de decisión, sino, capacidad operativa, la cual puede crear esos productos turísticos basados en la nominación de Patate como Pueblo Mágico, pero no lo realiza porque no existe una conexión entre estos actores. Esto ha provocado que los actores afines a la actividad turística trabajen individualmente y actúen sin coordinación para que los objetivos del programa se cumplan. En consecuencia, se ha producido una mayor inversión en temas de promoción turística relacionadas al nombramiento de Patate como Pueblo Mágico, pero sin presentar resultados favorables para el territorio.

En segundo lugar, se encuentran los actores diferentes, entre ellos están el GAD de Tungurahua, el GAD Municipal de Patate y agricultores de Patate, quienes son distintos debido a que su función principal no es la actividad turística, sino que participan en procesos relacionados a la planificación, gestión y producción en el territorio desde distintos ámbitos, sin embargo, su accionar puede tener un papel importante para el desarrollo del turismo.

Tal es el caso del GAD Municipal de Patate que puede apoyar, de acuerdo a sus competencias, con infraestructura y equipamiento necesarios para que la actividad turística se realice. Entre otras de sus competencias se encuentra la regulación del uso y gestión del suelo, de tal manera que, la elaboración de documentos como el

Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del cantón, permita aprovechar el territorio con fines turísticos.

Por otra parte, una de las competencias del Gobierno Provincial de Tungurahua, es fomentar el desarrollo de actividades productivas, de las cuales se incluyen las agropecuarias y turísticas. Si bien los gobiernos poseen un nivel alto de influencia y decisión en el territorio, los agricultores también podrían desempeñar un papel fundamental para el desarrollo del agroturismo, pues podrían complementarlo a sus productos o acciones diarias de trabajo.

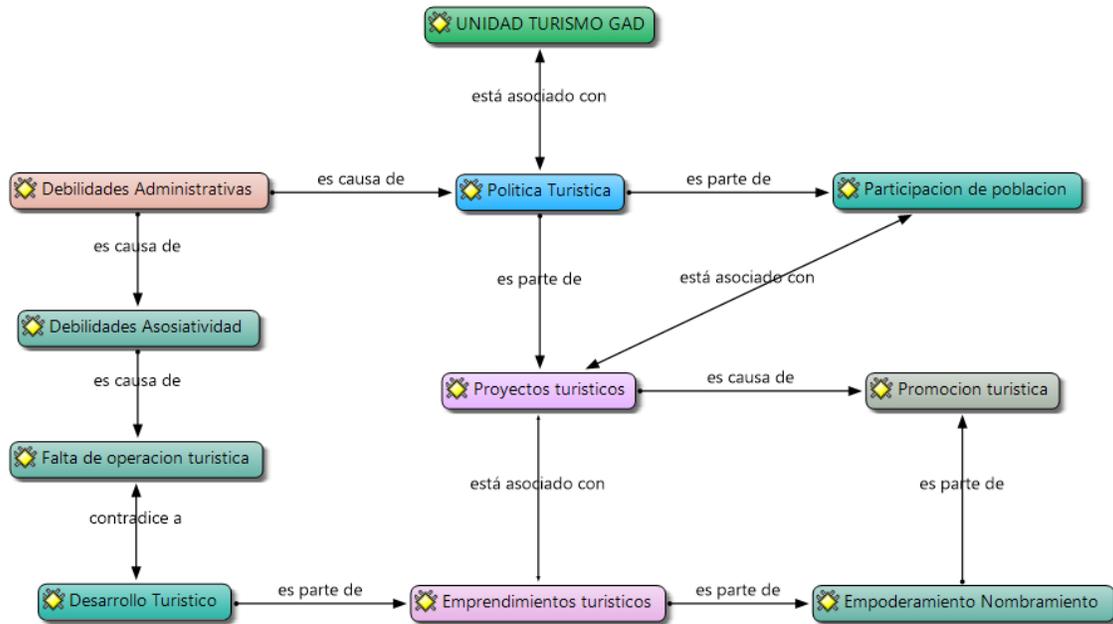
Pese a ello, los agricultores presentan una relación débil con el GAD Municipal por razones de un deficiente apoyo en infraestructura que permita el fomento de dicha actividad en el cantón, además de que el GAD Municipal mantiene una fuerte relación con el GAD Provincial. Sin embargo, no se observan acciones respecto a sus competencias para apoyar al turismo, que en consecuencia también afecta a la implementación del programa de Pueblos Mágicos en Patate. Es importante resaltar que entre el GAD de Patate y el Comité de Pueblos Mágicos del mismo cantón existe una relación conflictiva, pues este último ha realizado actividades para el desarrollo turístico de Patate, como la organización de emprendedores de la comunidad y promoción turística, pero, sin aportes del Gobierno Municipal.

Por último, se encuentra grupo de actores indiferentes, quienes, de igual manera, realizan otro tipo de actividades y funciones en el territorio, pero tampoco presentan un interés en el ámbito turístico de Patate y la implementación del programa en este cantón. Sin embargo, su nivel de influencia puede afectar al desarrollo del turismo en el territorio. Esta sección se conforma por el GAD Municipal de Baños de Agua Santa y establecimientos de alojamiento del mismo, además, comprenden un poder de influencia alta y media en la actividad turística de Patate, por lo cual, es necesario incluirlos para la prestación de servicios complementarios. No obstante, se puede observar que la relación entre ambos cantones es débil, debido a que el nivel de asociatividad para trabajar conjuntamente en turismo, es inexistente.

2.2. Visión del sector público

Figura 2

Percepciones de la Unidad de Turismo de Patate con relación al Programa Pueblos Mágicos.



Nota: Red semántica de los principales fundamentos que influyen en el desarrollo turístico de Patate como Pueblo Mágico. Elaboración propia.

Para el análisis de las percepciones de los actores que están involucrados en el turismo y el programa, se ha considerado segmentarlos según el sector de actividad al que pertenecen. En el caso del sector público, está la Unidad de Turismo del GAD Municipal de Patate, de la cual se entrevistó al director de dicha Unidad.

En primera instancia, el director expresó que la razón principal para que Patate postule al nombramiento como Pueblo Mágico, se debió a la necesidad de demostrar la potencialidad turística del cantón, basada en sus atractivos culturales y naturales, incluso su nivel de productividad, por lo que este programa se veía como una oportunidad para lograr aquello, además de generar mayor afluencia de turistas.

Para que Patate pudiese obtener este nombramiento, además de cumplir con todos los requisitos establecidos en el programa, se debía demostrar que el cantón posee un elemento único para ofrecer, que en este caso es su patrimonio cultural inmaterial, manifestado en las Fiestas del Señor del Terremoto. Este se considera como su atractivo turístico principal y por el cual fueron reconocidos dentro del mencionado programa. Además de esta festividad, entre sus atractivos también se considera su gastronomía típica, como las arepas de zapallo y la chicha de uva, el agroturismo, y espacios naturales y culturales de sus parroquias rurales. No obstante, esto demuestra que no existe una conexión entre el territorio y la declaratoria, puesto que, la declaratoria es tácita sobre dicha festividad, mientras que, en el territorio, están más enraizadas las actividades gastronómicas, ambientales y productividad, las cuales se consideran como características que soportan esta denominación de Patate como Pueblo Mágico. Sin embargo, esto no es cierto, debido a que no se expresa en la declaratoria del cantón, es decir en la documentación oficial.

En cuanto a políticas públicas y turísticas, posterior al nombramiento como Pueblo Mágico, en Patate se implementaron nuevas ordenanzas con la finalidad de apoyar el fortalecimiento del turismo, tanto en planificación urbana, infraestructura, oferta turística y la participación de la población a través del Comité Ciudadano de Pueblos Mágicos. Por lo que, según el director de la Unidad de Turismo del cantón, esto ha resultado en el aumento de establecimientos turísticos y emprendimientos de los pobladores, ya que se ha observado que las visitas a Patate han incrementado. Sin embargo, los datos que evidencian este incremento de visitantes, solamente corresponden al año 2019. Posterior a este periodo, no se presentan cifras, específicamente del año 2021 e ignorando el periodo de pandemia, por lo que no se puede evidenciar como ha sido su proceso de reactivación turística y si sus visitas han aumentado como tal. Aun así, el director considera que esta es la realidad turística de Patate y que los turistas visitan el cantón mayormente en el mes de febrero, debido a las Fiestas del Señor del Terremoto, y en el mes de septiembre por sus fiestas de cantonización, agregando que los fines de semana también

reciben un gran número de visitas. No obstante, es importante resaltar que al considerar a las festividades de Patate como sus atractivos principales, esto podría representar una debilidad, ya que el cantón dependería únicamente de ello para lograr un incremento en su desarrollo turístico, por lo que Patate necesita fortalecer otros atractivos.

Así mismo, se expresó que los turistas también se dirigen hacia las parroquias rurales de Patate, tales como Los Andes y El Triunfo, donde se desarrollan actividades de agroturismo y naturaleza.

Además, respecto a las motivaciones de visita a Patate por parte de los turistas, el entrevistado mencionó que la curiosidad por saber de qué es un Pueblo Mágico, y conocer la variedad de productos agropecuarios y ornamentales de la localidad, son las razones principales de la visita al cantón. Agregando que, los visitantes pertenecen a un público familiar y de tercera edad, tanto en turistas nacionales como extranjeros, que principalmente provienen de Quito, Ambato, Latacunga, Guayaquil y de países como Estados Unidos, Canadá y Reino Unido. No obstante, es importante resaltar que sobre dicha información no se presentan cifras, a pesar de que existe esta opinión, la realidad es que, al momento de buscar datos, esto no se evidencia.

Sin embargo, debido a que se mencionó que la afluencia turística en Patate ha aumentado, el director también rescató que se están diseñando otros proyectos, enfocados en señalética turística, promoción y otras facilidades para los atractivos turísticos más frecuentados por el público objetivo de Patate. Por tanto, se han mencionado algunas de las actividades que la Unidad de Turismo realiza para fomentar el desarrollo turístico en el cantón. Estas, también requieren de la participación de la comunidad anfitriona, a razón de que existe una parte de la población que no identifica un beneficio absoluto del programa. Así mismo, el entrevistado expresó que la población también es partícipe de este proceso de desarrollo, al empoderarse de la nominación, usando el logo oficial de Pueblos Mágicos, tanto en sus productos como establecimientos. Lo que, para el director,

esto comprende una muestra del apoyo por parte de la población hacia el programa para aprovecharlo y ejercer la actividad turística en el cantón.

Es fundamental agregar que, el Comité de Pueblos Mágicos de Patate, también trabaja en conjunto con los habitantes para el desarrollo y promoción de los emprendimientos turísticos. Por tanto, la Unidad de Turismo de Patate, considera que el Programa Pueblos Mágicos Ecuador efectivamente ha aportado al desarrollo turístico del cantón, pues el director de dicha Unidad, mencionó que la nominación se ha aprovechado para fortalecer el interés de las personas por visitar Patate. Además, expresó que han obtenido convenios con gobiernos de otras provincias y han participado en ferias realizadas en distintos cantones del país que también poseen la declaratoria como Pueblos Mágicos.

Adicionalmente, el cantón se encuentra en la ejecución del Proyecto Integrador de Sostenibilidad Turística de Patate encabezado por la Escuela de Hospitalidad y Turismo de la Universidad de las Américas (UDLA) y, el pasado 21 de abril del año 2022, se llevó a cabo la clausura de la primera fase del mismo, el cual, pretende impulsar el desarrollo turístico y sostenible del cantón. En esta primera fase, se levantó información sobre la situación actual del cantón en los ámbitos económico, social, educativo, ambiental y turístico para así, proporcionar planes de mejora en los casos donde Patate haya obtenido puntajes bajos, con la finalidad de lograr que el cantón sea un destino sostenible con el tiempo.

Como resultado de este proceso, se obtuvo que Patate presenta un puntaje bajo en aspectos ambientales y estadísticas, por lo cual, en la segunda fase de este proyecto, se realizarán los planes de mejora en estos ámbitos, especialmente para la zona alta del Parque Nacional Llanganates, senderos turísticos, entre otros aspectos ambientales. También, se llevarán a cabo los diseños de tres rutas turísticas que incluyen a las cuatro parroquias del cantón.

Ahora bien, se ha demostrado que el sector público ha realizado varias actividades y desempeñado diferentes funciones para que Patate reciba este nombramiento y a su vez, para mantenerlo. Sin embargo, es importante destacar que gran parte de estos esfuerzos solamente lo realiza el personal que conforma la Unidad de Turismo de Patate, quienes a pesar de que demuestran el compromiso y la intención de lograr que el cantón se desarrolle turísticamente, también deben precisar de otros actores y estrategias, es decir, se pudo identificar que existe un nivel muy bajo de asociatividad entre otros destinos de la provincia de Tungurahua, como Baños de Agua Santa.

Al considerar a Baños como un destino consolidado dentro la provincia, cercano a Patate, y que posee una amplia planta turística para el desarrollo de actividades, es importante resaltar que este solo se concentra en turismo de aventura y de naturaleza, el turismo cultural y gastronómico es casi nulo. Por otra parte, Patate cuenta con una oferta amplia en estas tipologías turísticas, entre otras actividades que pueden complementar la visita a Baños.

En análisis anteriores del presente estudio, se demostró que la oferta de alojamiento en Patate es escasa, pero sus atractivos pueden representar una fortaleza en la actividad turística. Además, se definió que la vocación de Patate puede corresponder a destino complementario de la visita a Baños de Agua Santa, por lo que no requerirá de la ampliación de establecimientos de alojamiento, sino de la oferta en atractivos y mejora de infraestructura. Con la realización del proyecto de sostenibilidad en conjunto con la UDLA, Patate tiene la oportunidad de crear productos o rutas turísticas con la ayuda de académicos y profesionales en esta área, y así, reforzar su desarrollo turístico.

En suma, el trabajo conjunto entre Patate y Baños de Agua Santa, lograra que la afluencia turística incremente y beneficie a las dos partes. De igual forma, el cantón requerirá de la promoción y venta de los nuevos productos que se elaboren, por lo que, el asociarse con las operadoras turísticas de Baños, otros cantones y provincias cercanas, las cuales también pueden crear otros productos basados en

el nombramiento del cantón, fomentará el accionar del turismo en Patate. Además del reconocimiento de este como primer Pueblo Mágico del Ecuador.

En última instancia, es conveniente recordar que, para lograr los objetivos del programa en cuestión, la coordinación y asociatividad entre actores involucrados en la actividad turística son los pilares fundamentales para que esta se lleve a cabo, de manera eficiente y con resultados favorables. Aunque la Unidad de Turismo de Patate se empeñe de manera independiente en dar a conocer el cantón, siempre va a requerir del apoyo de otros actores de turismo que también trabajan en la provincia y el país para lograr sus metas de manera integral.

2.3. Intervención del sector privado

Para analizar el rol que desempeña el sector privado para la prestación de servicios en el territorio, y conocer sus percepciones acerca del programa Pueblos Mágicos, se realizaron entrevistas a operadoras turísticas y establecimientos de alojamiento del cantón Baños de Agua Santa, seleccionados por conveniencia, tal como se expuso en la metodología para la elaboración del presente estudio.

Por una parte, el diálogo establecido entre las operadoras turísticas del cantón Baños de Agua Santa, dan como resultado los siguientes puntos.

- En primer lugar, las operadoras turísticas evidentemente conocen el cantón Patate debido a la cercanía con Baños de Agua Santa. Además, es de su conocimiento que Patate es denominado Pueblo Mágico, salvo un grupo reducido de operadores. Sin embargo, desconocen las razones por las que Patate obtuvo dicho nombramiento, pues solamente reconocen el nombre del programa y señalaron algunos de los elementos culturales importantes del cantón, como la variedad de plantas, frutas, y la gastronomía típica de Patate.

- En segundo lugar, el principal producto turístico que se vende en Baños, está relacionado a actividades de aventura y naturaleza, por lo que el cantón abarca una demanda muy numerosa en cuanto a este tipo de turismo. Patate, por otro lado, ha definido su mercado potencial a personas que corresponden a un grupo familiar, cuyas motivaciones para visitar Patate, es el descanso y el esparcimiento. Lo que conduce al último punto.
- Las operadoras turísticas de Baños de Agua Santa excluyen a Patate de sus productos y servicios, debido a la inexistencia de un producto turístico consolidado en este cantón. Según lo expresan, si Patate llega a determinar un producto turístico de interés para el público, los operadores turísticos considerarían incluirlos dentro de su oferta. Aunque estos también afirman que los turistas que llega a Baños, realizan actividades en el mismo territorio, por lo que los intentos por armar un recorrido turístico a Patate, son nulos. Incluso, los operadores pueden mostrarse indiferentes al desarrollo turístico de Patate, debido a que Baños ya es un destino turístico consolidado en la provincia, y al parecer no requiere de la influencia de otro territorio para ejercer sus actividades en la industria del turismo.

Si bien, las operadoras turísticas de Baños aseguran recomendar la visita a Patate, considerándolo como un elemento complementario a Baños, estas no realizan ningún esfuerzo por operar en el cantón Patate, esto es comprensible, pues las autoridades de la Municipalidad de Patate no han generado los medios o han sentado las bases para lograr la cooperación entre el sector público y privado.

Considerando que, en el territorio de Patate no se dispone de ninguna operadora turística física, la socialización y el fortalecimiento de las relaciones con estos actores establecidos en Baños, es imprescindible. El GAD Municipal de Patate necesita dar a conocer los elementos con potencialidad turística de su territorio para que los operadores turísticos conozcan los beneficios de trabajar con Patate, al

mismo tiempo, esto daría paso a la creación de productos turísticos consolidados para ofrecerlos en el mercado.

Por otra parte, los propietarios de hostales y hoteles también parecen concordar con algunas afirmaciones que se abordaron con anterioridad. Al igual que los operadores turísticos, los propietarios de hostales y hoteles de Baños de Agua Santa, conocen Patate. Sin embargo, la mayoría de ellos desconocen de qué se trata el programa Pueblos Mágicos del Ecuador, y menos aún, que el cantón Patate es un Pueblo Mágico, exceptuando aquellos propietarios que también se dedican a la operación turística como segunda opción de negocio.

Este último grupo, considera que el programa permite dar a conocer la cultura y el patrimonio de Patate al público, al mismo tiempo que contribuye al turismo en el territorio, y que resulta beneficioso para el pueblo patateño. Sin embargo, para los propietarios de hostales y hoteles de Baños en general, el programa Pueblos Mágicos es un tema que pasa desapercibido, es decir, su existencia no los beneficia ni los perjudica en absoluto, puesto que, el turismo en este cantón influye fuertemente para que los turistas se hospeden en Baños. Esto pone en manifiesto que, el sector de alojamiento de Baños no encuentra beneficio en la oferta de Patate y las actividades que el turista puede realizar en dicho cantón. Pues no se ha considerado que la estadía de los huéspedes en hostales y hoteles de Baños puede prolongarse; y, por ende, se generaría un mayor gasto si los turistas también deciden visitar a Patate.

No obstante, tal como sucede con las operadoras turísticas, el tema de asociatividad es bastante débil entre ambos territorios, lo que impide aprovechar las oportunidades del trabajo conjunto.

Además, nuevamente se destaca la necesidad de un producto turístico consolidado que permita conocer y promocionar a Patate como Pueblo Mágico, pues uno de los actores entrevistados, mencionó que en ocasiones los turistas suelen consultar sobre otras actividades distintas a las relacionadas con aventura o adrenalina, y

este usualmente recomienda algunas actividades que conoce que se pueden realizar en Patate, como la visita a huertos y viveros, degustación de comida típica, entre otras. En adición, el sector hotelero concuerda que las fechas idóneas para visitar Patate son los feriados, y que definitivamente, puede constituir un territorio complementario para Baños, ya que los feriados nacionales son temporadas de mayor afluencia turística. No obstante, se evidenció que gran parte de los actores que pertenecen al sector privado, desconocen los beneficios de trabajar en conjunto con un territorio cercano como Patate, el cual, puede aportar con la diversificación la oferta turística en esta zona de la provincia.

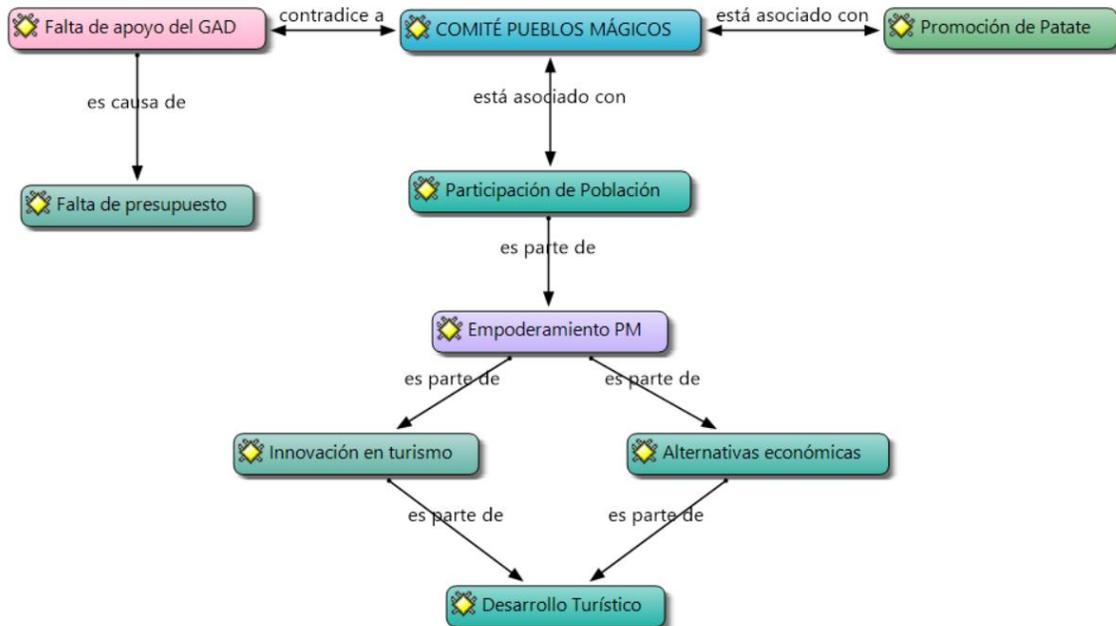
Entonces, se evidencia la importancia de la asociatividad entre los actores involucrados, principalmente en la creación de productos turísticos que puede traer beneficios para quienes trabajan en turismo. Considerando que esto contribuye en el desarrollo turístico de Patate.

Por tanto, es necesario fortalecer el aprovechamiento de recursos y atractivos turísticos de Patate para la integración de un producto diferenciado, que pueda ofertarse por operadoras turísticas o agencias, al mismo tiempo, considerar el apoyo del sector hotelero de Baños, donde se distribuirá el flujo turístico hacia Patate. De esta manera, se contempla a la asociatividad entre actores públicos y privados como un punto clave en el desarrollo turístico de Patate, además del aprovechamiento de su nombramiento como Pueblo Mágico del Ecuador.

2.4. Intervención del Comité de Pueblos Mágicos de Patate

Figura 3

Percepciones del Comité Pueblos Mágicos Patate con relación al Programa Pueblos Mágicos.



Nota: Red semántica de los principales fundamentos expuestos por el presidente del Comité Pueblos Mágicos Patate y que influyen en el desarrollo turístico de Patate como Pueblo Mágico. Elaboración propia.

Como último punto del análisis de actores involucrados, se encuentra el Comité de Pueblos Mágicos, en representación de la población. Para ello, se entrevistó al presidente de dicho comité, para conocer el papel que desempeña en el programa Pueblos Mágicos, y el proceso de desarrollo turístico en Patate.

En primer lugar, es importante mencionar que la conformación del Comité fue un requisito para que una localidad sea nominada como Pueblo Mágico. En el caso de Patate, el comité fue creado mediante la convocatoria a una asamblea donde, de manera democrática, se seleccionaron a las personas que conformaran los cargos

de presidente, secretario y vocal. Sin embargo, este proceso no contó con la mayor participación de la comunidad, según lo manifestado por el entrevistado. Esto demuestra que el interés de la población de Patate respecto al programa Pueblos Mágicos durante el proceso de postulación, fue bajo. A pesar de ello, el actual presidente del Comité ha realizado acciones para que la población se empodere del nombramiento, y contribuya al desarrollo turístico del cantón, tras su declaratoria como Pueblo Mágico.

La importancia del comité para la ejecución del programa es mayor, pues es la entidad que representa a la población en la toma de decisiones del territorio. Sin embargo, la realidad respecto a la intervención y poder de decisión del Comité de Pueblos Mágicos de Patate frente al GAD Municipal, presenta algunos inconvenientes.

Actualmente, el presidente del Comité Pueblos Mágicos Patate se encarga de la integración de los pobladores en la actividad turística, además de la promoción, la cual realiza de manera independiente, sin involucramiento del GAD Municipal. Debido a ello, se han identificado algunas dificultades para establecer una buena relación entre estos actores.

El presidente del Comité manifestó que se encarga de la elaboración de material promocional para dar a conocer los lugares y atractivos turísticos que Patate tiene para ofrecer al público, pero, este trabajo lo realizan únicamente los miembros del Comité con sus propios medios y equipo. Por lo que, no reciben ningún rubro o financiamiento para realizar este trabajo.

A pesar de que no exista un trabajo coordinado entre el Comité de Pueblos Mágicos y la Municipalidad de Patate, el Comité ha logrado que la población se empodere de la declaratoria de Pueblo Mágico. Dicho empoderamiento ha permitido que la población trabaje por un bien común, que es el salvaguardar su patrimonio, su identidad, y por supuesto, dinamizar las actividades económicas del cantón incorporando la actividad turística a sus medios de producción. Por ello, el Comité

conjuntamente con un grupo organizado de pobladores, dieron origen a EMTURI (Emprendimientos Turísticos Patate), un grupo de emprendedores que buscan oportunidades en la industria del turismo.

Entre otras acciones que el comité ha llevado a cabo, se concentraron en convencer a los pobladores que residen alrededor del parque central de Patate, Simón Bolívar, para pintar sus casas siguiendo una gama de colores de las frutas que se producen en el cantón. Aunque parezca una acción sin tanta relevancia, en realidad denota el interés del Comité y de la población respecto a la implementación del programa Pueblos Mágicos en el territorio, además de que esta remodelación también tuvo que ver con los procesos de integración del cantón en la postulación para obtener dicha nominación.

Por otra parte, tras la declaratoria de Patate como Pueblo Mágico, la población se ha reinventado, es decir, se han presentado iniciativas para evitar la intermediación en la venta de productos agrícolas de las parroquias rurales, donde los agricultores pretenden venderlos directamente al público, ofreciendo recorridos en los huertos frutales. Aunque, no se ha considerado que estas actividades contribuyen al desarrollo del agroturismo, puesto que no existe promoción que resalte las actividades relacionadas a este tipo de turismo en el cantón.

Estas acciones, otras actividades y proyectos que realiza la Unidad de Turismo de Patate conjuntamente con el Comité, contribuyen al desarrollo del turismo del cantón. Si bien los actores involucrados aseguran no compararse con destinos turísticos desarrollados, como Baños de Agua Santa, tal parece que los actores de turismo de Patate ven a Baños como un competidor, cuando no debería ser así.

De hecho, el programa Pueblos Mágicos establece entre sus objetivos, que aquellas localidades consideradas dentro del programa, están destinadas precisamente a establecerse como centros complementarios a los destinos turísticos consolidados más cercanos. Entonces, en el caso de Patate, al tener elementos y sitios de interés turístico, y ofrecer más actividades para realizar durante la visita, permiten prolongar

la estadía de los turistas en esta zona de la provincia, lo que se traduce en mayores beneficios para estos territorios.

Las autoridades locales parecen encontrarse en una competencia con los destinos que podrían contribuir al desarrollo turístico del cantón Patate, lo que impide fomentar la asociatividad, y enfocar esfuerzos en la creación de productos turísticos que puedan ofertar las operadoras de Baños, puesto que, en Patate, el tema de operación turística también es otro obstáculo que se debe superar.

Este mismo problema de asociatividad está presente entre el Comité de Pueblos Mágicos de Patate y el GAD Municipal, principalmente en temas de financiamiento para las distintas actividades que desempeña dicho comité en la localidad. Aunque, gracias a que la Unidad de Turismo ha gestionado diferentes actividades y estrategias en el proceso de ejecución del programa en conjunto con el comité, esto ha impedido el abandono del mismo.

Por tanto, es evidente que la participación entre todos los actores involucrados es imprescindible para alcanzar el desarrollo turístico del territorio. El programa Pueblos Mágicos ha motivado a todos los actores del territorio a involucrarse y contribuir al desarrollo turístico de Patate. Sin embargo, se han ignorado aspectos como la vocación turística, el poder del Comité en la toma de decisiones, entre otros inconvenientes, consecuencia de la actuación individual de los actores involucrados en el territorio. La deficiente organización en aspectos de planificación territorial, y las diferencias de interés entre los actores involucrados, definirán el éxito o fracaso del programa Pueblos Mágicos.

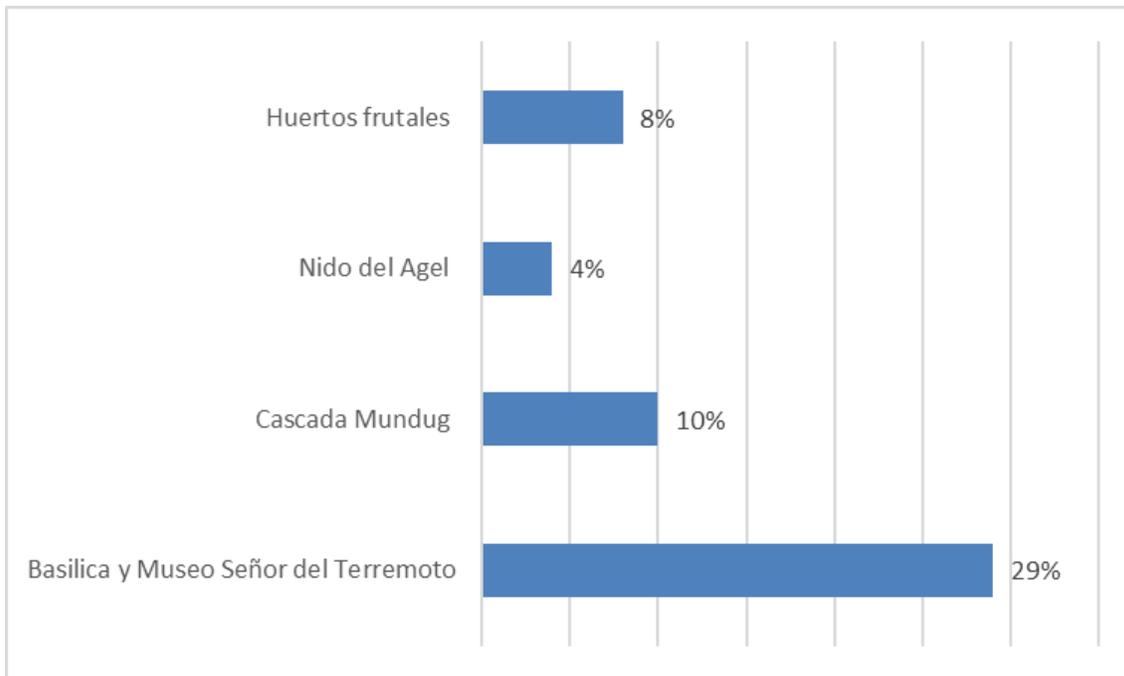
CAPÍTULO III: PATATE COMO DESTINO TURÍSTICO

3.1. Percepción de los turistas acerca del cantón Patate

Para conocer las percepciones respecto a la declaratoria de Patate como Pueblo Mágico, se aplicaron encuestas a los turistas que llegan a Baños de Agua Santa, debido a que en este cantón existe un mayor flujo turístico, y es cercano a la zona de estudio; eventualmente, ellos podrían constituirse como la demanda potencial de Patate. Las encuestas estuvieron dirigidas a turistas nacionales y extranjeros, mayores de 20 años de edad, cuyos resultados más importantes se muestran a continuación.

Figura 4

Atractivos turísticos del cantón Patate visitados por turistas nacionales.



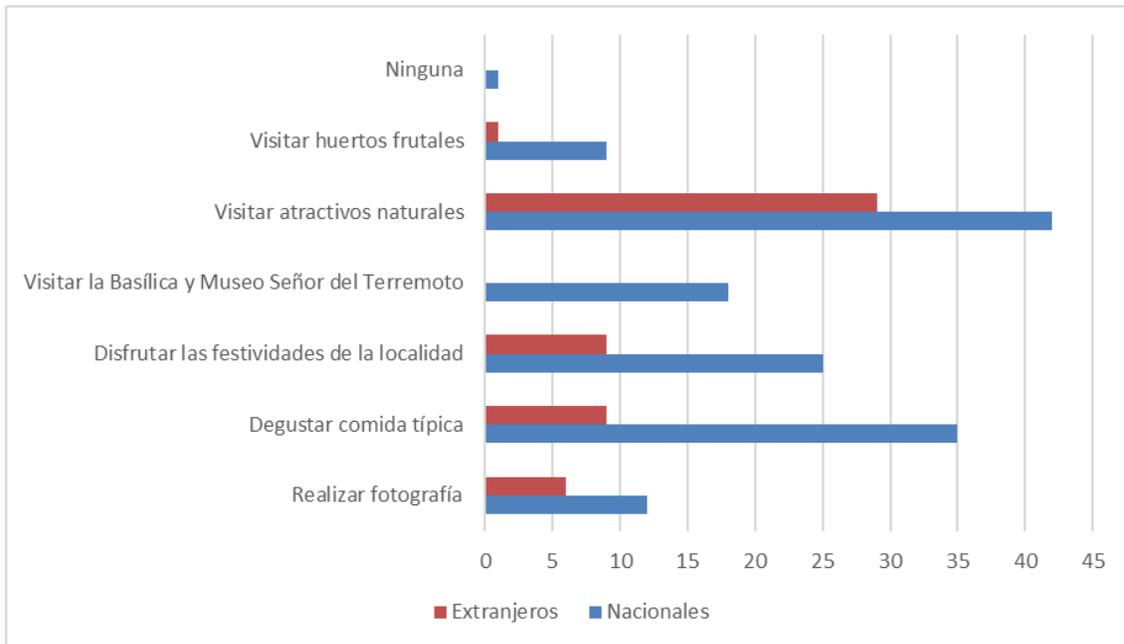
Nota: Las opciones fueron elegidas con base a los principales sitios o elementos de interés turístico de Patate.

Entre la primera sección de la encuesta, se plantearon preguntas para saber si los turistas conocen al cantón Patate y cuáles fueron los lugares que visitaron en su viaje; tomando en cuenta que, en su paso por Patate, se estas personas se considerarían visitantes, ya que su pernoctación la realizan en Baños de Agua Santa.

Del total de turistas encuestados, se encuentra un 71% de turistas nacionales y 29% de turistas extranjeros. Este último grupo, es decir, los turistas extranjeros, expresaron que no conocen Patate y que, por ende, no lo han visitado. Por parte de los turistas nacionales, solo el 44% de ellos afirmaron que sí han visitado el cantón, además, la mayoría de ellos solo visitó la Basílica del Señor del Terremoto y la plaza central Simón Bolívar de la parroquia La Matriz. Una cantidad menor de turistas, también visitaron la cascada Mundug y los huertos del cantón. No obstante, este grupo de encuestados manifestó que conocen Patate por su alta producción agrícola, pues también han visitado los huertos de agricultores y han realizado compras de estos productos en la Feria Dominical que se realiza en la cabecera cantonal, cercana a la plaza central de la misma. Además, ellos afirman que sólo han realizado actividades alrededor de la plaza central debido a que desconocen qué otras actividades se pueden realizar.

Figura 5

Actividades turísticas de Patate que prefieren los turistas nacionales y extranjeros.



Nota: Las opciones fueron elegidas con base a los principales sitios o elementos de interés turístico de Patate.

Respecto a las preferencias de turistas nacionales, expresaron que les gustaría realizar todas las actividades que podría ofrecer Patate, tanto en turismo vivencial, cultural y de naturaleza. Sin embargo, la mayoría opta por el turismo cultural sumando un 56%, entre actividades gastronómicas, festividades tradicionales y visitas a la Basílica del Señor del Terremoto. En este sentido, se podría decir que las preferencias de los turistas nacionales están mayormente dirigidas hacia un producto turístico cultural. Lo que guarda relación con el programa Pueblos Mágicos, puesto que las razones por las que Patate obtuvo su declaratoria, están relacionadas a sus recursos y atractivos culturales.

Además, respecto al programa de Pueblos Mágicos, esto guarda una relación, pues anteriormente se mencionó que parte de las razones por las que Patate obtuvo dicha declaratoria tiene que ver con sus recursos y atractivos culturales. Por tal

motivo, el cantón podría fortalecer este tipo de producto turístico, debido a que gran parte de la demanda turística nacional que posee Baños de Agua Santa, está interesada en ello, además de considerar que este cantón no se concentra en ofrecer actividades de este tipo turismo.

Si bien esto puede revelarse como una fortaleza de Patate en su oferta turística, es necesario resaltar que todavía existe un porcentaje mayor de turistas que no conocen el cantón, representado en un 56% entre nacionales y extranjeros, por lo que se presentan otras debilidades también mencionadas por algunos turistas, una de ellas es la conectividad.

Generalmente, los turistas nacionales usan su propio medio de transporte y esto permite que en su trayecto hacia Baños de Agua Santa puedan realizar una visita en Patate. Mientras que los turistas internacionales suelen viajar en tours organizados, en los cuales, no se considera el tema Pueblos Mágicos en la oferta, y mayormente este tipo de turistas se movilizan con medios de transporte otorgados por la misma operadora turística o agencia. Aunque algunos de ellos también suelen viajar por cuenta propia, debido a que el transporte intercantonal no permite su movilización directa al cantón, pues tampoco está disponible este servicio directo hacia Patate.

Por otra parte, la mayoría de turistas extranjeros prefieren realizar turismo de naturaleza. La totalidad de ellos expresó que desconoce Patate, pero les gustaría visitar sus atractivos naturales, pues prefieren este tipo de lugares, especialmente para desarrollar actividades de aventura y esparcimiento. Por tanto, se puede decir que los turistas extranjeros que visiten Patate se inclinarán más hacia el turismo de naturaleza y turismo de aventura, por lo que es posible que el cantón requiera de acciones para reforzar esta modalidad de turismo y así dar respuesta a estas motivaciones de los turistas. Además, debe considerar la conectividad, tanto interna como externa del cantón, pues los atractivos naturales más relevantes se encuentran en sus parroquias rurales, pero existe dificultad para ingresar a estas zonas. Aun así, es importante resaltar que una parte de los turistas extranjeros

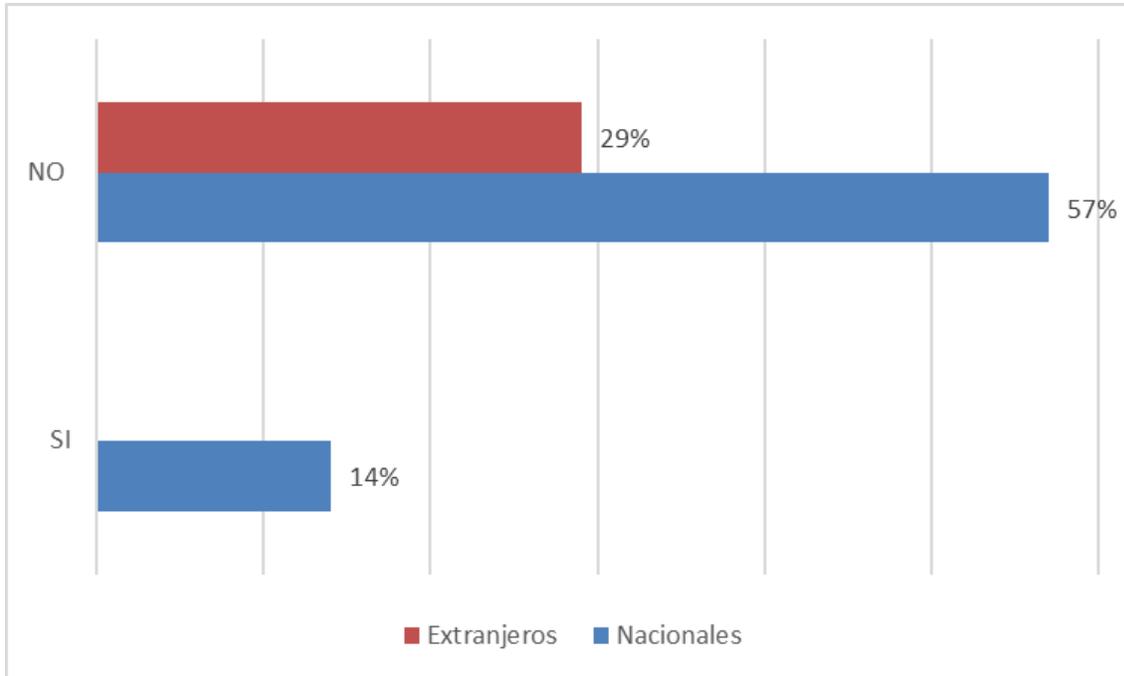
también mostró interés en las actividades turísticas culturales, relacionadas con la degustación de comida típica y el disfrute de festividades del cantón. Por lo que, se sostiene la necesidad de también consolidar este tipo de producto turístico.

Sumado a esto, se obtuvo que los turistas extranjeros tampoco conocen de qué se trata el programa de Pueblos Mágicos en Ecuador, por lo que no sabían que Patate pertenece a dicho programa. En consecuencia, esto demuestra que las acciones del Municipio y el Comité de Pueblos Mágicos para captar mayor público, no han sido suficientes, ya que se evidencia un deficiente trabajo conjunto con actores del sector privado, pues los atractivos y servicios turísticos del cantón no se encuentran entre la oferta de distintas agencias de viaje u operadoras turísticas. Esto ha ocasionado que turistas extranjeros no lleguen al cantón a causa de la baja operatividad dentro del mismo, pues generalmente, ellos se movilizan comprando los servicios de estas empresas. Además, se puede decir que las operadoras turísticas y agencias de viaje no consideran a los Pueblos Mágicos dentro de su oferta, tomando en cuenta que se trata de establecimientos pertenecientes a Baños de Agua Santa, y posiblemente de otros cercanos a la provincia de Tungurahua.

Adicionalmente, es preciso señalar que Patate debe considerarse como un territorio complementario, por ende, las acciones del sector público, como actor principal que también trabaja en turismo, deben concentrarse en reforzar la cooperación y asociatividad entre actores, dirigir acciones hacia la mejora del estado de la infraestructura disponible. Y en relación al ámbito turístico del cantón, necesita definir su producto turístico principal, pues eso le permitirá fortalecer el desarrollo del turismo en todo el cantón.

Figura 6

Reconocimiento de Patate como Pueblo Mágico por parte de turistas nacionales y extranjeros.



Nota: La diferencia de conocimiento respecto a Pueblos Mágicos entre turistas nacionales y extranjeros es notable. La totalidad de turistas extranjeros desconocen el programa y el cantón.

Tal como se puede observar en la *Figura 6*, gran parte de los turistas nacionales y extranjeros desconocen que Patate es un Pueblo Mágico, y tampoco conocen sobre el programa en general. Solo el 14% de turistas nacionales escuchó que Patate está vinculado al programa, sin embargo, este porcentaje de personas destacó que no sabían de qué se trataba esa denominación o la razón por la que Patate es un Pueblo Mágico, pues desconocían que este programa está relacionado a un tema turístico. Otros, expresaron que habían escuchado sobre el programa durante un periodo de tiempo, y recordaron que Patate efectivamente estaba relacionado a Pueblos Mágicos.

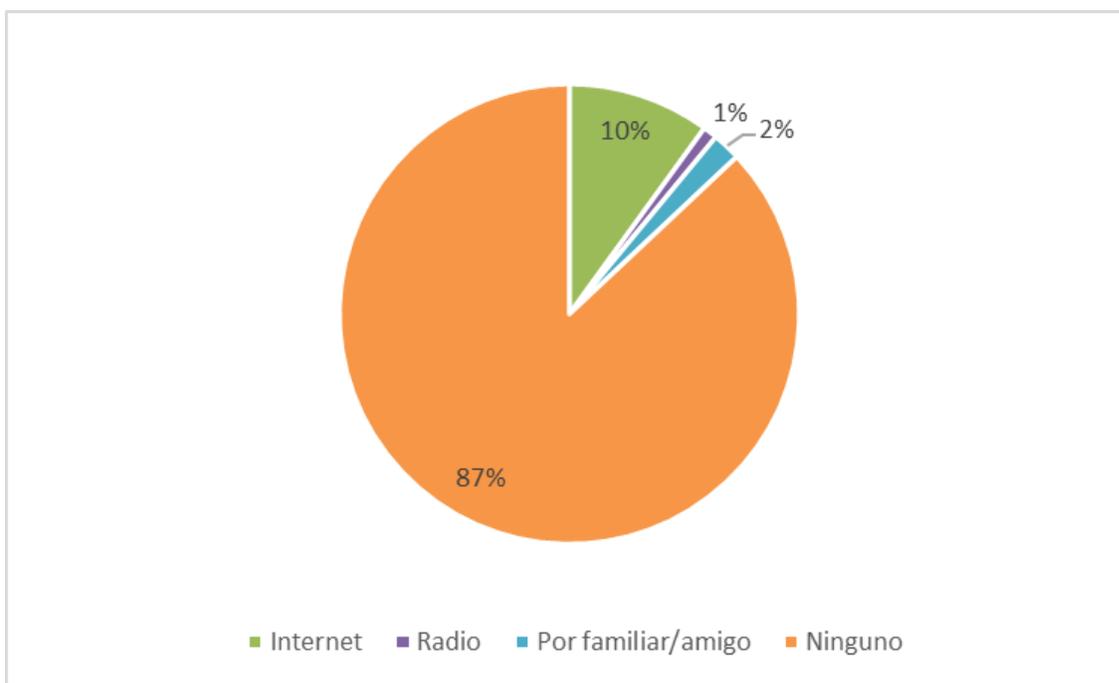
Debido a ello, se entiende que este programa en Ecuador, no ha conseguido un alcance nacional suficiente, mucho menos internacional. Esto puede deberse a que la declaratoria como Pueblo Mágico, en Patate, no es la base del producto que en el cantón se genera, pues esta ha pasado a ser una etiqueta o logo promocional, y ha perdido el sentido principal de su denominación, que se basa en ser un incentivo que llevaría a cabo el trabajo conjunto de quienes conforman esta localidad para resaltar su potencial turístico y desarrollarse en este ámbito. En consecuencia, la falta de consolidación de producto turístico genera que el tema de Pueblo Mágico no se considere como tal, por lo que necesita definirse.

Además, respecto a la difusión, esta se realiza únicamente a través de páginas oficiales de las autoridades locales de turismo, tanto a nivel cantonal como provincial, y en redes sociales creadas por el Comité de Pueblos Mágicos de Patate, las cuales no son muy frecuentadas por el público. Así mismo, la falta de un producto turístico en el territorio evita que este pueda ser ofertado por las operadoras turísticas locales, ya que estas no ven un beneficio que pueda ser continuo. No obstante, es preciso destacar que el Comité de Pueblos Mágicos trabaja en la promoción y difusión de actividades turísticas que se pueden realizar en el cantón, pero no se ha considerado que para lograr el desarrollo turístico deseado en una localidad, la promoción es el último punto a tomar en cuenta para el turismo, pues en primera instancia es necesario definir cuál es la vocación del territorio, la cual les permitirá establecer un producto turístico que podría ser único en el espacio donde se encuentran, como es su alto nivel de productividad agrícola, incluso el hecho de que son un cantón mayormente rural y de naturaleza.

El programa Pueblos Mágicos en Patate ha tenido un alcance bajo y esto se puede evidenciar en la *Figura 7*, donde se ha consultado a los turistas cuál ha sido el medio de comunicación que les motivó a visitar Patate teniendo en cuenta que este posee dicha declaratoria.

Figura 7

Medios de difusión del cantón Patate como Pueblo Mágico.



Nota: Ninguno de los encuestados señalaron a las agencias u operadoras turísticas como medio de difusión del programa Pueblos Mágicos. Esto fundamenta el desconocimiento de los turistas respecto al programa en cuestión.

La falta de difusión turística del cantón es evidente, pues solamente el 10% de turistas encuestados visitaron Patate debido a la información obtenida en internet. Además, aquí se reconoce nuevamente que entre las opciones de promoción para visitar el cantón no está incluida la operación de agencias de viaje. Esto demuestra una imagen totalmente distinta de lo que prometía el programa cuando apenas se realizó su aplicación en Ecuador. Incluso, se puede decir que tuvo un momento determinado de apogeo el cual fue precisamente en el primer año de implementación de los Pueblos Mágicos, en 2019. Sin embargo, este no ha mantenido una continuidad, es posible encontrar información sobre ello en la web, pero eso no ha dado resultados sobresalientes o análisis del mismo.

Lo anterior puede deberse a distintos factores, el principal de ellos, y el que tendrá más peso como la causa de la baja actividad del programa, es el cambio de administración o gobierno del Ecuador.

En el año 2021, hubo un cambio de gobierno en el país, lo que pudo dar paso a que el programa en cuestión quede descontinuado, pues fue implementado por el gobierno anterior, y este posee procedimientos y políticas a las cuales posiblemente ya no se dé seguimiento y/o continuidad. Incluso, esta fue una de las preocupaciones mencionadas por la Unidad de Turismo de Patate durante su entrevista, puesto que la falta de apoyo en el fortalecimiento del programa Pueblos Mágicos del Ecuador por parte del Ministerio de Turismo actual, ha causado que los actores encargados del turismo en el cantón, actúen por su propia cuenta en procesos para desarrollar esta nominación. Agregando que, posterior a la obtención del nombramiento, inició el periodo de pandemia que impidió que se inicien acciones inmediatas del GAD Municipal cuando este programa se encontraba en pleno auge.

Por otra parte, se encuentra el factor de las localidades identificadas como Centros urbanos de distribución cercanos a Patate. En el proceso de cumplimiento de requisitos y evaluación del territorio para obtener la nominación, se establece el requisito número 4, que especifica la información georreferenciada de conectividad hacia el poblado, la cual, presenta a Quito, Ambato, Riobamba y Puyo como las ciudades principales para afluencia de turistas. Además, se tomaron en cuenta los datos de pernoctaciones de cada ciudad, brindadas por el Portal de Servicios MINTUR para establecerlas como centros de distribución. Sin embargo, en este estudio se ha considerado al cantón Baños de Agua Santa como otro Centro de Distribución Turística, pues además de contar con una planta turística amplia y mayor afluencia turística, se encuentra cercano al cantón Patate.

En estos primeros resultados, se puede observar que existe un porcentaje bajo de turistas potenciales para Patate, quienes también expresaron total desconocimiento del cantón a pesar que este colinda con Baños de Agua Santa. Además, los atractivos turísticos que destacan las autoridades de Patate que trabajan en esta

área, no son reconocidos por los turistas, debido al bajo alcance de promoción y operación que poseen, principalmente por esta última razón, pues los turistas extranjeros prefieren realizar su viaje comprando servicios de intermediación y operación. Por tanto, el programa de Pueblos Mágicos parece no aportar para el desarrollo turístico del cantón al quedarse simplemente como una etiqueta, además de que no se toma como la base para la creación de productos turísticos acordes a la vocación del cantón.

Por otra parte, Patate puede estar enfrentando un nivel bajo de apoyo por parte de autoridades del gobierno central, ya que este programa se implementó en una época que atravesó diferentes situaciones, mayormente externas al cantón, lo que frenó su continuidad, y los esfuerzos por mantener la nominación podrían no ser suficientes, pues no se pueden obtener evidencias que sustenten lo que el gobierno local mencionó con anterioridad, al afirmar que el cantón si ha logrado un auge en turismo, pero puede que este no sea precisamente porque es denominado como Pueblo Mágico del Ecuador, sino que tiene que ver con otras características del cantón.

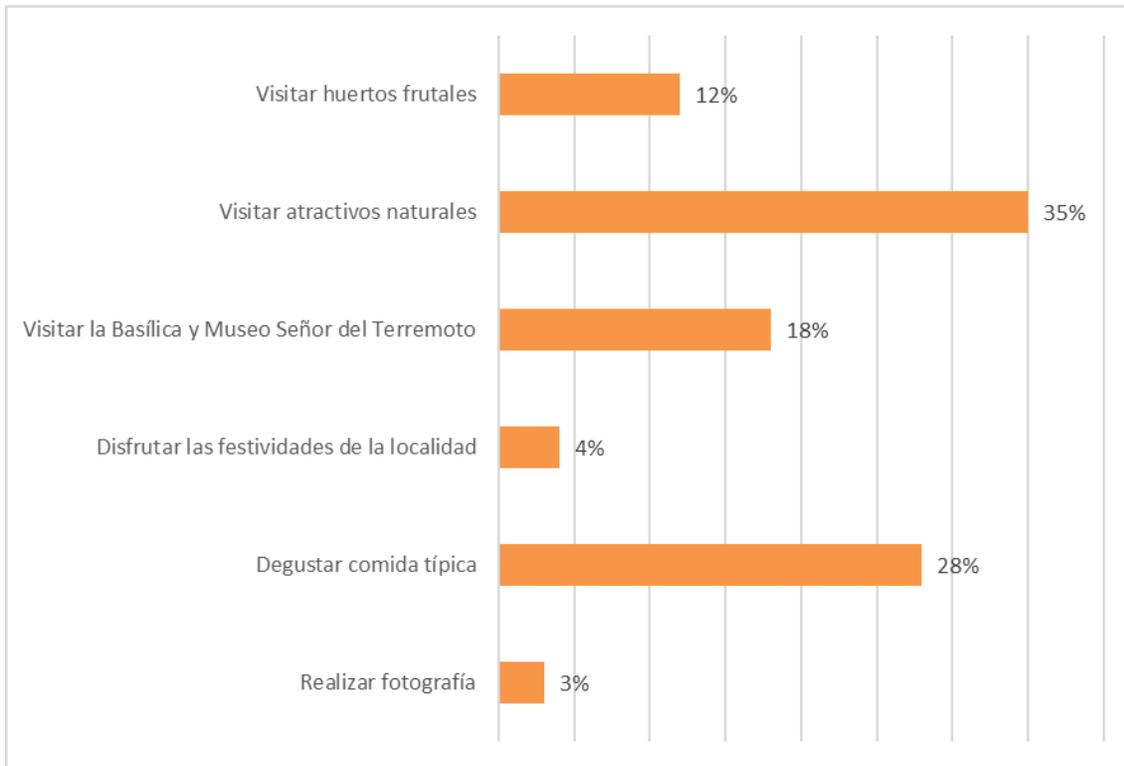
3.2. Percepción de la población de Patate

Para el análisis de la percepción de la población con relación a la actividad turística y el programa Pueblos Mágicos en Patate, se encuestó únicamente a personas mayores de 20 años de edad, entre mujeres y hombres, independientemente al oficio o labor al que se dediquen. Con esto, el análisis de la información recolectada dio como resultado lo siguiente.

El primer cuestionamiento fue respecto a las actividades que los pobladores recomendarían realizar en Patate, con las cuales, se identificaron tres tipos de turismo que se pueden desarrollar en el territorio, turismo cultural, turismo vivencial, y turismo de naturaleza.

Figura 8

Actividades a realizar en el cantón Patate.



Nota: Las opciones fueron elegidas con base a los principales sitios o elementos de interés turístico de Patate.

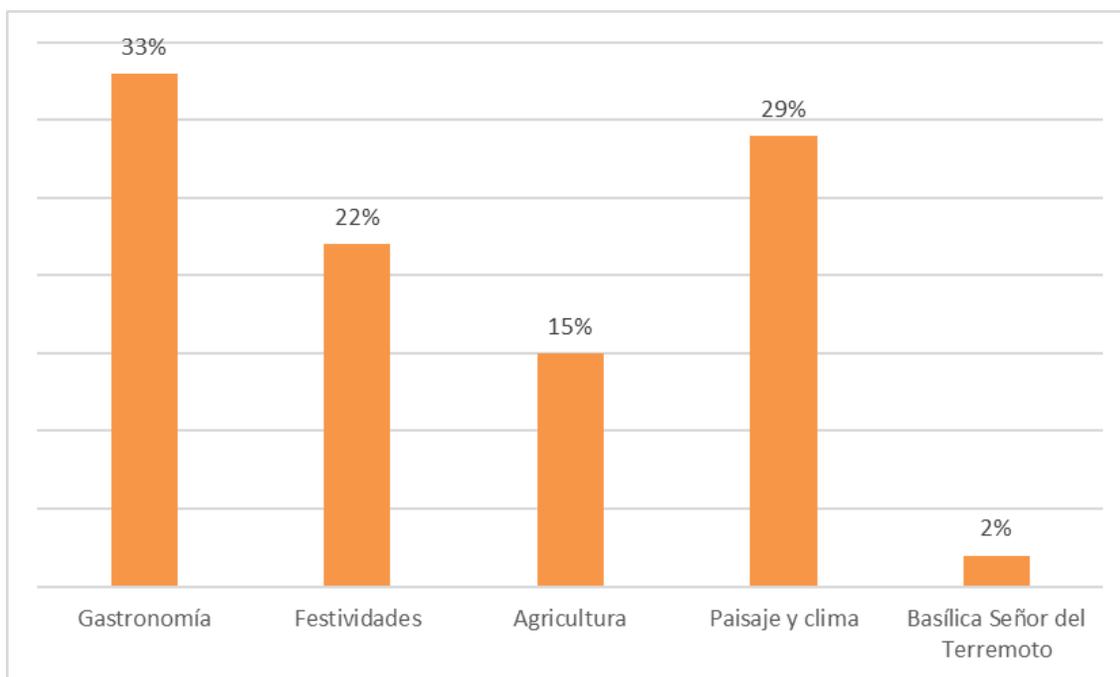
La población de Patate considera que visitar atractivos naturales y degustar comida típica, tales como arepas de zapallo, chicha de uva y espumillas, son las actividades más comunes que el turista o visitante podría realizar durante su estadía. No obstante, la visita a atractivos naturales tales como la Cascada Mundug y Cascada Las Golondrinas, incluso la visita al Parque Nacional Llanganates, es una actividad que el visitante debe hacerlo por cuenta propia, puesto que, aunque consten dentro del Plan de Desarrollo Turístico de Patate 2018 y dentro de la oferta turística del cantón, estos lugares no cuentan con operación y difusión turística suficiente, pues como se mencionó anteriormente, existe un nivel bajo de personas que han visitado estos lugares del cantón.

Por otra parte, disfrutar de la gastronomía local es evidentemente posible, e incluso podría considerarse como la principal actividad del cantón de cara al turismo, debido a los saberes e historia que guarda la elaboración de estos alimentos. Sumada la visita a la Basílica Señor del Terremoto y las festividades locales, Patate tiene potencial en el turismo cultural. Adicionalmente, esta actividad podría complementarse con la visita a los huertos, otras de las actividades que los pobladores recomiendan realizar, pero esta aún no se ha desarrollado completamente en el territorio. Hay que considerar que la actividad agrícola forma parte de la cadena de valor del turismo en Patate, debido a que los huertos son espacios de producción de materia prima para la elaboración de platos tradicionales de Patate, y esto podría ofrecer un valor agregado al potencial producto turístico del cantón al ofrecer una experiencia vivencial en Agroturismo.

Como segundo punto, respecto a la percepción de la población, resulta que el 73% de los encuestados, conocen del programa Pueblos Mágicos. Algo evidente, puesto que la promoción de la marca o etiqueta del nombramiento es amplia. Esto se pudo evidenciar con la visita de campo al territorio, donde distintos establecimientos que ofrecen servicios complementarios usan el logo y nombre de Pueblos Mágicos en carteles promocionales, letreros, entre otros. No obstante, absolutamente todos los encuestados saben que Patate es un Pueblo Mágico. Lo que da paso al siguiente cuestionamiento, y un punto muy importante respecto a la percepción de la población con relación al turismo y el programa Pueblos Mágicos en el cantón, pues al preguntar a la población acerca de la razón por la que Patate es un Pueblo Mágico, se descubrió que ellos desconocen el motivo exacto de la declaratoria.

Figura 9

Razón principal para la declaratoria de Patate como Pueblo Mágico.



Nota: Desde la perspectiva de la población, los elementos culturales intangibles son lo que tienen mayor valor para que Patate sea Pueblo Mágico.

Como se muestra en la anterior figura, los encuestados indican que Patate es un Pueblo Mágico principalmente por la gastronomía típica, el paisaje y clima. Es importante observar que las opiniones de los pobladores difieren respecto a la razón de dicha declaratoria, aunque es comprensible, puesto que para la postulación del programa se debían cumplir ciertos requisitos, lo que también provoca que esta nominación, al menos de Patate, se deba a varios elementos culturales del cantón.

Esto supone un inconveniente, puesto que, al declarar a Patate como Pueblo Mágico por distintas razones, dificulta el enfoque de esfuerzos en aquellos elementos con los que se pueden crear productos turísticos. Además, entre los requisitos para obtener la declaratoria, está el poseer un atractivo único que aporte singularidad y diferenciación al territorio, donde se consideró a la Fiesta del Señor del Terremoto como atractivo turístico que cumple con esas características.

Sin embargo, se puede observar que la población considera más a otros aspectos del cantón que pudieron aportar en esos procesos de postulación.

Retomando el aspecto de percepción, aunque la población difiera en la razón de la declaratoria, el 98% de los encuestados afirman que, tras la declaratoria de Patate como Pueblo Mágico, han notado una mayor llegada de personas al cantón, especialmente los fines de semana, lo cual ha beneficiado económicamente a aquellos que disponen de negocios cercanos y participantes de la Feria Dominical realizada en el centro del cantón. Por esta misma razón, ninguna de las personas encuestadas está en contra del programa Pueblos Mágicos, siendo solo el 33% del total de encuestados quienes se mantienen neutrales al tema, pues, manifiestan que no reciben ningún beneficio del mismo, consideran que el programa ha contribuido al desarrollo local a través del turismo. Aunque, la percepción de la población respecto al turismo en Patate parece ser la equivocada.

Más allá de la aplicación de las encuestas, la interacción con los pobladores permitió conocer que, las personas que llegan los fines de semana a Patate suelen comprar plantas frutales y/u ornamentales. Considerando, que uno de los lugares predilectos para realizar esta actividad es la Feria Dominical de Patate, que igualmente inicia los fines de semana. Se estima que estos visitantes no llegan al cantón con objetivos precisamente turísticos, sino comerciales. Es más, no se pueden tratar de turistas sino de visitantes, lo que difiere de la información que aseguran las autoridades locales de turismo en Patate.

La Feria Dominical existía incluso antes de la implementación del programa Pueblos Mágicos en Ecuador, pero, durante el proceso de postulación de Patate, esta feria fue reinventada y reubicada alrededor de la parte céntrica de la cabecera cantonal, con el propósito de que los agricultores a más de vender sus productos alimenticios, puedan dedicarse a la venta de plantas ornamentales, diversificando así la oferta, y al mismo tiempo consolidando un atractivo turístico más para la candidatura de Patate como Pueblo Mágico.

Esta reubicación y reinención de la citada Feria Dominical, parece haber permitido que un mayor número de personas conozcan y lleguen a Patate. Si bien existe poca evidencia que permita realizar estas afirmaciones acerca de esto, posiblemente la Feria Dominical sea la razón o motivación principal para que el público llegue a Patate, más no el programa Pueblos Mágicos. Este incremento de “turistas” tras la declaratoria de Patate como Pueblo Mágico, tal como se mostró en las cifras levantadas por la Unidad de Turismo en el primer capítulo, no muestra la situación real del cantón. Es decir, resulta difícil afirmar si las personas que llegan a Patate son turistas, también se desconoce qué tipo de actividades realizan. Sin embargo, parece que visitan el cantón por motivos, en su mayoría comerciales, y estos a su vez, se complementan con actividades de esparcimiento, tales como disfrutar de la gastronomía en los locales ubicados en el centro del cantón y en ocasiones, visitan otros lugares igualmente cercanos al lugar donde se realiza dicha feria.

Aunque tampoco hay que desacreditar al programa Pueblos Mágicos, pues el proceso previo de postulación, permitió que Patate desarrolle distintos procedimientos para destacar esos elementos culturales y naturales del territorio que ciertamente les ha traído beneficios. Por lo que, se puede concluir que dicho programa es un medio o instrumento para desarrollar turismo en un territorio, pero son las acciones de las autoridades locales, el sector empresarial, y las comunidades, las que realmente tienen un gran peso en la actividad turística del cantón. En consecuencia, el programa Pueblos Mágicos, nuevamente, se convierte en una simple marca o etiqueta, que depende del aprovechamiento y trabajo de los principales actores involucrados con el afán de obtener los mayores beneficios del mismo.

De manera más amplia, en este capítulo se ha podido obtener información respecto a cuál es la percepción de los turistas y la población sobre el programa Pueblos Mágicos Ecuador y como este ha correspondido en sus actividades. En primera instancia, se comprobó que los turistas tanto nacionales como extranjeros no

encuentran a Pueblos Mágicos como un motivo de visita en Patate, pues la mayoría de ellos desconoce de qué se trata y cuál es la oferta del lugar.

Por otra parte, quienes han viajado al cantón expresaron que lo reconocían por su producción agrícola en frutas y plantas ornamentales, por lo que la Feria Dominical que se realiza cada fin de semana es su motivo principal para llegar a Patate. Tampoco existe evidencia si estos visitantes, posterior a su actividad de compra en esta feria, se dirigen a otros lugares y atractivos de Patate, ubicados en sus parroquias rurales. Además, se demuestra una vez más que no existe una conexión entre los motivos por los que Patate ha sido acreedor a esta nominación, debido a que se menciona a la Fiesta del Señor del Terremoto como su atractivo principal. Sin embargo, las personas llegan por su alto nivel comercial, y dicha festividad se lleva a cabo una vez al año.

En segunda instancia, están los centros de distribución cercanos al cantón, entre ellos se ha considerado, desde inicios del programa, a la ciudad de Ambato, Quito, Riobamba y Puyo (Ministerio de Turismo, 2019b). No obstante, no se consideró a Baños de Agua Santa como un centro de distribución adicional a los establecidos, pese a que este cantón es un referente turístico dentro de la provincia de Tungurahua, posee mayor operación turística, existen servicios complementarios y el flujo turístico es constante. Además, está próximo a Patate, pero no se ha considerado a Baños como un territorio que puede influir en la actividad turística del cantón.

Como se ha mencionado anteriormente, esto puede deberse a que las autoridades de Patate ven a Baños de Agua Santa como competencia. Por ello, es importante reformar esta visión del territorio, donde no debe existir una fragmentación, sino una asociatividad que les permita complementarse entre sí. La importancia de esto se puede demostrar con dos claros ejemplos anteriormente abordados, como es el caso de la operación turística y conectividad. Si bien las carreteras se encuentran en buen estado, la conectividad entre Baños y Patate no existe. Esto ha comprometido la movilidad de los turistas que no cuentan con un vehículo propio,

pues dificulta e incluso ocasiona que no se realice. No hay ningún medio de transporte que conecte directamente a Patate, salvo que se disponga de un vehículo particular, la llegada de los turistas es reducida.

Por último, se descubrió que el alcance del nombre “Pueblos Mágicos Ecuador” es bastante limitado, y esto se evidencia aún más en el público internacional. Ningún turista extranjero conoce el programa, por ende, tampoco conocen Patate. Por otra parte, el público nacional está más enterado del tema, aunque no lo suficiente, puesto que tampoco entendían de qué trata el programa y tampoco sabían que Patate es un Pueblo Mágico, salvo algunos casos excepcionales. Por tanto, se asegura el hecho de que el fortalecimiento de alianzas con otros cantones de la provincia, es fundamental para el desarrollo turístico de cualquier territorio. Patate no dispone de operación turística, y es necesario apoyarse del sector privado de destinos turísticos ya consolidados, tanto dentro como fuera de la provincia.

Si bien las acciones del Comité de Pueblos Mágicos y la Unidad de Turismo de Patate, han logrado un empoderamiento de la población ante este programa. Se puede apreciar que este empoderamiento y la promoción, no deben estar desligados de la asociatividad entre los diferentes actores del sector turístico. Los procesos para ingresar al programa Pueblos Mágicos, efectivamente han logrado que el cantón Patate fortalezca su patrimonio cultural inmaterial, y natural. Sin embargo, si Patate desea apostar por el turismo como un medio alternativo de desarrollo, es imprescindible consolidar la asociatividad con una perspectiva diferente, mirando a la provincia como un solo territorio, con distintas cualidades, por supuesto, pero que pueden apoyarse mutuamente. Es entonces que se podrán obtener mayores beneficios del turismo.

Conclusiones

En primera instancia, el presente trabajo permitió entender de mejor manera la situación turística real del cantón Patate con relación al programa Pueblos Mágicos. Comprendiendo que, aunque las autoridades manifiestan que tras la declaratoria de Pueblo Mágico han llegado más turistas al cantón, se pudo evidenciar que se tratan de visitantes cuyas motivaciones son comerciales, más no turísticas. Así, el análisis de cifras demostró que, si bien existió un aumento de visitas al cantón entre los años 2017 y 2019, no se evidencia si estas personas que llegaron a la localidad realizaron actividades turísticas, pues solo se tratan de cifras levantadas en el punto de información turística de Patate.

Por otra parte, el Ministerio de Turismo del Ecuador presentó cifras desacertadas del cantón, ya que se registra una cantidad mayor de 200.000 pernoctaciones al año, pero estas no corresponden a la capacidad de plazas de alojamiento que se han identificado en el presente estudio. Por tanto, la información brindada por estas entidades dificulta obtener un panorama preciso sobre la situación turística de Patate, pues esta información estadística carece de rigurosidad metodológica.

También se demostró que la Fiesta del Señor del Terremoto es la segunda festividad de la provincia que recibe mayor afluencia turística, después de la Fiesta de las Flores y las Frutas de Ambato. Sin embargo, hay que considerar que esta festividad ocurre por única vez por año, en el mes de febrero, por lo que no se identifica un producto turístico consolidado que permita la visita constante de turistas.

Como conclusión del primer capítulo, se obtuvo una visión más clara sobre la situación turística actual de Patate, la cual no ha mejorado, o por lo menos, no presenta un aumento notorio de resultados posteriores a la obtención de la declaratoria como Pueblo Mágico del Ecuador. Puesto que, a partir de la implementación de este programa, se deja en claro que, tras recibir el nombramiento, las acciones del territorio deben encaminarse, como primer punto,

hacia el fortalecimiento de un modelo de gobernanza local. Dicho modelo supone la articulación o asociatividad entre actores del turismo que, en consecuencia de su buena organización, daría paso a la definición del producto turístico que los distinguirá de los destinos y centros turísticos cercanos. Además, permitirá enfocar esfuerzos en aspectos como la infraestructura, y condiciones de productos y servicios necesarios para garantizar una mejor experiencia en el territorio, situación que no se evidencia en Patate.

En el segundo capítulo, se comprendió la importancia de la asociatividad en el desarrollo turístico del territorio. Si bien la declaratoria de Patate como Pueblo Mágico ha permitido que las autoridades implementen ordenanzas para fortalecer el turismo en el cantón, relacionadas a la planificación del territorio, mejoramiento de infraestructura, oferta turística, entre otras; estas no han generado un mayor impacto en el territorio. Además de que existen algunas debilidades que deben ser superadas.

Las relaciones entre los actores de turismo de Patate se encuentran fragmentadas. Estas se identifican como relaciones débiles principalmente entre el Comité de Pueblos Mágicos de Patate y el Municipio, cuyas razones, recaen en el deficiente apoyo por parte del Municipio hacia dicho comité, para el desarrollo de sus actividades, sumando a la poca influencia del mismo en la toma de decisiones en el cantón. Sin embargo, este Comité en representación de la población, ha logrado que los patateños se empoderen del nombramiento de Pueblo Mágico, que se ve reflejado en la amplia promoción de la marca en establecimientos de aquellos pobladores que ofrecen, generalmente, servicios de alimentación. No obstante, tal promoción tiene un aporte bajo hacia la actividad turística, debido a que no tiene alcance fuera del cantón.

Al considerar la falta de operación turística en Patate y la escasez de servicios de alojamiento, las relaciones con el sector privado de destinos cercanos como Baños de Agua Santa, son imprescindibles. Aunque, estos vínculos con agencias de viajes, operadores turísticos y hoteles; son aún más preocupantes.

Tanto el Comité de Patate, como las autoridades locales, se han enfocado y trabajado de manera independiente, en la promoción de Patate como destino turístico, sin considerar que no existe un producto definitivo que se pueda ofrecer. El material expuesto en redes sociales, permite ver al usuario los atractivos de Patate, sin embargo, estos no tienen el alcance suficiente para motivar la visita de los mismos. Por ello, el sector privado juega un papel importante en la actividad turística.

Las entrevistas con operadoras turísticas y hoteles de Baños de Agua Santa permitieron evidenciar que, aunque las operadoras turísticas consideran a Patate como un sitio complementario a la visita a Baños, no tienen ninguna intención de incluir a Patate dentro de su oferta, precisamente por la falta de un producto que los distinga. Además, muchos de ellos desconocen el tipo de actividades que podrían hacer los turistas al llegar a Patate. Por parte del sector hotelero, no se ha considerado que, al existir más operatividad en Patate, la estadía en sus establecimientos se extendería, pues la planta turística en Baños es más amplia que la de Patate, lo que se traduce en mayores ingresos para estos establecimientos. Las autoridades locales de Patate tienen la intención de continuar con el programa Pueblos Mágicos, pero es necesario que se establezcan las bases para lograr la cooperación entre el sector público y privado. Por tal motivo, se encuentran trabajando con la academia para iniciar acciones que solventen dichas falencias en el ámbito turístico del territorio.

Por último, en el tercer capítulo relacionado a la aplicación de encuestas a los turistas de Baños de Agua Santa, permitió identificar sus percepciones acerca de Patate como Pueblo Mágico. En los resultados se demostró que los turistas, tanto nacionales como extranjeros, desconocen el cantón y, por ende, tampoco saben que Patate forma parte del programa. Esto, es consecuencia del trabajo descoordinado entre los actores de turismo del territorio, es decir, que la baja operatividad en Patate como Pueblo Mágico, ha ocasionado que los turistas extranjeros no lleguen al lugar, puesto este grupo prefiere viajar mediante la compra

de tours de agencias de viajes u operadoras turísticas. Por otra parte, el alcance en difusión y promoción de la localidad ha sido muy bajo, pues es poco reconocido. Sumadas otras debilidades como la conectividad, que se presenta como un obstáculo para quienes visitan Baños y buscan un producto diferente, el cual podría ofrecer Patate, sin embargo, este no se ha definido. Por tanto, la necesidad de consolidar un producto turístico de Patate es fundamental. Tal como se mencionó anteriormente, esto permitirá que el cantón cuente con atractivos que le diferencien del producto que ya se ofrece en Baños de Agua Santa, pues en lugar de que estos territorios compitan entre sí, pueden asociarse para diversificar la oferta turística en esta zona de la provincia.

Considerando la información obtenida, se puede determinar que Patate como Pueblo Mágico no se ha consolidado como un destino turístico de la provincia, y tampoco ha cobrado mayor relevancia, pues los turistas desconocen las actividades que se pueden realizar en el territorio y no presentan intencionalidad de viajar al cantón. No obstante, se puede afirmar que Patate, en su situación actual, podría considerarse como un territorio complementario que dinamice, no solo la economía del cantón, sino de la provincia, desde una perspectiva territorial más amplia, que evite la segregación y competencia entre territorios.

Adicionalmente, hay que considerar que este estudio es parcial, debido a que, posterior a la implementación del Programa Pueblos Mágicos Ecuador, el país tuvo que enfrentar dos años de pandemia que afectaron todas las actividades en el territorio, principalmente las turísticas, lo que impidió comprender la relevancia y dimensión real del programa. Sin embargo, la reactivación del turismo durante el presente año, ha permitido obtener resultados respecto a la efectividad de Pueblos Mágicos aplicados en el territorio.

A través del presente estudio, también se pudo identificar que la organización de la superestructura de turismo en la localidad no es la adecuada, pues existen deficiencias en cuanto a la información turística tanto a nivel nacional como local, agregando que la descentralización del turismo, en el caso de Patate, lo lleve a

actuar individualmente. Por otra parte, el cambio de gobierno del país, también pudo afectar la continuidad del programa.

Con esto, se concluye que la presente investigación pudo determinar que el programa Pueblos Mágicos, en el caso del cantón Patate, ha sido efectivo únicamente durante el proceso de postulación, puesto que, tras su declaratoria, el programa pasó a convertirse en una marca o etiqueta de promoción turística. Este programa depende directamente de la participación y compromiso de todos los actores involucrados, por lo que el trabajo coordinado entre el sector público, privado y comunidad anfitriona, permitirá que el turismo se establezca como una alternativa de desarrollo, en la cual, se vea al territorio como un conjunto, y no como espacios divididos por fronteras e intereses políticos distintos que impiden la cohesión y la complementariedad.

Recomendaciones

Aunque el cantón Patate no disponga de una planta turística superior como en otros territorios, esto no impide que el cantón se desarrolle turísticamente, pues no precisaría del aumento de este tipo de establecimientos si concretara una alianza con el cantón aledaño Baños de Agua Santa, pues Patate debería establecerse como un territorio que complemente la visita de turistas que llegan a Baños, y que buscan realizar otro tipo de actividades relacionadas al turismo cultural, incluso vivencial. Esta asociatividad también estaría relacionada con la operación turística, pues las operadoras de Baños de Agua Santa podrían incluir entre su oferta, productos turísticos de Patate. Por tanto, las acciones de los actores públicos requieren de un enfoque hacia el fortalecimiento de su producto turístico principal, que complemente la oferta de Baños y, por ende, de la provincia de Tungurahua. Las autoridades de la Municipalidad de Patate deberán considerar que algunos de sus atractivos turísticos, no se identifican como tal, pues los análisis realizados en la presente investigación, demostró que la mayoría de estos solo se tratan de recursos turísticos que, incluso no son mayormente frecuentados por los turistas, pues gran parte de ellos no son reconocidos y tampoco cuentan con la infraestructura y equipamiento suficiente.

Bibliografía

- Ávila Bercial, R. y Barrado Timón, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de turismo*.
- Bonilla, J. y Bonilla, L. (2007). Diferencias territoriales en la planificación y la gestión del destino turístico. *Cuadernos de Turismo*, (19).
- Calderón, F. (2014). El ordenamiento territorial y desarrollo turístico en la provincia de Tungurahua. *Revista UNIANDES Episteme*, 1(1), 40-53.
- Cárdenas, F. (2004). *Producto Turístico. Aplicación práctica de la estadística y del muestreo para su diseño* (2da ed.). Editorial Trillas, México.
- Cejudo, G. y Michel, C. (2016). Coherencia y políticas públicas. Metas, instrumentos y poblaciones objetivo. *Gestión y Política Pública*, 25 (1), 3-31.
- Centro de Fomento e Innovación Turística de Tungurahua (2019). *Boletín sobre estadísticas de turismo en Tungurahua*, pp. 8, 9, 26.
- Espeso Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 17(6), 1101-1112.
- Fernández Poncela, A. (2016). Una revisión del programa Pueblos Mágicos. *CULTUR Revista de Cultura e Turismo*, 10(1), 03-34.
- García Vega, D. y Guerrero Rojas, H. (2014). El programa «Pueblos Mágicos»: análisis de los resultados de una consulta local ciudadana. El caso de Cuitzeo, Michoacán, México. *Economía y sociedad*, 18(31), 71-94.
- Gauna Ruiz de León, C. (2019). Análisis sociodemográfico, económico y turístico de los “Pueblos Mágicos” de Jalisco, México. *El periplo sustentable*, (36), 34-66.

Gobierno Municipal de Patate (2018). *Plan de Desarrollo Turístico del cantón Patate 2018-2022*.

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

González, M. (2013). Gestión pública del turismo. La gobernanza. *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos*, 469-520.

Ibarra Michel, J. y Velarde Valdés, M. (2016). El Programa Pueblos Mágicos y la sustentabilidad turística; el caso de Cosalá y los eventos “Cosaltazo” y “Cosalazo”. *El periplo sustentable*, (31).

Jiménez Martínez, A. (2005). *Desarrollo Turístico y Sustentabilidad: El Caso de México*. Miguel Ángel Porrúa, México.

Linares, H. y Garrido, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453-466.

Madariaga, C. y Asencio, F. (2019). Somos de marca. Turismo y marca UNESCO en el Patrimonio Cultural Inmaterial. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1127-1141.

Mantero, J.C. (2004). Desarrollo local y actividad turística. *Aportes y transferencias*, 8(1), 11-38.

Ministerio de Turismo (2018a). *El desarrollo de Pueblos Mágicos en Ecuador contará con asesoramiento de México*. <https://www.turismo.gob.ec/el-desarrollo-de-pueblos-magicos-en-ecuador-contara-con-asesoramiento-de-mexico/>

Ministerio de Turismo (2019b). Expediente Pueblo Mágico Patate. <https://www.turismo.gob.ec/programas-y-servicios/>

Ministerio de Turismo (2020c). *Guía Documental Programa Pueblos Mágicos Ecuador – 4 Mundos*. <https://servicios.turismo.gob.ec/pueblos-magicos>

Ministerio de Turismo (2021d). *Pueblos Mágicos Ecuador*. <https://servicios.turismo.gob.ec/pueblos-magicos>

Ministerio de Turismo (2022e). Pernoctaciones. *Geoportal de Visitas Internas Turísticas 2017-2018*. <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>

Ministerio de Turismo (2022f). *Catastros de Servicios turísticos del Ecuador 2015-2021*.

Morillo Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158.

Moscoso, F. V. (2012). La construcción social del territorio y su incidencia en la concepción del destino turístico. *Jornadas de Turismo y Desarrollo Sostenible: el papel de las comunidades locales*.

Pérez Ramírez, A. y Antolín Espinosa, D. (2016). Programa pueblos mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas en El Oro, México. *Estudios sociales*, 25(47), 217-242.

Quintero Lemoine, F., Calderón, Montesdeoca. G., Zambrano Villacís, L., y Rodríguez Hernández, N. (2020). El comportamiento del consumidor en la gestión comercial de destinos turísticos Sucre-San Vicente. Un acercamiento desde las ciencias sociales, Ecuador 2017. *3c Empresa: investigación y pensamiento crítico*, 9(1), 17-39.

Rodríguez Herrera, I. M., Pulido Fernández, J. I., Vargas Vázquez, A., y Shaadi Rodríguez, R. M. (2018). Dinámica relacional en los Pueblos Mágicos de México. Estudio de las implicaciones de la política turística a partir del análisis de redes. *Turismo y Sociedad*, (22).

- Santamaría Freire, E. y López Pérez, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 417-434.
- Secretaría de Turismo (2006). *Reglas de Operación Pueblos Mágicos*. <http://www.sectur.gob.mx>
- Secretaria de Turismo de México (2017). Guía para la Integración documental Pueblos Mágicos 2017. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/273030/Gui_a_2017_de_Incorporacio_n_2017.pdf
- Shaddi Rodríguez, R., Pulido Fernández, J. y Herrera, I. (2017). El producto turístico en los Pueblos Mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes. *Revista de Estudios Regionales*, (108), 125-163.
- Shaadi Rodríguez, R.M., Pulido Fernández, J.I. y Rodríguez Herrera, I.M. (2018). La consolidación turística en los territorios que conforman el Programa Pueblos Mágicos (México). Un análisis de sus estrategias competitivas. *Investigaciones Turísticas* (15), pp. 1-33. <http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2018.15.01>
- Thoenig, J. C. (1997). Política pública y acción pública. *Gestión y Política Pública*, 6(1), 19-37.
- Torres León, L., Granda Jaramillo, M., Barzallo Neira, C., Armijos, D., y Pesantez Loyola, S. (2016). *Manual para trabajos de titulación. Facultad de Ciencias de la hospitalidad: Unidad de Titulación*. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf>
- Unidad de Turismo de Patate (2022). *Registro de visitantes del cantón Patate 2017-2019*.

Unidad de Turismo de Patate (2022). *Catastros de establecimientos turísticos 2017-2019*.

Velarde Valdez, M., Maldonado Alcudia, A., y Maldonado Alcudia, M. (2009). *Pueblos Mágicos Estrategia para el desarrollo turístico sustentable: caso Sinaloa*. <http://risisbi.uqroo.mx/handle/20.500.12249/596>

Velasco González, M. (2011a). La política turística. Una arena de acción autónoma. *Cuadernos de Turismo*, (27), 953–969. <https://revistas.um.es/turismo/article/view/140301>

Velasco, M. (2016b). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 577-594.

Velásquez Gavilanes, R. (2009). Hacia una nueva definición del concepto “política pública”. *Desafíos*, 20, 149-187.

Velázquez García, M. A. (2013). La formulación de las políticas públicas de turismo en México. El caso del programa federal “Pueblos Mágicos” 2001-2012. *Diálogos Latinoamericanos*, (21), 89-110.

Anexos

Anexo 1. Diseño de Trabajo de Integración Curricular aprobado



ANA LUCIA SERRANO LOPEZ
Firmado digitalmente por
ANA LUCIA SERRANO LOPEZ
Fecha: 2022.02.07
11:04:10 -05'00'

**UNIVERSIDAD DE CUENCA FACULTAD DE CIENCIAS DE LA HOSPITALIDAD
ESCUELA DE HOSPITALIDAD Y HOTELERÍA**

“Análisis de la efectividad de la aplicación del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial: Caso cantón Patate, Tungurahua, Ecuador”

Línea de investigación:

Planificación turística en espacios geográficos locales y nacionales

Proyecto de Investigación previa a la obtención del título de:
Licenciatura en Turismo

TUTOR

Mg. Karina Farfán

AUTORES

Inga Morocho Camila Monserrath
Orellana Vázquez Jonnathan Mauricio

CUENCA - ECUADOR

Enero 2022

TÍTULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Análisis de la efectividad de la aplicación del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial: Caso cantón Patate, Tungurahua, Ecuador.

NOMBRE DEL ESTUDIANTE / CORREO ELECTRÓNICO

Camila Monserrath Inga Morocho / camilam.inga@ucuenca.edu.ec

Jonnathan Mauricio Orellana Vázquez / jonnathan.orellanav@ucuenca.edu.ec

RESUMEN DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

En el presente estudio se analizará la situación turística en el cantón Patate a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico del Ecuador y la efectividad del programa en el desarrollo turístico del cantón. El enfoque de la investigación será mixto, es decir, cualitativo y cuantitativo, de alcance descriptivo y corte transversal. En primer lugar, se realizará un diagnóstico de la situación turística actual del cantón mediante una revisión de fuentes secundarias de catastros de servicios turísticos, inventarios de atractivos turísticos y cifras de turismo para determinar si existe un crecimiento de la oferta. En segundo lugar, se desarrollarán entrevistas semiestructuradas a los actores y partes interesadas relevantes (stakeholders), incluyendo a funcionarios públicos del Municipio de Patate vinculados al sector turístico para identificar si se han desarrollado políticas, ordenanzas, normativas, proyectos o planes, entre otras herramientas, que fomenten la actividad turística en el cantón. Por último, se aplicarán encuestas a los visitantes de Baños de Agua Santa, debido a su alta afluencia turística y su cercanía con el lugar de estudio. Esto, con el fin de comprobar si existe conocimiento por parte de los turistas sobre la declaración de Patate como Pueblo Mágico, sus atractivos turísticos y, si se presenta la intencionalidad de visitar el cantón. De esta manera, el estudio pondrá en evidencia si la aplicación del programa y sus objetivos han permitido el fomento del desarrollo turístico en la localidad o simplemente es un nombramiento que ha quedado en la teoría.

PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

El Programa de Desarrollo Turístico de Localidades Pueblos Mágicos Ecuador, 4 Mundos, es el resultado de una alianza entre el Ministerio de Turismo del Ecuador y la Secretaría de Turismo de México consolidada en agosto de 2018 (Ministerio de Turismo, 2018a). Este programa tiene como objetivo reconocer el patrimonio natural y cultural de una localidad, de tal manera que permita el desarrollo turístico y la diversificación de la oferta mediante el trabajo coordinado de todos los actores involucrados.

Tras el proceso de postulación por parte de los cantones del Ecuador para declararse como Pueblos Mágicos, Patate fue el primero en ser galardonado bajo esta nominación. Sin embargo, a la fecha, noviembre 2021, hay escasa información respecto al seguimiento y exposición de resultados en la ejecución del programa en fuentes oficiales de turismo. Esto dificulta obtener una mejor perspectiva de la situación turística del cantón a partir de su nombramiento y, además, entorpece la investigación y análisis de la realidad en otros cantones también designados como Pueblos Mágicos del Ecuador.

Por tanto, se presenta la incógnita respecto al beneficio que puede generar la nominación de Patate como Pueblo Mágico en el fomento de la actividad y gestión turística dentro del territorio. Es complicado evidenciar si realmente existe una diversificación de la oferta turística dentro de la provincia de Tungurahua, si los objetivos propuestos por el programa se están cumpliendo, y si este ha permitido el incremento del número de visitantes.

Es de conocimiento general que los territorios son distintos entre sí y que imitar los modelos de gestión y aplicarlos en otros lugares no siempre es la opción más adecuada. Por ende, se puede presentar una posible fisura en los procesos de coordinación y gestión entre el Gobierno Autónomo Descentralizado de Patate, empresas turísticas, emprendimientos locales y la comunidad, como ha sucedido en algunas localidades de México que se encuentran bajo el mismo programa.

En consecuencia, lo anteriormente mencionado podría dificultar el alcance del beneficio mutuo, obstaculizar el desarrollo local e impedir que el cantón Patate se posicione como un destino de mayor relevancia dentro de la provincia de Tungurahua.

De tal manera, es necesario analizar el progreso del programa Pueblos Mágicos en el cantón Patate con el objetivo de conocer la realidad de la situación turística, los procedimientos que se han llevado a cabo para el desarrollo del turismo, los beneficios que ha generado y a quienes han sido dirigidos. Además, se procura identificar a los actores involucrados detrás de los procesos de gestión turística del cantón; conocer las percepciones de los gobiernos locales, de la población y del sector empresarial turístico conjuntamente, respecto a la nominación de Patate como Pueblo Mágico. De esta manera, se aspira obtener un panorama más claro sobre los resultados de la aplicación de este programa en el cantón, ya la vez, instar a la academia hacia la investigación de la situación de los cantones del territorio ecuatoriano también denominados como Pueblos Mágicos, teniendo en cuenta que la realidad turística de México y Ecuador son distintas.

MARCO TEÓRICO

En agosto de 2018, el Ministerio de Turismo de Ecuador consolidó una alianza con la Secretaría de Turismo de México con la finalidad de implementar el Programa Pueblos Mágicos en territorio ecuatoriano (Ministerio de Turismo, 2018a). En términos generales, un *programa* constituye un conjunto de proyectos que, a su vez, comprende una serie de actividades concretas, interrelacionadas y coordinadas entre sí, para alcanzar uno o varios objetivos. En el caso de Pueblos Mágicos, el objetivo es reconocer el patrimonio natural y cultural de una localidad. De manera que permita el desarrollo turístico y la diversificación de la oferta mediante el trabajo coordinado de todos los actores involucrados. Con este preámbulo, a continuación, se presentan algunos de los conceptos que sustentan la presente investigación.

Pueblos Mágicos

El Ministerio de Turismo (2021c), define a un *pueblo mágico* como una localidad que ha conservado su valor y herencia histórico-cultural por generaciones y, que la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible. Por otra parte, la Secretaría de Turismo de México (2006), considera que un pueblo mágico es una localidad que guarda atributos simbólicos, leyendas, hechos trascendentes, cotidianidad e identidad; en concreto, magia que emana en cada una de sus manifestaciones socio- culturales y que hoy en día comprenden una oportunidad de aprovechamiento turístico. Ciertamente, este programa establece una pauta para el desarrollo turístico de un territorio que cumpla con las características anteriormente mencionadas. El nombramiento como Pueblo Mágico, puede despertar el interés del turista en conocer aquellos lugares, por lo que, en cierta medida, el nombramiento sirve como un instrumento de difusión y promoción que será utilizado a favor de la población, gobiernos locales y el sector privado que buscan consolidar sus territorios como un destino turístico de gran valor.

Destino Turístico

En primera instancia, es importante tener en cuenta que el turismo es interdisciplinario y, por tanto, existen varias definiciones. Muchas veces, los términos *destino turístico* y *producto turístico* tienden a confundirse (Díaz, 2006, como se citó en Morillo, 2011). Cuando se habla de producto turístico, se refiere al conjunto de comodidades que llevan a satisfacer al turista, ya sea alojamiento, restauración, transporte e intermediación. Sumada la experiencia en los atractivos turísticos de tipo natural, cultural y la interacción del turista con los habitantes (Cárdenas, 2004). En adición, Morillo (2001), relaciona al producto turístico con las diferentes tipologías de turismo, sea natural, cultural, deportivo, religioso, entre otros. Además, incluye a la comunidad anfitriona como parte de la experiencia del turista que, en conjunto, configuran un concepto más diferenciado de producto turístico. Por otra parte, el destino turístico se constituye de manera más compleja, ya que se compone de elementos como el espacio físico y social que poseen

determinadas características y cualidades. Es el conjunto de realidades sociales, económicas, histórico-culturales y ambientales de un territorio. A su vez, el destino turístico se diferencia de otros lugares por ofrecer experiencias que solose podrían disfrutar en ese lugar, por lo que la población juega un papel importante para complementar la experiencia del turista (Ávila y Barrado, 2005). Esto pone en manifiesto que al encontrar numerosos conceptos que componen al turismo, es conveniente diferenciar el producto del destino turístico. Puesto que, este último, se trata de un sistema con mayor complejidad, siendo un espacio geográfico donde incluso intervienen elementos como el clima, infraestructura y servicios. En el cual, los gobiernos locales y el sector empresarial pueden actuar sobre el desarrollo turístico.

Política Pública

Para que un programa o proyecto se lleve a cabo dentro de un territorio, es necesaria la implementación de políticas, las cuales pueden servir como una guía para el proceso de ejecución eficiente de dichas actividades. Estas políticas son definidas por el gobierno de dicha localidad, ya que parte de sus competencias se dirigen a la resolución de los problemas públicos.

Es así, que Cejudo y Michel (2016) definen a una política pública como el conjunto de decisiones y acciones que buscan solucionar problemas públicos específicos, además de mejorar la calidad de vida de la sociedad tomando en cuenta las diferentes circunstancias en las que esta se encuentre o la diferencia entre una y otra. Es importante considerar que al establecer estas políticas se pretende dar una respuesta a un problema *concreto*. Sin embargo, pocas veces se logran encontrar políticas coherentes, que vistas en un análisis más amplio funcionen conjuntamente, y esto sucede porque la mayoría de ocasiones caen en la repetición o redundancia. Por lo tanto, esto trae como consecuencia que el objetivo general o principal no sea claro e incluye también, al proceso y medidas que se tomarán para alcanzarlo o cumplirlo.

Entonces, para que las políticas se desarrollen y funcionen correctamente, se requiere, como base, el conocimiento total sobre la causa del problema que se pretende solucionar o la situación a mejorar. Toda política pública se basa en un problema público, que se identifica con la intervención que planea hacerse, cuando la consistencia de la causa del problema falla, la intervención también pierde eficacia. Se suele considerar que las políticas públicas son exitosas cuando cumplen sus objetivos, esto puede ser posible, pero de manera individual. No puede contribuir a lograr un objetivo más amplio. Sin embargo, para diseñar e implementar políticas sin tomar en cuenta las consecuencias de la falta de coherencia, se requiere entonces, pensar las políticas públicas en sí mismas (Cejudo y Michel 2016).

Por otra parte, Thoenig (1997), menciona que la política pública se trata de un programa de acción, propio de una o varias autoridades públicas o gubernamentales. Básicamente, se refiere a un programa constituido por actividades o proyectos diseñados y gestionados por el gobierno de turno. Esto con la finalidad de satisfacer las necesidades de la población. Pero siendo más específicos al tema de estudio, la política pública del turismo es el conjunto de actividades, decisiones y procesos que impulsan los actores gubernamentales con la intención de alcanzar determinados objetivos relacionados a la actividad turística (Velasco, 2016). Aunque esta tarea no siempre corresponde únicamente al sector público.

La definición de política pública se ha ido dinamizando con el paso del tiempo. Si bien la política pública es una competencia exclusiva de los gobiernos, ahora también se suman otros elementos y actores importantes para alcanzar una serie de objetivos preestablecidos, tal es el caso del turismo. Velasco (2016), manifiesta que uno de los objetivos en las políticas turísticas es el crecimiento de la actividad turística para no perder competitividad, en el caso de los destinos ya consolidados. Respecto a los destinos en desarrollo, el objetivo es crecer hasta convertirse en un destino turístico consolidado a través de la promoción. En el proceso no solo

interviene el sector público, sino también el sector privado, siendo un llamado a la inversión del capital de los empresarios que encuentran en el turismo una actividad económica de gran interés. El segundo objetivo pretende crear las condiciones adecuadas para que la actividad turística puede desarrollarse sin generar conflictos con otros usos o actividad del territorio, tales como la agricultura o ganadería. Por último, se busca la satisfacción y el beneficio del turista y de la población. Por ello, también resulta necesario el involucramiento de la ciudadanía en la actividad turística.

El Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Patate, se encuentra bajo el programa Pueblos Mágicos del Ecuador, por lo que las políticas públicas encaminadas al desarrollo de la actividad turística deben al menos, alcanzar los objetivos anteriormente descritos. El cantón Patate es un destino que se encuentra en fase de desarrollo, por tanto, los gobiernos locales se encargan de la gestión turística para consolidar al cantón como un destino turístico que pueda diversificar la oferta dentro de la provincia. Además, al estar colindando con uno de los destinos más visitados del Ecuador, Baños de Agua Santa, los esfuerzos del GAD cantonal deben ser mayores.

Desarrollo Turístico y Programa Pueblos Mágicos

En el turismo, el desarrollo implica el mejoramiento de las instalaciones y servicios de un espacio geográfico o destino que busca satisfacer las necesidades del visitante. Por tanto, el desarrollo turístico implica mayor inversión por parte del sector público y privado en el territorio, lo que supone también la creación de empleos y generación de ingresos para las localidades anfitrionas. En otro orden, también se habla de desarrollo turístico sostenible, del cual, se precisa como un modelo de desarrollo capaz de satisfacer las necesidades de los turistas y regiones anfitrionas, al mismo tiempo que protege y mejora las oportunidades del futuro (Organización Mundial de Turismo, 1997, como se citó en Linares y Garrido, 2014).

Esto también se enfoca en la gestión de todos los recursos, de manera que satisfaga las necesidades económicas, sociales y estéticas, priorizando el respeto de la integridad cultural, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo a la vida, al mismo tiempo, que se pueda obtener un número significativo de visitantes que realicen un gasto importante en el lugar o destino.

Ahora bien, a lo largo de la historia del Ecuador, el modelo de desarrollo no siempre tuvo un enfoque sostenible ya que se ha basado principalmente en la explotación de recursos naturales para el beneficio socioeconómico del país (Calderón, 2014). Sin embargo, el rápido crecimiento del turismo en la actualidad, ofrece una alternativa de desarrollo apoyado en principios sostenibles y en el trabajo coordinado y articulado de todos los actores involucrados. El programa de Desarrollo Turístico de Localidades Pueblos Mágicos Ecuador, 4 Mundos, se presenta como un instrumento para alcanzar el desarrollo turístico integral para las localidades. Mediante la organización de diversas acciones de carácter económico, social y ambiental en calidad de sostenibilidad, cuyo propósito es mejorar las condiciones de vida de los habitantes al mismo tiempo que genere conciencia del valor y potencial turístico del que disponen, además de lograr la diversificación de la oferta turística nacional (Ministerio de Turismo, 2020b).

Además, el Ministerio de Turismo (2020b), define los objetivos específicos del programa fundamentales para consolidar la oferta turística diversa y competitiva:

- 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
- Mejorar la imagen y la accesibilidad del espacio público

Por consiguiente, se menciona que, para lograr dichos objetivos, es importante incluir a todos los actores que intervienen en el proceso de implementación. Desde luego, el nombramiento como Pueblo Mágico puede promover el desarrollo turístico

y en efecto, ofrecer beneficios para las localidades, sin embargo, es importante tener en cuenta que esto puede traer problemas si no se realiza una gestión adecuada, tal y como lo afirman Pérez y Antolín (2015). Para el logro de las metas propuestas por el Ministerio de Turismo, es necesario el trabajo coordinado, la inclusión y especialmente la participación de los habitantes que son parte de los Pueblos Mágicos, pues serán ellos quienes perciban la realidad de la efectividad del programa.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la efectividad de la aplicación del programa de Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial del cantón Patate.

Objetivos específicos

1. Diagnosticar la situación turística actual del cantón Patate a partir de su nombramiento como Pueblo Mágico.
2. Explorar las percepciones de los actores y partes interesadas relevantes (stakeholders) sobre la actividad turística en el cantón Patate en relación a la efectividad de los procesos de ejecución del programa Pueblos Mágicos.
3. Determinar si la nominación de Patate como Pueblo Mágico ha permitido situar al cantón como destino turístico de mayor valor dentro de la provincia de Tungurahua.

METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

Este estudio tendrá un enfoque mixto, de alcance descriptivo y corte transversal. Para alcanzar el objetivo general de la investigación, se realizará una retrospectiva de la situación turística del cantón Patate previo a su nombramiento como Pueblo Mágico del Ecuador.

Para el cumplimiento del objetivo 1, se procederá con una revisión de cifras de turismo, catastros de servicios turísticos e inventario de atractivos del cantón Patate, tomadas de fuentes secundarias entre el periodo 2015-2019. Las cifras de turismo permitirán conocer el historial de la actividad turística en el territorio durante el tiempo establecido. Por otra parte, la información de los catastros de servicios turísticos se analizará mediante el uso de la cartografía para conocer si la oferta turística del cantón ha aumentado o no.

Respecto al alcance del objetivo 2, se realizarán entrevistas semiestructuradas que se aplicarán a una muestra no probabilística por conveniencia. La muestra está conformada por los actores y partes interesadas relevantes (stakeholders), es decir, las autoridades del Municipio de Patate que trabajan en el área de turismo, operadoras turísticas por parte del sector privado y, el presidente del Comité Ciudadano de Pueblos Mágicos, en representación de la comunidad anfitriona de Patate. Las variables que sustentarán la exploración del discurso de los actores mencionados serán *desarrollo turístico, política pública y turística, participación de la ciudadanía* en el proceso de ejecución del programa. Con esto, se identificará si se han desarrollado ordenanzas, normativas, entre otras herramientas, que fomenten la actividad turística en Patate. Las entrevistas se procesarán mediante el software de análisis e interpretación de información, ATLAS. Ti 7.

Por último, para el objetivo 3, se aplicarán encuestas a los turistas que visitan Baños de Agua Santa, uno de los cantones con mayor afluencia turística en la provincia. Las encuestas se desarrollarán con el fin de comprobar si existe *conocimiento* por parte de los turistas sobre la declaración de Patate como Pueblo Mágico, sus

atractivos turísticos y, si se presenta la *intencionalidad* de visitar el cantón. Además, se determinarán los factores sociodemográficos de los turistas. Debido a la inexistencia de cifras de turistas que visitan Baños de Agua Santa en fuentes oficiales, se tomarán como universo 6.939 plazas de alojamiento para el cálculo posterior de la muestra. La cual tendrá un 95% de nivel de confianza y 5% de margen de error. Los datos obtenidos de las encuestas se procesarán a través del software Statistical Package for the Social Sciences (SPSS).

Todas las herramientas e instrumentos anteriormente mencionados, permitirán obtener resultados pertinentes al caso de estudio.

BIBLIOGRAFÍA

American Psychological Association. (2020). Guia Normas APA 7a. Edición. Normas-apa.org. <https://normas-apa.org/wp-content/uploads/Guia-Normas-APA-7ma-edicion.pdf>

Ávila Bercial, R. y Barrado Timón, D. (2005). Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión. *Cuadernos de turismo*.

Calderón, F. (2014). El ordenamiento territorial y desarrollo turístico en la provincia de Tungurahua. *Revista UNIANDÉS Episteme*, 1(1), 40-53.

Cárdenas, F. (2004). *Producto Turístico. Aplicación práctica de la estadística y del muestreo para su diseño* (2da ed.). Editorial Trillas, México.

Cejudo, G. y Michel, C. (2016). Coherencia y políticas públicas. Metas, instrumentos y poblaciones objetivo. *Gestión y Política Pública*, 25 (1), 3-31.

Espeso Molinero, P. (2019). Tendencias del turismo cultural. *PASOS Revista de turismo y patrimonio cultural*, 17(6), 1101-1112.

Fernández Poncela, A. (2016). Una revisión del programa Pueblos Mágicos. *CULTUR Revista de Cultura e Turismo*, 10(1), 03-34.

- Gauna Ruiz de León, C. (2019). Análisis sociodemográfico, económico y turístico de los “Pueblos Mágicos” de Jalisco, México. *El periplo sustentable*, (36),34-66.
- Velásquez Gavilanes, R. (2009). Hacia una nueva definición del concepto “política pública”. *Desafíos*, 20, 149-187.
- Ibarra Michel, J. y Velarde Valdés, M. (2016). El Programa Pueblos Mágicos y la sustentabilidad turística; el caso de Cosalá y los eventos “Cosaltazo” y “Cosalazo”. *El periplo sustentable*, (31).
- Jiménez Martínez, A. (2005). *Desarrollo Turístico y Sustentabilidad: El Caso de México*. Miguel Ángel Porrúa, México.
- Linares, H. y Garrido, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453-466.
- Madariaga, C. y Asencio, F. (2019). Somos de marca. Turismo y marca UNESCO en el Patrimonio Cultural Inmaterial. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1127-1141.
- Ministerio de Turismo (2018a). *El desarrollo de Pueblos Mágicos en Ecuador contará con asesoramiento de México*. <https://www.turismo.gob.ec/el-desarrollo-de-pueblos-magicos-en-ecuador-contara-con-asesoramiento-de-mexico/>
- Ministerio de Turismo (2020b). *Guía Documental Programa Pueblos Mágicos Ecuador – 4 Mundos*. <https://servicios.turismo.gob.ec/pueblos-magicos>
- Ministerio de Turismo (2021c). *Pueblos Mágicos Ecuador*. <https://servicios.turismo.gob.ec/pueblos-magicos>
- Morillo Moreno, M. (2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*, (1), 135-158.
- Pérez Ramírez, A. y Antolín Espinosa, D. (2016). Programa pueblos mágicos y desarrollo local: actores, dimensiones y perspectivas en El Oro, México. *Estudios sociales*, 25(47), 217-242.

- Santamaría Freire, E. y López Pérez, S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(86), 417-434.
- Secretaría de Turismo (2006). *Reglas de Operación Pueblos Mágicos*. <http://www.sectur.gob.mx>
- Shaddi Rodríguez, R., Pulido Fernández, J. y Herrera, I. (2017). El producto turístico en los Pueblos Mágicos de México. Un análisis crítico de sus componentes. *Revista de Estudios Regionales*, (108), 125-163.
- Thoenig, J. C. (1997). Política pública y acción pública. *Gestión y Política Pública*, 6(1), 19-37.
- Torres León, L., Granda Jaramillo, M., Barzallo Neira, C., Armijos, D., y PesantezLoyola, S. (2016). Manual para trabajos de titulación. Facultad de Ciencias de la hospitalidad: Unidad de Titulación. <https://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/25538/1/Manual%20Trabajos%20Titulacio%CC%81n%2C%202016%2007%2012.pdf>
- García Vega, D. y Guerrero Rojas, H. (2014). El programa «Pueblos Mágicos»: análisis de los resultados de una consulta local ciudadana. El caso de Cuitzeo, Michoacán, México. *Economía y sociedad*, 18(31), 71-94.
- Velasco, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, políticaturística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 577-594.

TALENTO HUMANO

RECURSO	DEDICACIÓN	VALOR TOTAL \$
DIRECTOR	1 HORAS/SEMANA/12 MESES	600,00
ESTUDIANTES	12 HORAS/SEMANA/12 MESES	2550,00
TOTAL		3.150,00

RECURSOS MATERIALES

CANTIDAD	RUBRO	VALOR \$
2 unidades	Celulares	280,00
2 unidades	Computadores	1200,00
1 resma	Hojas de papel bond	3,00
1 caja	Esferos	4,00
1 caja	Mascarillas	4,00
TOTAL		1.491,00

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Análisis de la efectividad de la aplicación del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial: Caso cantón Patate, Tungurahua, Ecuador.

ACTIVIDAD	MES
-----------	-----

	1	2	3	4	5	6
1. Recolección y organización de información	X					
2. Discusión y análisis de la información		X				
3. Trabajo de Campo			X			
4. Integración de la información de acuerdo a los objetivos				X		
5. Redacción del trabajo					X	
6. Revisión final						X

PRESUPUESTO

Análisis de la efectividad de la aplicación del programa Pueblos Mágicos en el desarrollo turístico territorial: Caso cantón Patate, Tungurahua, Ecuador.

CONCEPTO	APORTE DEL ESTUDIANTE \$	OTROS APORTES \$	VALOR TOTAL \$
TALENTO HUMANO INVESTIGADORES	2550,00	600,00	3150,00
GASTOS DE MOVILIZACIÓN TRANSPORTE, SUBSISTENCIAS, ALOJAMIENTO	600,00		600,00
GASTOS DE LA INVESTIGACIÓN INSUMOS, MATERIAL DE ESCRITORIO, BIBLIOGRAFÍA, INTERNET	11,00		11,00
EQUIPOS, LABORATORIOS Y MAQUINARIA LABORATORIOS, COMPUTADOR Y ACCESORIOS, MAQUINAS, UTENSILIOS	1480,00		1480,00
OTROS			
TOTAL	4641,00	600,00	5241,00

ESQUEMA

Índice

Resumen/Abstract

Agradecimientos

Dedicatoria

Introducción

Capítulo 1 – Diagnóstico de la situación turística del cantón Patate

1.1. Marco Teórico

1.2. Pueblos Mágicos del Ecuador: Patate

1.3. Análisis de cifras de turismo

1.4. Análisis de catastros de servicios turísticos

1.5. Análisis de inventario de atractivos turísticos

Capítulo 2 – Efectividad del Programa Pueblos Mágicos y desarrollo turístico

2.1. Actores principales y política pública turística

2.2. Visión del sector público

2.3. Intervención del sector privado

2.4. Intervención del Comité Ciudadano de Pueblos Mágicos

Capítulo 3 – Patate como destino turístico

3.1. Percepción de los turistas acerca del cantón Patate

3.2. Análisis de resultados

Conclusiones

Bibliografía

Anexos

Anexo 2. Modelo de entrevista dirigida al sector público del cantón Patate

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA – DIRIGIDA HACIA SECTOR PUBLICO DE PATATE

1. ¿Por qué usted considera que Patate fue elegido como Pueblo Mágico?
2. ¿Se han establecido normativas en el territorio tras la declaratoria de Patate como PM? Ya sean normativas de en temas de ordenamiento territorial, uso y gestión del suelo, turismo, entre otras.
3. ¿Cómo ha cambiado la situación turística de Patate?
4. ¿Hay más negocios o emprendimientos turísticos? ¿Hay más hoteles, restaurantes, operadoras, etc.?
5. ¿Ha notado que viene más turistas a Patate? ¿En qué fechas especialmente? Feriados, etc.
6. ¿Cree que vienen turistas de otras partes del país que antes no venían? ¿Creen que estas personas ahora vienen por la declaratoria de Patate como PM?
7. ¿Cuál ha sido el mayor reto para atraer turistas al cantón? (conectividad, planta turística, difusión, otros destinos mayormente visitados, etc.)
8. ¿La población de Patate conoce que Patate es un Pueblo Mágico?
9. ¿Cómo se hace el registro de las personas que visitan al cantón? Si usted necesita información sobre el número de personas que visitan Patate, ¿dónde lo revisa?
10. ¿Quién o quiénes realizan la promoción turística de Patate? ¿Qué medios utilizan?
11. ¿Qué medios principalmente se utilizan para la promoción del turismo en Patate?
12. ¿Conoce si las agencias viajen tiene paquetes turísticos que vendan a Patate como PM?
13. ¿Realmente considera que el programa Pueblo Mágicos ha ayudado al desarrollo turístico de Patate? ¿Cuáles son sus percepciones?
14. ¿Actualmente se está trabajando en proyectos nuevos para el desarrollo de la actividad turística en Patate?

Anexo 3. Modelo de entrevista dirigida al Comité de Pueblos Mágicos Patate.

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA – DIRIGIDA AL PRESIDENTE DEL COMITÉ PUBLLOS MAGICOS PATATE

1. ¿Por qué usted considera que Patate fue elegido como Pueblo Mágico?
2. ¿Se han establecido normativas en el territorio tras la declaratoria de Patate como PM? Ya sean normativas de en temas de ordenamiento territorial, uso y gestión del suelo, turismo, entre otras.
3. ¿Cómo ha cambiado la situación turística de Patate?
4. ¿Hay más negocios o emprendimientos turísticos? ¿Hay más hoteles, restaurantes, operadoras, etc.?
5. ¿Ha notado que viene más turistas a Patate? ¿En qué fechas especialmente? Feriados, etc.
6. ¿Cree que vienen turistas de otras partes del país que antes no venían? ¿Cree que estas personas ahora vienen por la declaratoria de Patate como PM?
7. ¿Cuál ha sido el mayor reto para atraer turistas al cantón? (conectividad, planta turística, difusión, otros destinos mayormente visitados, etc.)
8. ¿La población de Patate conoce que Patate es un Pueblo Mágico?
9. ¿Cómo se hace el registro de las personas que visitan al cantón? Si usted necesita información sobre el número de personas que visitan Patate, ¿dónde lo revisa?
10. ¿Quién o quiénes realizan la promoción turística de Patate? ¿Qué medios utilizan?
11. ¿Qué medios principalmente se utilizan para la promoción del turismo en Patate?
12. ¿Conoce si las agencias viajen tiene paquetes turísticos que vendan a Patate como PM?
13. ¿Realmente considera que el programa Pueblo Mágicos ha ayudado al desarrollo turístico de Patate? ¿Cuáles son sus percepciones?
14. ¿Actualmente se está trabajando en proyectos nuevos para el desarrollo de la actividad turística en Patate?

Anexo 4. Modelo de entrevista dirigida a representantes del sector privado

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA – DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE HOTELES EN BAÑOS DE AGUA SANTA

1. ¿Conoce que Patate posee una declaratoria de PM del Ecuador? ¿Qué opina sobre la declaratoria?
2. ¿Cómo le ha favorecido la declaratoria de Patate PM para su negocio?
3. ¿Cree que Patate podría ser un elemento complementario a la visita en Baños? ¿Y en qué fechas?
4. ¿La gente que se hospeda en su establecimiento hay personas que le preguntan sobre Patate? ¿Cómo llegar a Patate? ¿Qué hay en Patate?
5. ¿Usted recomendaría la visita a Patate?

CUESTIONARIO PARA ENTREVISTA – DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE OPERADORES TURISTICOS EN BAÑOS DE AGUA SANTA

1. ¿Qué ofrece usted en su operadora/agencia? ¿Qué tipo de turismo, actividades, etc.?
2. ¿Dentro de sus paquetes venden a Patate? ¿Por qué?
3. ¿Cuánto cuesta, cuánto tiempo dura, qué tipo de tours, quiénes lo compran, etc.?
4. ¿Conoce que Patate posee una declaratoria de PM del Ecuador? ¿Qué opina sobre la declaratoria y para que cree usted que le ha servido esta declaratoria a Patate?
5. Si a futuro Patate tuviese un producto turístico consolidado, ¿ustedes lo operarían o consideran que Baños es el único fuerte turístico de Tungurahua?
6. ¿Cree que Patate podría ser un elemento complementario a la visita en Baños? ¿Y en qué fechas?

Anexo 5. Modelo de encuesta dirigida a turistas de Baños de Agua Santa

ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DEL TURISTA

Información demográfica

1. Ciudad de procedencia

2. Nacionalidad

3. Edad

- 20-25 años
- 26-30 años
- 30-40 años
- Mayor de 40 años

4. Sexo

- Masculino
- Femenino

5. Nivel de instrucción

- Educación básica
- Bachillerato
- Educación superior
- Postgrado

Percepción del turista

1. ¿Ha visitado el cantón Patate anteriormente?

- Sí
- No

2. Indique qué lugares del cantón Patate usted ha visitado

- Cascada Mundug
- Nido del Ángel
- Basílica y Museo Señor del Terremoto
- Huertos frutales
- Ninguno

3. Indique las actividades que usted ha realizado o le gustaría realizar en el cantón Patate

- Realizar fotografía
- Degustar comida típica
- Presenciar festividades de la localidad
- Visitar la Basílica y Museo “Señor del Terremoto”
- Visitar atractivos naturales
- Visitar huertos frutales
- Ninguna

4. ¿Ha escuchado algo acerca del programa Pueblos Mágicos del Ecuador?

- Sí
- No

5. ¿A través de qué medio?

- Internet
- Agencias de viajes
- Radio
- Televisión
- Periódico
- Por un familiar o amigo
- Ninguno

6. ¿Sabía usted que el cantón Patate es considerado un Pueblo Mágico del Ecuador?

- Sí
- No

7. En su actual viaje, ¿tiene usted planeado visitar el cantón Patate?

- Sí
- No

Anexo 6. Modelo de encuesta dirigida a la población de Patate

ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN DEL CANTÓN PATATE

1. Edad

- 20-25 años
- 26-30 años
- 30-40 años
- Mayor de 40 años

2. Sexo

- Masculino
- Femenino

3. Nivel de instrucción

- Educación básica
- Bachillerato
- Educación superior
- Postgrado

4. ¿Cuál es su ocupación? Trabajo, labor, etc.

5. Indique las actividades turísticas que usted recomendaría realizar en el cantón Patate

- Realizar fotografía
- Degustar comida típica
- Presenciar festividades de la localidad
- Visitar la Basílica y Museo Señor del Terremoto
- Visitar atractivos naturales
- Visitar huertos frutales

6. ¿Ha escuchado acerca del programa Pueblos Mágicos del Ecuador?

Sí

No

7. ¿Sabía usted que el cantón Patate es considerado un Pueblo Mágico del Ecuador?

Sí

No

8. ¿Cuál es la razón por la que Patate es un Pueblo Mágico? Marque solo UNA opción.

Gastronomía (arepas de zapallo, chicha de uva, espumillas)

Festividades (Fiesta Señor del Terremoto y Cantonización)

Banda del Pueblo

Agricultura (plantas frutales y ornamentales)

Paisajes naturales

Basílica Señor del Terremoto

9. ¿Cree usted que han venido más turistas en el último año 2021?

Sí

No

10. ¿El programa Pueblos Mágicos lo ha beneficiado económicamente?

Sí

No

11. ¿Usted está a favor o en contra del programa Pueblos Mágicos?

A favor

En contra

Ni a favor, ni en contra