



**UNL**

Universidad  
Nacional  
de Loja

**Universidad Nacional de Loja**  
Facultad Jurídica, Social y Administrativa

Maestría en Políticas Públicas

**“EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA PARA EL  
FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA  
EN LOS DIFERENTES NIVELES DE GOBIERNO LOCAL,  
EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**

**Trabajo de Titulación previa a la  
obtención del título de Máster en Políticas  
Públicas**

**AUTOR:**  
Diego Orlando Olmedo Escobar

**DIRECTOR:**  
Econ. Cristian Paul Ortiz Villalta, Mg. Sc.

Loja - Ecuador  
2024

## **Certificación**

Loja, 31 de enero de 2024

Econ. Cristian Paul Ortiz Villalta, Mg. Sc.

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

### **CERTIFICO:**

Que he revisado y orientado todo proceso de la elaboración de tesis de grado titulado: **“Evaluación de la política pública para el fortalecimiento de la actividad turística en los diferentes niveles de gobierno local, en la provincia de Zamora Chinchipe”** de autoría del estudiante **Diego Orlando Olmedo Escobar**, previa a la obtención del título de **Magister en Políticas Públicas**, una vez que el trabajo cumple con todos los requisitos exigidos por la Universidad Nacional de Loja para el efecto, autorizo la presentación para la respectiva sustentación y defensa.

Econ. Cristian Paul Ortiz Villalta, Mg. Sc.

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN**

## **Autoría**

Yo, **Diego Orlando Olmedo Escobar** declaro ser autor/a del presente trabajo de tesis y eximo expresamente a la Universidad Nacional de Loja y a sus representantes jurídicos de posibles reclamos y acciones legales, por el contenido de la misma. Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja la publicación de mi tesis en el Repositorio Digital Institucional – Biblioteca Virtual.

Cédula de Identidad: 1900498203

Fecha: **31 de enero de 2024**

Correo electrónico: [diego.olmedo@unl.edu.ec](mailto:diego.olmedo@unl.edu.ec)

Teléfono o Celular: 099 199 3677

## **Carta de autorización de tesis por parte del autor (a) para la consulta de producción parcial o total, y publicación electrónica de texto completo**

Yo **Diego Orlando Olmedo Escobar** declaro ser autor del Trabajo de Titulación Denominado: **Evaluación de la política pública para el fortalecimiento de la actividad turística en los diferentes niveles de gobierno local, en la provincia de Zamora Chinchipe** como requisito para optar el título de **Magister em Políticas Públicas**, autorizo al sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos muestre la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Institucional.

Los usuarios pueden consultar el contenido de este trabajo en el Repositorio Institucional, en las redes de información del país y del exterior con las cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a los 31 días del mes de enero del año dos mil veinticuatro.

Firma:

Autor: Diego Orlando Olmedo Escobar

Cédula: 1900498203

Dirección: Yantzaza, Zamora Chinchipe

Correo electrónico: [diego.olmedo@unl.edu.ec](mailto:diego.olmedo@unl.edu.ec)

Teléfono: 099 199 3677

### **DATOS COPLEMENTARIOS**

Director del Trabajo de Titulación: Econ. Cristian Paul Ortiz Villalta Mg. Sc.

## **Dedicatoria**

Dedicado ante todo a Dios, fuente de sabiduría y guía en cada paso de este viaje académico, por iluminar el camino con fe y perseverancia en los momentos de desafío y aprendizaje.

A mis queridos padres y hermanos, pilares inquebrantables de amor y apoyo, quienes con su aliento y confianza incondicional han sido la constante que me impulsa a alcanzar mis sueños y objetivos.

A mis amigos, compañeros incansables de aventuras y estudios, por la amistad y los momentos compartidos que han sido el refugio y la alegría en esta travesía hacia el logro de esta meta.

*Diego Orlando Olmedo Escobar*

## **Agradecimiento**

Es un honor expresar mi más sincero agradecimiento al Econ. Cristian Paul Ortiz Villalta, Mg. Sc., mi director de tesis, cuya experticia y orientación han sido cruciales para la culminación de este trabajo. Su paciencia, conocimiento y rigurosidad han sido una inspiración constante a lo largo de este proceso.

Quiero extender mi gratitud a todos los docentes de la maestría, cuya enseñanza y consejos han sido fundamentales en mi formación académica y profesional. Sus valiosas lecciones trascienden las aulas y han dejado una huella imborrable en mi carrera.

A mis compañeros de estudio, gracias por su amistad, colaboración y los momentos compartidos. Cada uno de ustedes ha contribuido a hacer de este viaje académico una experiencia enriquecedora y memorable.

Un agradecimiento especial a mi familia y amigos, por su amor incondicional, soporte emocional y aliento constante en los momentos más desafiantes. Sin su apoyo, superar las adversidades y culminar esta tesis no hubiera sido posible.

Mi reconocimiento a todos aquellos que proveyeron la información necesaria para este estudio, especialmente a los gobiernos locales y a los emprendedores turísticos, cuya cooperación y transparencia fueron esenciales para la investigación.

Un agradecimiento particular al GAD Municipal de Yantzaza y a su Alcaldesa, cuyo aliento y apoyo han sido determinantes para superar los obstáculos y completar con éxito este trabajo. Su compromiso con el avance educativo y desarrollo local son dignos de admiración y gratitud.

*Diego Orlando Olmedo Escobar*

## Índice de Contenidos

Portada.....	i
Certificación.....	ii
Autoría .....	iii
Carta de autorización.....	iv
Dedicatoria.....	v
Agradecimiento.....	vi
Índice de contenidos.....	vii
Índice de Tablas .....	viii
Índice de Figuras.....	xi
Índice de Anexos.....	xi
1. Título.....	12
2. Resumen .....	13
3. Introducción .....	15
4. Marco Teórico .....	17
4.1 Antecedentes .....	17
4.1.1 Turismo y reactivación económica .....	17
4.1.2. Turismo y política pública.....	18
4.1.3. El turismo en el marco legal ecuatoriano .....	20
4.1.4. Papel de los gobiernos locales en el sector turismo.....	1
4.2. Evidencia Empírica.....	2
6. Resultados .....	14
6.1. Objetivo Específico 1 .....	14
Determinar el comportamiento de la actividad turística de la provincia de Zamora Chinchipe, con corte al año 2023	
6.2. Objetivo Específico 2 .....	19
Evaluar la percepción que tienen los actores vinculados a la actividad turística sobre la importancia que brindan los gobiernos locales al fortalecimiento del turismo como política pública local	
6.3. Objetivo Específico 3 .....	29
Analizar las principales causas y posibles efectos que influyen en la política pública de la actividad turística en la provincia de Zamora Chinchipe, con el fin de hacer recomendaciones de política pública	
6.3.1. Ejercicio de las competencias turística por el gobierno provincial.....	29
6.3.2. Ejercicio de las competencias turística por los gobiernos municipales .....	31
6.3.3. Análisis a la inversión en materia turística por los niveles de gobierno local.....	33

6.3.4. Árbol de problemas de la política pública en materia de turismo de la provincia de Zamora Chinchipe.....	57
7. Discusión.....	60
8. Conclusiones.....	73
9. Recomendaciones .....	75
10. Bibliografía.....	77
11. Anexos .....	83

## Índice de Tablas

<b>Tabla 1.</b> Facultades y atribuciones asignadas a los gobiernos locales en materia de turismo en la Resolución No. 0001-CNC-2016 .....	22
<b>Tabla 2.</b> Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Género.....	14
<b>Tabla 3.</b> Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Género.....	15
<b>Tabla 4.</b> Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Frecuencia de viaje con fines turísticos.....	15
<b>Tabla 5.</b> Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Principal motivo del viaje .....	16
<b>Tabla 6.</b> Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Destino turístico preferido.....	16
<b>Tabla 7.</b> Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Tipo de alojamiento preferido .....	17
<b>Tabla 8.</b> Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Actividades turísticas durante los viajes.....	17
<b>Tabla 9.</b> Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Como planifican los viajes .....	18
<b>Tabla 10.</b> Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Factor importante para elegir el destino .....	18
<b>Tabla 11.</b> Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Se ha modificado los planes de viaje por COVID-19.....	19
<b>Tabla 12.</b> Cantón donde se ubican los emprendimientos investigados .....	21
<b>Tabla 13.</b> Género de los propietarios de emprendimientos investigados .....	22
<b>Tabla 14.</b> Edad de los propietarios de emprendimientos investigados.....	22
<b>Tabla 15.</b> Percepción del apoyo estatal que perciben los propietarios de emprendimientos.....	23
<b>Tabla 16.</b> Percepción de la importancia desde el estado al fortalecimiento del turismo .....	24
<b>Tabla 17.</b> Años que llevan operando en el sector turístico .....	24
<b>Tabla 18.</b> Apoyo financiero recibido desde el gobierno .....	25
<b>Tabla 19.</b> Tipo de apoyo financiero recibido desde el estado para los emprendimientos .....	25
<b>Tabla 20.</b> Calificación al nivel de apoyo financiero recibido .....	26
<b>Tabla 21.</b> Participación en programas de capacitación .....	27
<b>Tabla 22.</b> Calificación de la efectividad de los programas de capacitación estatal para los emprendimientos turísticos.....	27
<b>Tabla 23.</b> Barreras o desafíos experimentados en relación al negocio turístico.....	28
<b>Tabla 24.</b> Beneficios al ser regulados por el Ministerio de Turismo .....	29



<b>Tabla 25.</b> Ejercicio de las competencias en materia de turismo por el gobierno provincial de Zamora Chinchipe.....	30
<b>Tabla 26.</b> Ejercicio de las competencias en materia de turismo por los gobiernos municipales de Zamora Chinchipe.....	32
<b>Tabla 27.</b> Inversión anual del GAD Provincial de Zamora Chinchipe en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	34
<b>Tabla 28.</b> Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Zamora en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	35
<b>Tabla 29.</b> Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Palanda en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	36
<b>Tabla 30.</b> Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Chinchipe en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	36
<b>Tabla 31.</b> Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Yacuambi en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	37
<b>Tabla 32.</b> Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de El Pangui en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	38
<b>Tabla 33.</b> Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Yantzaza en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	39
<b>Tabla 34.</b> Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Paquisha en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	39
<b>Tabla 35.</b> Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Nangaritzza en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	40
<b>Tabla 36.</b> Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Centinela del Cóndor en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	41
<b>Tabla 37.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Panguintza en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	41
<b>Tabla 38.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial del Triunfo-Dorado en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	42
<b>Tabla 39.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Chito en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	42
<b>Tabla 40.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de El Chorro en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	43
<b>Tabla 41.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de La Chonta en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	43
<b>Tabla 42.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de San Andrés en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	44
<b>Tabla 43.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Pucapamba en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	44
<b>Tabla 44.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de El Guismi en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	45
<b>Tabla 45.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Pachicutza en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	45
<b>Tabla 46.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Tundayme en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	46
<b>Tabla 47.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Nankais en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	46
<b>Tabla 48.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Nuevo Paraíso en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	47

<b>Tabla 49.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Zurmi en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	47
<b>Tabla 50.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de El Porvenir del Carmen en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	48
<b>Tabla 51.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de La Canela en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	48
<b>Tabla 52.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de San Francisco del Vergel en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	49
<b>Tabla 53.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Valladolid en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	49
<b>Tabla 54.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Bellavista en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	50
<b>Tabla 55.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Nuevo Quito en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	50
<b>Tabla 56.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de La Paz en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	51
<b>Tabla 57.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Tutupali en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	51
<b>Tabla 58.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Chicaña en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	52
<b>Tabla 59.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Los Encuentros en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	52
<b>Tabla 60.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Cumbaratza en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	53
<b>Tabla 61.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Guadalupe en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	54
<b>Tabla 62.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Imbana en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	54
<b>Tabla 63.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Sabanilla en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	55
<b>Tabla 64.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de San Carlos de las Minas en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	55
<b>Tabla 65.</b> Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Timbara en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.....	56

## Índice de Figuras

<b>Figura 1.</b> Árbol de problemas .....	57
---	----

## Índice de Anexos

<b>Anexo 1.</b> Encuesta aplicada a turistas .....	83
<b>Anexo 2.</b> Encuesta aplicada a emprendedores turísticos .....	85
<b>Anexo 3.</b> Encuesta para evaluar el nivel de ejecución de competencias turísticas por el nivel cantonal .....	87
<b>Anexo 4.</b> Encuesta para evaluar el nivel de ejecución de competencias turísticas por el nivel provincial.....	88

## **1. Título**

Evaluación de la política pública para el fortalecimiento de la actividad turística en los diferentes niveles de gobierno local, en la provincia de Zamora Chinchipe.

## 2. Resumen

La "Evaluación de la Política Pública para el Fortalecimiento de la Actividad Turística en los Diferentes Niveles de Gobierno Local en la Provincia de Zamora Chinchipe" es un análisis del sector turístico en esta región ecuatoriana. El estudio analiza cómo las políticas públicas influyen en el desarrollo turístico y su efectividad en los diferentes niveles de gobierno local. Se investiga la asignación de recursos, la estructura de gobernanza, y la percepción de los actores involucrados en el turismo, incluyendo a gobiernos locales, emprendedores turísticos y turistas. La investigación utiliza una metodología mixta, combinando análisis cualitativos y cuantitativos, para obtener una visión completa del estado actual del turismo y la efectividad de las políticas públicas implementadas. Se aplicaron encuestas y entrevistas para recopilar datos primarios y entender las experiencias y opiniones de los actores clave en el sector. Los resultados de este estudio tienen como objetivo ofrecer una base sólida para la toma de decisiones informadas y mejorar continuamente la gestión del turismo local. Se busca identificar áreas de fortaleza, así como desafíos y oportunidades para el desarrollo del turismo en Zamora Chinchipe, con el fin de proponer recomendaciones que contribuyan a un crecimiento sostenible y responsable del sector. Este estudio es crucial para entender la dinámica del turismo en un contexto regional y cómo las políticas públicas pueden ser mejor enfocadas para maximizar su impacto positivo en la economía, la cultura, y el medio ambiente. La investigación aporta al conocimiento del turismo en Ecuador y ofrece perspectivas valiosas para otros contextos similares, contribuyendo al desarrollo de estrategias turísticas más efectivas y sostenibles. La colaboración entre los distintos niveles de gobierno y los actores del sector es fundamental para el éxito de estas políticas, y el estudio subraya la importancia de esta sinergia para el futuro del turismo en la provincia.

**Palabras clave:** Turismo, gobernanza local.

## **Abstract**

The "Public Policy Evaluation for the Strengthening of Tourism Activity at Different Levels of Local Government in the Province of Zamora Chinchipe" is an analysis of the tourism sector in this Ecuadorian region. The study examines how public policies influence tourism development and their effectiveness across various levels of local government. It investigates the allocation of resources, governance structure, and the perceptions of stakeholders involved in tourism, including local governments, tourism entrepreneurs, and tourists. The research employs a mixed-methods approach, combining qualitative and quantitative analyses, to gain a comprehensive view of the current state of tourism and the effectiveness of implemented public policies. Surveys and interviews were conducted to collect primary data and understand the experiences and opinions of key sector players. The findings of this study aim to provide a solid foundation for informed decision-making and continuous improvement in local tourism management. It seeks to identify areas of strength, as well as challenges and opportunities for tourism development in Zamora Chinchipe, with the aim of proposing recommendations that contribute to sustainable and responsible sector growth. This study is crucial for understanding the dynamics of tourism in a regional context and how public policies can be better focused to maximize their positive impact on the economy, culture, and environment. The research contributes to the knowledge of tourism in Ecuador and offers valuable insights for similar contexts, contributing to the development of more effective and sustainable tourism strategies. Collaboration among different levels of government and sector stakeholders is fundamental to the success of these policies, and the study underscores the importance of this synergy for the future of tourism in the province.

**Keywords:** Tourism, Local Governance.

### **3. Introducción**

La provincia de Zamora Chinchipe, situada en la región suroriental de Ecuador, representa un mosaico de biodiversidad y riqueza cultural, posicionándose como un destino turístico potencialmente próspero. Este estudio, enfocado en la "Evaluación de la Política Pública para el Fortalecimiento de la Actividad Turística en los Diferentes Niveles de Gobierno Local en la Provincia de Zamora Chinchipe", busca profundizar en la comprensión de cómo las políticas públicas afectan el desarrollo y la eficacia del turismo en el ámbito local.

El turismo, como un sector vital para el desarrollo económico y social, requiere una gestión y políticas públicas eficientes. La región de Zamora Chinchipe, con su rica biodiversidad y patrimonio cultural, tiene el potencial de convertirse en un importante centro turístico. Sin embargo, para lograr este potencial, es crucial comprender y optimizar el papel de la política pública en la promoción y regulación del turismo.

El propósito de este estudio es evaluar las políticas públicas existentes y su impacto en la industria turística de Zamora Chinchipe. A través de un enfoque metodológico mixto que incorpora tanto análisis cuantitativos como cualitativos, se busca proporcionar una visión detallada del estado actual del turismo y la eficacia de las políticas públicas. Esto incluye el análisis de la asignación de recursos, la estructura de gobernanza turística y la percepción de los actores clave, como los gobiernos locales, los emprendedores turísticos y las comunidades locales.

Este estudio también se propone identificar las áreas de fortaleza y los desafíos dentro del sector turístico de la provincia. A través de encuestas y entrevistas, se recopilan datos y experiencias directas de los actores involucrados en el turismo, lo que permite un entendimiento más profundo de sus perspectivas y opiniones. Estos resultados no solo sirven para ofrecer una base para la toma de decisiones informadas y el desarrollo de políticas más efectivas, sino también para identificar oportunidades para un crecimiento turístico sostenible y responsable.

Además, este estudio es significativo en su contribución al conocimiento académico y práctico sobre la política pública y el turismo. Proporciona información valiosa para el diseño y la implementación de políticas turísticas más efectivas y sostenibles, tanto en

Zamora Chinchipe como en otros contextos similares. Además, subraya la importancia de la colaboración entre diferentes niveles de gobierno y actores del sector turístico para el éxito de estas políticas.

La presente investigación tuvo por objetivo general “Evaluar la política pública en materia de fortalecimiento del turismo en los niveles de gobierno local de la provincia de Zamora Chinchipe” y por objetivos específicos: 1 “Determinar el comportamiento de la actividad turística de la provincia de Zamora Chinchipe, con corte al año 2023”; 2. “Evaluar la percepción que tienen los actores vinculados a la actividad turística sobre la importancia que brindan los gobiernos locales al fortalecimiento del turismo como política pública local”; y, 3. “Analizar las principales causas y posibles efectos que influyen en la política pública de la actividad turística en la provincia de Zamora Chinchipe, con el fin de hacer recomendaciones de política pública”.

La estructura del documento incluye una revisión exhaustiva de la literatura para establecer el contexto y el marco teórico, seguida de una descripción detallada de la metodología utilizada. Posteriormente, se presentan y analizan los datos recopilados, seguidos de una discusión sobre los hallazgos y su relevancia. Finalmente, el estudio concluye con recomendaciones basadas en los resultados y reflexiones sobre las implicaciones futuras para la gestión del turismo en Zamora Chinchipe.



## **4. Marco Teórico**

### **4.1 Antecedentes**

El proyecto de investigación se enfoca en la importancia del turismo como motor del desarrollo socioeconómico y cultural en la provincia de Zamora Chinchipe, Ecuador, en consonancia con las disposiciones legales nacionales y regionales. Se plantea un problema de investigación que busca evaluar la implementación de la política pública de turismo en los diferentes niveles de gobierno local. Se explorará la estructura de gobernanza local, la asignación de presupuesto y la percepción de los actores relacionados con el turismo.

El estudio se justifica en la necesidad de promover una gestión pública eficiente y ética, así como la importancia de evaluar las políticas públicas para garantizar su efectividad. Se espera que los resultados de la investigación proporcionen orientación para llevar a cabo acciones concretas en lugar de quedarse en el discurso.

Los objetivos del proyecto incluyen el análisis y evaluación de la política pública en materia de turismo a nivel local, la comprensión del sistema de gobernanza local en relación con el turismo, la determinación de la prioridad presupuestaria para este sector y la evaluación de la percepción de los actores vinculados con el turismo.

Este proyecto de investigación busca arrojar luz sobre la implementación de la política pública de turismo en la provincia de Zamora Chinchipe y sus implicaciones en el desarrollo socioeconómico local. Los resultados se espera que proporcionen información valiosa para la toma de decisiones y el fortalecimiento de la gestión pública en la región.

#### ***4.1.1 Turismo y reactivación económica***

La Organización Mundial del Turismo (OMT) define al turismo como « Las acciones que llevan a cabo los individuos durante sus desplazamientos y permanencias en áreas distintas a su ambiente cotidiano por un lapso no superior a un año, con propósitos de recreación, comerciales o laborales u otros» (Ceupe, 2019)

El turismo incluye todas las actividades que implican el viaje de personas a lugares fuera de su entorno habitual y tiene los siguientes objetivos (OMT, 2008):

**Económicos.** Contribuyen al crecimiento económico, para el cual los ingresos del turismo son esenciales.

**Ecológicos.** Promover la protección del patrimonio natural.

**Inter-Culturales.** Promueven la oportunidad de interactuar e intercambiar conocimientos y tradiciones con personas de otra cultura.

**Infraestructura.** Para desarrollar el turismo se recomienda visitar las instalaciones e instituciones que forman la base física y organizativa del lugar.

Para Garrido (2020) El turismo es una de las actividades más "democráticas" entre las industrias productivas, porque cuando llegan turistas nacionales o internacionales a un destino, hay muchos beneficiarios de la industria, hoteles, restaurantes, aerolíneas, etc., además de participantes. , que no forman parte del entorno turístico, como artesanos, transportistas, taxistas, vendedores ambulantes, etc. En mayor o menor medida, se benefician económicamente de las actividades turísticas.

En el caso del Ecuador según el ente rector del turismo (MinTur, 2022), Durante los seis primeros meses del año 2022, Ecuador registró un excedente de 63,2 millones de dólares en su balanza turística. Esto posiciona al turismo como la cuarta principal fuente de ingresos no relacionados con el petróleo para el país.

Puede apreciarse que, en los primeros cinco meses del 2022, existió un crecimiento de los empleos relacionados con el alojamiento y la alimentación en el sector turismo. El compromiso y la dedicación del sector privado, junto con la asignación de recursos por parte del gobierno nacional, son elementos fundamentales para convertir a Ecuador en un destino turístico de renombre a nivel mundial. Además, el turismo no solo es una herramienta para la conservación del patrimonio natural y cultural, sino también para el fortalecimiento de la estabilidad económica del país. Esta afirmación ratifica la importancia estratégica que el turismo posee en el proceso de reactivación económica de Ecuador.

#### ***4.1.2. Turismo y política pública***

Las políticas públicas, como señala Lahera (2004), son un elemento fundamental tanto en la política como en las decisiones gubernamentales. Tanto los actores políticos en el poder

como en la oposición buscan establecer, bloquear o influir en estas políticas. La creación y gestión de políticas públicas es una parte esencial de la labor del gobierno, como destaca Ortegón (2008). Este proceso implica una negociación y transacción entre actores políticos, donde se intercambian acciones, recursos y votos actuales a cambio de promesas de acciones o recursos futuros. En última instancia, las políticas públicas son el resultado de estas dinámicas y decisiones políticas, y tienen un impacto significativo en la sociedad en su conjunto.

#### **4.1.2.1 El turismo como motor económico.**

El turismo desempeña un papel crucial en el crecimiento económico de los países, generando empleo, aumentando los ingresos fiscales y fomentando la inversión en infraestructura, como indican Mowforth y Munt (1998). Sin embargo, para que este potencial económico se materialice, se requieren políticas públicas efectivas. Según Jafari (2001), el turismo puede ser un motor de desarrollo si se dirige adecuadamente, pero también puede tener efectos destructivos sin una dirección clara y la implementación adecuada de políticas.

La actividad turística ha experimentado un crecimiento constante y se ha convertido en uno de los sectores económicos más importantes a nivel mundial, superando a industrias como la automotriz, petrolera, electrónica y alimentaria, como señala Schenkel (2019). Este crecimiento ha despertado el interés de gobiernos nacionales y locales, así como de organismos internacionales, que ven en el turismo una oportunidad de desarrollo económico. Se considera una fuente de ingresos y empleo significativa en una economía globalizada, particularmente en países periféricos, como destaca Ordoñez (2001).

#### **4.1.2.2 Turismo, Ambiente y Cultura**

El turismo tiene un impacto ambiental innegable, y es esencial abordar los desafíos ambientales para que sea una fuerza positiva para la conservación, según Buckley (2004). Esto requiere políticas públicas que promuevan la sostenibilidad en la industria turística, a través de la gestión de destinos, prácticas sostenibles y regulación de infraestructuras. La planificación integral es crucial para prevenir daños irreversibles a los recursos naturales, como advierte Goodwin (2002).

Además, el turismo influye en la cultura y la identidad de los destinos, pudiendo promover la preservación cultural o la homogeneización, según Picard (1992). Las políticas públicas deben buscar un equilibrio entre la promoción de la cultura local y la adaptación a las demandas turísticas.

#### ***4.1.3. El turismo en el marco legal ecuatoriano***

El marco legal ecuatoriano en relación al turismo se encuentra fundamentado en la Constitución de la República. El artículo 283 de la Constitución (Asamblea Nacional Constituyente, 2008) establece que el sistema económico es social y solidario, con el objetivo de garantizar el bienestar de la sociedad. El artículo 284 destaca la importancia de incentivar la producción nacional, la productividad y la competitividad sistémicas, así como mantener la estabilidad económica a través de niveles sostenibles de producción y empleo.

En cuanto a la política tributaria, se enfatiza la promoción de la redistribución, el estímulo al empleo y la producción de bienes y servicios, junto con la promoción de conductas responsables en los aspectos ecológicos, sociales y económicos. La política comercial se dirige hacia el fortalecimiento del aparato productivo y la producción nacionales.

Este marco legal sienta las bases para considerar el turismo como parte integral de la política económica y social en Ecuador, con un enfoque en el bienestar de la sociedad y el fortalecimiento de la producción nacional.

El marco legal que rige a los niveles de gobierno local, como el Régimen de competencias y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) (Asamblea Nacional, 2010), es claro en cuanto a los roles que deben desempeñar en la promoción del turismo como actividad económica. Estos marcos legales asignan competencias específicas a los gobiernos provinciales, municipales y parroquiales en relación al turismo y sus actividades conexas. Además, se destaca la importancia de los recursos culturales en la promoción del turismo como actividad productiva.

La Ley de Turismo (Congreso Nacional, 2022) también enfatiza la necesidad de la participación de los gobiernos provinciales y cantonales en el desarrollo turístico,

promoviendo la coordinación entre diferentes estamentos gubernamentales. La política estatal en el sector del turismo debe incluir la coordinación de los gobiernos nacionales y locales para lograr los objetivos turísticos.

El Consejo Nacional de Competencias (CNC, 2016) regula las facultades y atribuciones de los gobiernos autónomos descentralizados municipales, metropolitanos, provinciales y parroquiales rurales en relación al desarrollo de actividades turísticas en sus respectivas circunscripciones territoriales. En resumen, el marco legal proporciona una base sólida para la promoción y regulación del turismo como una actividad económica clave en los niveles de gobierno local.

A manera de resumen en la tabla 1, se presenta las facultades establecidas para cada nivel de gobierno en los ámbitos de la planificación, regulación, control y gestión. En donde puede apreciarse que los gobiernos municipales tienen asignadas funciones en todos los ámbitos, mientras que los provinciales no tienen actividades en el ámbito de control y a los gobiernos parroquiales se les asigna funciones únicamente de gestión.

**Tabla 1.** Facultades y atribuciones asignadas a los gobiernos locales en materia de turismo en la Resolución No. 0001-CNC-2016

<b>Facultad</b>	<b>Provincial</b>	<b>Cantonal</b>	<b>Parroquial</b>
Planificación	Elaborar planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal Formular el plan provincial de turismo,	Elaborar planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal Formular el plan cantonal de turismo,	.No se asignan funciones en el ámbito de planificación a los GAD Parroquiales.
Regulación	expedir la normativa correspondiente que permita regular el desarrollo del sector turístico provincial, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados municipales y metropolitanos. No se asignan funciones en el ámbito de control a los GAD Provinciales.	Expedir ordenanzas y resoluciones Regulación de horarios de funcionamiento de establecimientos turísticos Regular el desarrollo del sector turístico Promover organizaciones asociativas y de turismo comunitario	No se asignan funciones en el ámbito de regulación a los GAD Parroquiales.
Control	No se asignan funciones en el ámbito de control a los GAD Provinciales.	Controlar cumplimiento de normativa por establecimientos Controlar las actividades turísticas en áreas de conservación y uso sostenible Establecer mecanismos de protección turística Otorgar y renovar la licencia única anual de funcionamiento Controlar y vigilar la prestación de las actividades y servicios turísticos Aplicar las sanciones correspondientes por el incumplimiento a la licencia	No se asignan funciones en el ámbito de control a los GAD Parroquiales.
Gestión	1. Promover las actividades turísticas 2. Coordinar actividades derivadas de la planificación del sector 3. Fomentar proyectos turísticos provinciales	1. Promoción de la actividad turística 2. Actualizar el catastro de establecimientos 3. Elaborar y actualizar el inventario de atractivos turísticos 4. Actualización y mantenimiento de señalización y señalética turística	1.Promover el turismo comunitario y aquel desarrollado por los actores de la economía popular y solidaria 2. Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo

Facultad	Provincial	Cantonal	Parroquial
	<p>4. Difundir mensualmente información actualizada sobre eventos y actividades turísticas</p> <p>5. Elaborar y difundir material promocional e informativo turístico provincial</p> <p>6. Otorgar asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos</p> <p>7. Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo</p> <p>8. Impulsar campañas de concienciación ciudadana</p> <p>9. Promover el desarrollo de productos y destinos turísticos en el ámbito provincial</p> <p>10. Fomentar el turismo comunitario y aquel desarrollado por los actores de la economía popular y solidaria</p> <p>11. Dotar de facilidades en los sitios turísticos</p>	<p>5. Impulsar campañas de concienciación ciudadana</p> <p>6. Recaudar valores por sanciones</p> <p>7. Desarrollo de productos o destinos turísticos</p> <p>8. Elaborar y difundir material promocional e informativo</p> <p>9. asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios</p> <p>10. Coordinar mecanismos de bienestar turístico</p> <p>11. Receptar, gestionar, sustanciar los procesos de denuncias turísticas</p> <p>12. Realizar y apoyar ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales</p> <p>13. Participar en la elaboración de las estadísticas de turismo cantonal</p> <p>14. Fomentar proyectos turísticos cantonales</p> <p>15. Dotar de facilidades en los sitios turísticos</p>	<p>3. Realizar campañas de concienciación ciudadana que genere una cultura sobre la importancia del turismo</p> <p>4. Canalizar los requerimientos de prestadores de servicios turísticos a los gobiernos autónomos descentralizados municipales</p>

#### ***4.1.4. Papel de los gobiernos locales en el sector turismo***

El proceso de descentralización implica la transferencia de funciones y capacidades desde el gobierno central a las autoridades locales, con el objetivo de fomentar la participación a nivel local (Secretaría de Asuntos Políticos, 2008). Para entender cómo se ha llevado a cabo la descentralización en Ecuador y qué teoría de descentralización se adapta mejor a la situación actual, se analiza este proceso.

Los Gobiernos Locales se consideran entidades fundamentales en la estructura del Estado y permiten la participación de la comunidad en asuntos públicos (Comisión de Gobiernos Locales, 2003). Uno de los propósitos de establecer gobiernos locales es promover la participación ciudadana, lo que puede revitalizar la administración pública (Fuentes, 2017).

La Constitución de Ecuador de 2008 reconoce a los gobiernos autónomos descentralizados y les otorga autonomía política, administrativa y financiera, basada en principios como solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana (Art. 100). Sin embargo, se plantean desafíos en relación a los poderes normativos de los gobiernos descentralizados (Benalcázar, 2010).

Una innovación importante en la Constitución de 2008 es la clasificación de los derechos, organizados de una manera diferente a la tradicional (Sauliere, 2009). Ecuador, al igual que otros países de América Latina, ha tenido un centralismo histórico, pero el proceso de descentralización se intensifica a fines de la década de 2000 con reformas constitucionales y el COOTAD (Serrano & Acosta, 2011).

La ejecución del proceso de descentralización en Ecuador ha enfrentado desafíos y limitaciones, incluyendo la redistribución de recursos y funciones, así como cambios ideológicos. La complejidad de reestructurar un territorio políticamente y reformar una estrategia de décadas ha sido un desafío (Costa, Blacio, & Maldonado, 2022).

La Teoría Secuencial de la Descentralización, desarrollada por Falleti (2006), sugiere que la descentralización es un proceso multidimensional que integra áreas administrativas, financieras y políticas. La secuencia de implementación se basa en la toma de decisiones iniciales y las relaciones de poder entre niveles de gobierno (Navarrete & Higuera,



2014). Esta teoría se centra en la evolución del proceso de descentralización en lugar de las competencias o recursos transferidos.

Los pasos efectuados por Ecuador en la secuencia descentralizadora se resumen en los siguientes (Bastidas, Burbano, & Ortiz, 2017):

**Los antecedentes (1950-1980).**- A mediados del siglo XX, entre el boom exportador de banano y petróleo, se forjó un modelo desarrollista que procuró la ampliación del mercado interno. Se reconoció a los gobiernos seccionales: provincias y cantones.

**Democracia y neoliberalismo (1980-2006):** Para 1970 se aprobó una nueva constitución que reconoció los tres niveles de gobierno, se restableció el régimen democrático, dando paso a procesos electorales para elegir alcaldes y prefectos.

**Constitución de 2008.**- Con la Constitución aprobada en 2008 se profundiza el régimen de autonomías con el reconocimiento del estado en el nivel central y los gobiernos autónomos descentralizados, asignando funciones y competencias a cada nivel de gobierno y estableciendo principios para el ejercicio de la autonomía.

Para Serrano y Acosta (2011) el proceso de descentralización en Ecuador se inició en 1966 con la aprobación de la Ley de Régimen Municipal, la cual estableció los principios fundamentales de autonomía y descentralización, así como la administración independiente de los recursos por parte de los municipios.

#### **4.2. Evidencia Empírica**

A continuación, se presenta las referencias de investigaciones efectuadas en el Ecuador, que están relacionadas a la evaluación de políticas públicas.

Borja (2017) efectuó la “Evaluación de la política pública de fomento productivo en el cultivo de cacao en Chakra en la reserva de Biósfera Sumaco”, mediante un estudio de caso, analizando documentos, aplicó entrevistas y realizó observación de tipo no estructurada, con lo cual pudo verificar la hipótesis planteada.

Larrea (2017) en la investigación “Políticas públicas de evaluación y acreditación en la universidad ecuatoriana : el caso de la Universidad Nacional de Chimborazo durante los períodos 2009 y 2013” analizó aspectos concernientes a la educación superior en el

Ecuador, así como también realizó una retrospectiva de la evolución de la educación ecuatoriana. La investigación se basó en un enfoque cualitativo, mediante un estudio de caso, aplicando la entrevista en profundidad.

Narváez (2015) en el trabajo “Evaluación de las políticas públicas para la inserción laboral de las personas con discapacidad en el Ecuador para el período 2000-2012”, empleó técnicas y métodos tanto cualitativos y cuantitativos, es decir fue una investigación mixta. Dentro del proceso fue una investigación del tipo exploratoria puesto que su análisis de estudio no ha sido profundizado en su totalidad y mucho menos se ha llegado a una conclusión que permita determinar la eficacia que han tenido las políticas públicas laborales para personas con discapacidad en el Ecuador.

Medina y Párraga (2019) en “La evaluación del impacto de las políticas públicas del buen vivir en organizaciones agroproductivas solidarias de los cantones Jipijapa y Puerto López”, se llevó a cabo mediante una investigación de tipo no experimental, de enfoque cuali-cuantitativo. Esta metodología combinó aspectos cualitativos y cuantitativos para comprender en profundidad el fenómeno estudiado y cuantificar ciertas variables clave. Además, se emplearon enfoques exploratorios y descriptivos para examinar la situación de las organizaciones agro productivas solidarias en los cantones mencionados

En la investigación "Evaluación de Políticas Públicas del Plan Nacional del Buen Vivir dirigidas a las Organizaciones Agroproductivas Solidarias de la Zona 4", Alcívar y Basurto (2019), evaluaron el cumplimiento de las políticas públicas del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, enfocándose en las organizaciones agroproductivas solidarias de la Zona 4 en Ecuador. Se desarrollaron cuatro fases, iniciando con la identificación de políticas públicas relevantes, seguido de la obtención de percepciones sobre su aplicación mediante encuestas y análisis con software SPSS, y finalizando con un contraste de los niveles de aplicación y cumplimiento de dichas políticas. Los resultados indicaron una brecha en el cumplimiento de las políticas públicas desde la perspectiva de los asociados y no asociados de las organizaciones evaluadas.

Fernández (2021) en "Evaluación de las Políticas Públicas de Adaptación al Cambio Climático en Chile" se enfoca en evaluar la formulación de políticas públicas de adaptación al cambio climático en Chile para mejorar su calidad y consistencia. Utiliza la "Guía práctica para el diseño y la realización de evaluaciones de políticas públicas" como

metodología principal, seleccionando el sector de pesca y acuicultura para su análisis. Identifica limitaciones en la disponibilidad de información y propone mejoras enfocadas en tecnologías para la participación comunitaria y la transparencia en la acción pública.

Ruiz (2019) en "Evaluación de la Política Pública Intergeneracional de Juventud del Meta en el periodo 2010 - 2016" investiga la efectividad y el impacto de esta política pública en el departamento del Meta, Colombia. Analiza la implementación de objetivos estratégicos y su alineación con los planes de desarrollo municipales, destacando la participación juvenil y el papel de las instituciones gubernamentales. El estudio revela desafíos en la ejecución y ofrece recomendaciones para mejorar la inclusión y el desarrollo juvenil, contribuyendo a políticas más efectivas y participativas.

Roldán (2021) en "Evaluación de impacto de políticas públicas del Sumak Kawsay en Ecuador" investiga la diferencia significativa en indicadores socioeconómicos antes y después de la implementación de políticas inspiradas en el Sumak Kawsay entre 2007 y 2019, en comparación con el período 2000-2006. Utiliza indicadores compuestos basados en dimensiones del Plan Nacional de Desarrollo y el Sumak Kawsay, aplicando Análisis de Componentes Principales y pruebas de Bai y Perron. Los resultados sugieren que las expectativas de impacto socioeconómico favorable no se cumplieron, lo que plantea reflexiones críticas sobre la efectividad de estas políticas en el contexto ecuatoriano.

Lesá (2021) en su tesis "Evaluación de diseño de política pública aplicado al proyecto en contextos de encierro: 'Viajeras de la Vida'", realizada en la Unidad Penal N°6 "Concepción Arenal", investiga la coherencia y racionalidad del diseño del proyecto, enfocado en talleres de encuadernación y emprendedurismo para mujeres en proceso penal. La investigación destaca la necesidad de intervenciones específicas que consideren las particularidades de la población carcelaria femenina, analizando la adecuación a normativas superiores y la sinergia con otros programas similares.

En relación con la evaluación de políticas públicas de turismo se tiene las siguientes referencias de investigaciones efectuadas.

Herrera (2020) en "Análisis de las políticas públicas de turismo en Ecuador, periodo 2009-2013" empleó una investigación cualitativa, mediante el estudio de caso, utilizando estadísticas oficiales proporcionadas del MinTur. Concluye que no existió una relación coherente entre los objetivos propuestos de la política pública y los medios, entendida

desde los términos de diseño e implementación, pues se evidenciaron ciertas incongruencias entre el accionar desplegado a nivel gubernamental hacia la consecución de los objetivos planteados en el PNBV a nivel nacional y del sector, elemento que inevitablemente incidió en que la gestión institución no fuese asertiva frente a dichos planteamientos, lo que significaría que no se cubrió con las fases de la estrategia endógena de acumulación y redistribución de la riqueza.

Ramon (2020) en el “Estudio del sistema de gobernanza turística del cantón El Empalme como instrumento de gestión en el diseño de prácticas de turismo sostenible”, empleó como técnica la encuesta para identificar la relación e intereses de la población local por desarrollar prácticas de turismo sostenible en el cantón El Empalme.

Zuñiga et al (2023) en su estudio "Innovación y políticas públicas como factores para promover el desarrollo de organizaciones de turismo en Colombia" analizan la relación entre la gestión de políticas públicas, específicamente la transparencia, y la innovación en empresas turísticas en Colombia. A través de un modelo de ecuaciones estructurales aplicado a 100 pymes turísticas, demuestran que una mayor transparencia en la gestión pública favorece la innovación en productos, servicios, procesos y marketing, contribuyendo así a la competitividad de las organizaciones.

Proaño, et al. (2023) en "La evaluación y el turismo sostenible, caso de estudio Llangahua", proponen un innovador modelo de gestión sostenible, enfocándose en la mejora continua a través de evaluaciones pre y post intervención. Este enfoque evidencia avances significativos en aspectos socioeconómicos, culturales y ambientales, resaltando la importancia de la participación comunitaria. El estudio subraya cómo una gestión sostenible y participativa puede potenciar el turismo en Llangahua, ofreciendo estrategias concretas para su implementación y éxito a largo plazo.

Pico y Espinoza (2023) en "Gobernanza del turismo como política pública para el desarrollo socioeconómico como una oportunidad para la sostenibilidad local" analizan la gobernanza turística en Santa Ana, Ecuador, enfocándose en cómo influye en la sostenibilidad local y el desarrollo territorial. Usando metodología cualitativa, describen la falta de control en normativas turísticas, sugiriendo la necesidad de actualizar el inventario turístico y promover campañas para mayor visibilidad. Proponen una gestión

más colaborativa entre departamentos turísticos y políticas públicas enfocadas en sostenibilidad y uso consciente de recursos naturales.

Piguave y Gallardo (2020) en "El Método Bardach para la formulación de políticas públicas en turismo sustentable en Ecuador" aplican un enfoque de ocho pasos para analizar y mejorar la gestión del turismo sostenible en el país. A través de una investigación aplicada, identifican la deficiente gestión turística como el principal problema, proponiendo alternativas basadas en la retroalimentación regional y local, la obligatoriedad de la evaluación periódica de resultados, y la necesidad de personal calificado en la gestión pública. Este estudio demuestra la importancia de adaptar las políticas públicas a las realidades locales y establecer un seguimiento continuo para el desarrollo sostenible del turismo en Ecuador.

Proaño, Ramírez y Pérez (2019) en "Evaluación del turismo sostenible a partir de criterio de expertos en las costas de Manabí, Ecuador" utilizan el método Delphi para integrar opiniones de expertos sobre gestión turística sostenible. Se destaca la importancia de un manejo que aproveche recursos locales, promoviendo la sostenibilidad mediante estrategias que incluyen la actualización de inventarios turísticos y la colaboración intersectorial. Este enfoque busca mejorar la toma de decisiones de gobiernos locales, enfatizando en la sostenibilidad ambiental, social y económica del turismo en Manabí.

Abril Sánchez (2022) en "Turismo Sostenible en la Reserva Ecológica Los Ilinizas Sector Jataló - Quilotoa" investiga la práctica sostenible en turismo dentro de esta reserva. Utilizando un enfoque cualitativo y entrevistas a expertos, identifica la necesidad de acciones sostenibles para preservar este destino de gran afluencia turística. La investigación culmina con la creación del "Manual de Buenas Prácticas Turísticas", proponiendo soluciones basadas en la gestión sostenible, impactos socioeconómicos, culturales y ambientales, para mitigar el deterioro del atractivo turístico.

Villacreses Cajamarca (2019) en "Evaluación de indicadores sintéticos de desarrollo sostenible para destinos turísticos consolidados caso Mindo (PICHINCHA ECUADOR)" aborda la importancia de medir la sostenibilidad turística en Mindo a través de tres indicadores sintéticos: participación comunitaria, satisfacción de la comunidad y salud y seguridad turística. Este estudio cuantitativo y cualitativo revela una alta participación comunitaria, pero resultados medios y bajos en satisfacción y condiciones de salud,

destacando la vulnerabilidad a la Leishmaniasis en la Cooperativa Primero de Mayo por falta de condiciones sanitarias mínimas.

Asadobay, A. (2020) en "Gestión del turismo rural como alternativa de desarrollo sostenible local en el Cantón Santiago de Pillaro, Provincia de Tungurahua" propone un modelo de gestión de turismo rural orientado a potenciar el desarrollo sostenible en la región. A través de un enfoque mixto que combina información cualitativa y cuantitativa, el estudio destaca la importancia de una gestión integrada que abarque aspectos socio-organizativos, económicos y ambientales para mejorar la oferta turística y promover el empleo y recursos económicos paralelos a las actividades productivas primarias del cantón.

Arce et al. (2020) en "Análisis de los productos turísticos: caso Península de Santa Elena, Ecuador" examinan la oferta turística de la Península de Santa Elena (PSE), destacando su diversidad pero también la falta de una gestión efectiva y valorización adecuada de sus recursos naturales y culturales. Mediante análisis FODA y revisión de fuentes secundarias, concluyen que la PSE enfrenta desafíos para diversificar su imagen más allá del turismo de sol y playa, debido a la gestión pública deficiente y la estructuración inadecuada de productos turísticos, lo que limita la atracción de nuevos mercados.

## 5. Metodología

Esta investigación es de nivel descriptivo con un enfoque mixto ya que el objetivo principal de la misma es determinar los avances existentes en los diferentes niveles de gobierno de la provincia de Zamora Chinchipe en cuanto a la aplicación de los postulados constitucionales y legales para implementar la política pública en materia de turismo, realizando una investigación cualitativa y cuantitativa.

Para el primer objetivo: **Determinar el comportamiento de la actividad turística de la provincia de Zamora Chinchipe, con corte al año 2023.**

Zeithaml et al. (1996) enfatiza la importancia de medir las intenciones del comportamiento futuro de los consumidores para determinar su potencial de permanecer o de abandonar a la otra parte. Para cumplir con el primer objetivo de la metodología, la investigación incorporó el uso de gráficos y tablas estadísticas para presentar los resultados obtenidos. Se utilizó una combinación de herramientas estadísticas y metodológicas para analizar los datos recogidos, incluyendo:

**Encuestas:** Se diseñaron y aplicaron encuestas mediante formularios electrónicos accesibles a través de códigos QR. Estas encuestas se distribuyeron en sitios clave de servicios turísticos y atractivos turísticos de Zamora Chinchipe, facilitando así la recopilación de datos sobre el comportamiento del turista.

**Análisis Estadístico:** Para el análisis de los datos recolectados se empleó el análisis descriptivo de frecuencias y porcentajes. Se utilizó Excel como software estadístico para procesar las respuestas de las encuestas, lo que permitió generar gráficos y tablas para una mejor interpretación y presentación de los resultados.

**Cálculo de la Muestra:** La muestra para las encuestas se calculó teniendo en cuenta el tamaño de la población objetivo, que según el geoportal del Ministerio de Turismo<sup>1</sup>, en el año 2023 ascendió a 37,000 viajes turísticos a la provincia de Zamora Chinchipe. Para determinar el tamaño de muestra adecuado con un nivel de confianza deseado, típicamente del 95%, y un margen de error estándar, por ejemplo, del 5%, se empleó la fórmula para el cálculo de tamaño de muestra en poblaciones finitas:

---

<sup>1</sup> <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/feriados-nacionales/>

$$n = \frac{Z^2 \times p \times (1 - p) \times N}{(E^2 \times (N - 1)) + (Z^2 \times p \times (1 - p))}$$

Donde N=37,000 es el tamaño de la población, Z es el valor de Z para el nivel de confianza deseado (1.96 para el 95% de confianza), p es la proporción esperada de la población que se estima tener la característica de interés (se asume 0.5 para maximizar el tamaño de la muestra debido a la máxima variabilidad), y E es el margen de error (0.05 para un 5% de margen de error).

El cálculo del tamaño de la muestra, teniendo en cuenta el tamaño de la población objetivo de 37,000 viajes turísticos a la provincia de Zamora Chinchipe en el año 2023, y empleando una fórmula para poblaciones finitas con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, resulta en una muestra necesaria de aproximadamente 380 encuestas.

Dado que se recopilaron 450 encuestas, esto significa que la cantidad de encuestas recolectadas es mayor que el tamaño de la muestra calculado. Lo cual puede mejorar la precisión y la confiabilidad de los resultados del análisis, permitiendo una mejor representación de la población turística y una mayor robustez en las conclusiones derivadas del estudio.

**Software de Análisis:** Herramienta como Excel fue utilizada para el análisis de datos, permitiendo realizar análisis descriptivos, inferenciales y de correlación para entender mejor el comportamiento turístico y las tendencias dentro de la provincia.

Para el segundo objetivo: **Evaluar la percepción que tienen los actores vinculados a la actividad turística sobre la importancia que brindan los gobiernos locales al fortalecimiento del turismo como política pública local.**

Para el segundo objetivo de evaluar la percepción sobre la importancia que brindan los gobiernos locales al fortalecimiento del turismo como política pública local, se desarrolló la siguiente metodología:

**Encuestas:** Se diseñó una encuesta dirigida a emprendedores turísticos, compuesta por preguntas enfocadas en evaluar la percepción del apoyo gubernamental hacia la actividad



turística. Las encuestas se aplicaron de manera electrónica, accesibles mediante un código QR, facilitando así la participación de los encuestados directamente desde sus dispositivos móviles.

**Análisis Estadístico:** El análisis de los datos recabados se realizó mediante técnicas estadísticas que incluyeron análisis descriptivo para resumir las percepciones y opiniones recogidas. Se emplearon gráficos para visualizar las tendencias de las respuestas y tablas para presentar los datos de forma organizada, permitiendo una interpretación clara de la información recopilada.

**Cálculo de la Muestra:** Para una población objetivo de 91 emprendedores turísticos, se calculó el tamaño de la muestra necesario utilizando la fórmula para poblaciones finitas:

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times (1-p)}{(N-1) \times E^2 + Z^2 \times p \times (1-p)}$$

Donde: n es el tamaño de la muestra; N=91 es el tamaño de la población total; Z=1.96 es el nivel de confianza expresado como valor Z para un 95% de confianza; p=0.5 es la proporción estimada de la población que presenta la característica de interés. Se usa 0.5 como un valor conservador para maximizar la variabilidad; E=0.05 es el margen de error tolerado (en decimal, para un 5%).

Tras aplicar los valores mencionados para calcular el tamaño óptimo de la muestra, se estimó que serían necesarias aproximadamente 74 personas para obtener resultados representativos. No obstante, se obtuvieron únicamente 42 respuestas, evidenciando una representatividad reducida aunque estableciendo un punto de partida válido para el análisis subsiguiente. La discrepancia entre el número esperado de respuestas y el logrado parece originarse en la reticencia de los participantes a completar las encuestas, potencialmente debido a preocupaciones de que sus respuestas pudiesen influir en un incremento de sus obligaciones fiscales. A pesar de los esfuerzos por incrementar la participación, como la creación de un grupo en WhatsApp y la comunicación directa con cada individuo mediante mensajes y llamadas, estas estrategias no resultaron ser suficientes para alcanzar la totalidad de la muestra deseada. Este desafío en la recolección

de datos subraya la importancia de considerar la percepción de los participantes y las potenciales barreras para su participación activa en investigaciones de esta naturaleza.

**Software de Análisis:** Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizó el programa Atlas T.I para el análisis cualitativo de las respuestas abiertas, permitiendo identificar patrones y categorías dentro de las percepciones de los encuestados. Para el análisis cuantitativo, se empleó Excel, facilitando la realización de análisis descriptivos y la creación de gráficos y tablas para la presentación de los resultados. Este enfoque mixto de análisis aseguró una comprensión profunda y detallada de las percepciones de los emprendedores turísticos sobre el apoyo gubernamental al sector turístico.

Para el tercer objetivo: **Analizar las principales causas y posibles efectos que influyen en la política pública de la actividad turística en la provincia de Zamora Chinchipe, con el fin de hacer recomendaciones de política pública.**

La metodología implementada para abordar este objetivo se estructuró en torno a dos ejes fundamentales: el ejercicio de las competencias turísticas por parte de los gobiernos locales, esto es provincial, cantonales y parroquiales y la inversión en turismo. Además, se incluyó la elaboración de un árbol de problemas como herramienta para identificar y visualizar las causas y efectos dentro del contexto de la política pública turística.

**Nivel de Ejercicio de funciones en materia de turismo.-** Para evaluar el nivel de ejercicio de funciones en materia de turismo, se diseñó una ficha de levantamiento de información basada en la Resolución Nro. 0001-CNC-2016 del Consejo Nacional de Competencias. Esta ficha se aplicó mediante entrevistas a responsables de las áreas de turismo o técnicos relacionados en el GAD Provincial (Anexo 3) y los 9 GAD cantonales (Anexo 4). La información recabada permitió determinar si cada gobierno cumple o no con las acciones reguladas en materia de turismo. Se calculó el grado de cumplimiento de funciones como la relación entre el número de acciones implementadas y el total de funciones reguladas, proporcionando así un indicador cuantitativo de cumplimiento por cada institución y un promedio general para la provincia.

Se determinó el grado de cumplimiento de funciones relacionando la cantidad de acciones con evidencia (numerador) y en el denominador la cantidad de acciones reguladas por la

resolución. Teniendo el dato por cada institución y el promedio por niveles de gobierno y un promedio general por provincia.

$$Eft = \frac{\text{Número de funciones con acciones implementadas por el GAD}}{\text{Número Total de funciones reguladas por el CNC}}$$

**Nivel de inversión en la competencia de turismo.-** Se solicitó las cédulas presupuestarias del año 2022 (ejercicio fiscal concluido), al gobierno provincial, los 9 gobiernos cantonales y los 29 gobiernos parroquiales, a fin de analizar el presupuesto anual de inversión codificado y devengado (sin considerar el gasto corriente) y contrastar cuanto de ello se refiere a acciones encaminadas al fortalecimiento del turismo.

Se complementó con el análisis a la asignación del presupuesto para programas y proyectos turísticos, con la recopilación y análisis de datos no numéricos y numéricos,

$$P.P.T = \frac{\text{Monto codificado para turismo}}{\text{Monto total de presupuesto de inversión}}$$

P.P.T. = Presupuesto planificado en turismo

$$P.E.T = \frac{\text{Monto ejecutado en turismo}}{\text{Monto total de presupuesto de inversión ejecutado}}$$

P.E.T. = Presupuesto ejecutado en turismo.

Se obtuvo el porcentaje por cada institución, promedio por nivel de gobierno y promedio por provincia.

**Elaboración de árbol de problemas.-** Se realizó un análisis de las situaciones negativas identificadas en el análisis de los objetivos anteriores y, mediante una lluvia de ideas, se construyó un árbol de problemas. Esta herramienta, basada en la metodología propuesta por Silva (2003) en “Metodología para la elaboración de estrategias de desarrollo local”<sup>2</sup>, permite visualizar las causas y efectos relacionados con la política pública turística y orientar la construcción de proyectos para el fortalecimiento del sector turístico. El árbol

---

<sup>2</sup> <https://drive.google.com/file/d/1mQnuxC5qz0hceWyyqYR53L0H4yIQtm0/view?usp=sharing>

de problemas facilita la identificación de áreas críticas y oportunidades de mejora en la gestión turística de la provincia.

## 6. Resultados

### 6.1. Objetivo Específico 1

**Determinar el comportamiento de la actividad turística de la provincia de Zamora Chinchipe, con corte al año 2023.**

La evaluación del comportamiento de la actividad turística en la provincia de Zamora Chinchipe reviste una importancia sustancial. En primer lugar, el turismo puede ser un motor económico significativo para la región, generando ingresos, empleos y oportunidades para la comunidad local. En segundo lugar, comprender cómo se desenvuelve esta actividad es esencial para una planificación efectiva y la gestión de recursos, garantizando una experiencia satisfactoria para los visitantes. Por último, la conservación de los recursos naturales y culturales, la mejora de la calidad de vida de la población y la competitividad turística dependen en gran medida de una comprensión sólida del comportamiento del turismo en la provincia.

En este contexto, se realizó una serie de encuestas a los turistas que visitan Zamora Chinchipe con el fin de arrojar luz sobre este aspecto crucial. Los resultados de estas encuestas proporcionan información valiosa sobre las preferencias de los visitantes, su percepción de la oferta turística local y sus necesidades. Esto permitirá a las autoridades y partes interesadas en el turismo tomar decisiones informadas y adaptar estrategias para promover un turismo sostenible y beneficiosa para la comunidad local. Los resultados de estas encuestas se presentan a continuación, destacando los aspectos más relevantes del comportamiento del turismo en la provincia.

#### **Pregunta 1: Género**

**Tabla 2.** Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Género

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	211	47%
Mujer	239	53%
Total	450	100%

Estos datos muestran que, de las 450 personas encuestadas, una ligera mayoría son mujeres, representando el 53% del total, mientras que los hombres constituyen el 47%.

Esto puede proporcionar información valiosa sobre las preferencias y comportamientos de diferentes géneros en relación con la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe.

### **Pregunta 2: Edad**

**Tabla 3.** Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Género

<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
18-24 años	24	5%
25-34 años	71	16%
35-44 años	261	58%
45-54 años	24	5%
55-64 años	71	16%
Total	450	100%

Estos datos indican que la mayoría de los encuestados (58%) se encuentran en el grupo de edad de 35-44 años. Los grupos de 25-34 años y 55-64 años tienen la misma representación, cada uno con un 16% del total. Los grupos de edad más jóvenes (18-24 años) y mayores (45-54 años) tienen la menor representación, cada uno con solo un 5% del total.

### **Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia viajas con fines turísticos en un año?**

**Tabla 4.** Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Frecuencia de viaje con fines turísticos

<b>Frecuencia de viaje</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de una vez al año.	24	5%
De 1 a 2 veces al año.	332	74%
De 3 a 5 veces al año.	95	21%
Total	450	100%

Los datos indican que la mayoría de los encuestados (74%) viajan con fines turísticos de 1 a 2 veces al año. Un 21% lo hace de 3 a 5 veces al año, mientras que solo un 5% viaja menos de una vez al año. Estos datos pueden ser útiles para entender las tendencias y hábitos de viaje de los turistas en la Provincia de Zamora Chinchipe.

**Pregunta 4:** ¿Cuál es tu principal motivo para viajar?

**Tabla 5.** Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Principal motivo del viaje

Motivo de viaje	Frecuencia	Porcentaje
Explorar nuevos lugares y culturas	308	68%
Descanso y relajación	142	32%
Visitar amigos o familiares	95	21%
Participar en actividades deportivas o de aventura	24	5%

Según los encuestados, el motivo más popular para viajar en la Provincia de Zamora Chinchipe es explorar nuevos lugares y culturas, con un 68% de los encuestados eligiendo esta opción. El descanso y relajación es el segundo motivo más frecuente, elegido por el 32%. Visitar amigos o familiares y participar en actividades deportivas o de aventura son menos comunes, con un 21% y un 5% respectivamente.

**Pregunta 5:** ¿Cuál es tu destino turístico preferido?

**Tabla 6.** Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Destino turístico preferido

Destino preferido	Frecuencia	Porcentaje
Costa	142	32%
Sierra	71	16%
Amazonía	166	37%
Galápagos	24	5%
Extranjero	71	16%

Según estos datos, la Amazonía es el destino turístico más preferido, seleccionado por el 37% de los encuestados. La Costa también es una opción popular, elegida por el 32%. La Sierra y el extranjero tienen la misma preferencia, con un 16% cada uno. Las Galápagos son el destino menos elegido, con solo un 5% de los encuestados prefiriéndolas. Estos resultados proporcionan una visión valiosa sobre las preferencias de destino turístico de las personas en esta provincia.

**Pregunta 6:** ¿Qué tipo de alojamiento prefieres durante tus viajes?

**Tabla 7.** Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Tipo de alojamiento preferido

Alojamiento preferido	Frecuencia	Porcentaje
Hotel económico.	142	32%
Airbnb u otro alquiler vacacional.	166	37%
Hotel de lujo.	47	11%
Hostal o albergue.	47	11%
Camping.	24	5%
Familia	24	5%
Total	450	100%

Según estos datos, la opción más popular de alojamiento entre los encuestados es Airbnb u otro alquiler vacacional, seleccionado por el 37%. Los hoteles económicos también son una elección frecuente, con un 32%. Los hoteles de lujo y los hostales o albergues tienen la misma preferencia, cada uno con un 11%. Por último, el camping y alojarse con familia tienen la menor preferencia, ambos con un 5%.

**Pregunta 7:** ¿Qué actividades turísticas sueles disfrutar durante tus viajes? (Selecciona todas las que correspondan)

**Tabla 8.** Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Actividades turísticas durante los viajes

Actividades turísticas	Frecuencia	Porcentaje
Visitar museos y galerías	95	21%
Hacer excursiones en la naturaleza	237	53%
Degustar la comida local	426	95%
Practicar deportes acuáticos	95	21%
Comprar souvenirs y recuerdos	166	37%
Participar en festivales locales	24	5%

Según los encuestados, la actividad más popular entre los encuestados es degustar la comida local, con un abrumador 95% seleccionándola. Las excursiones en la naturaleza también son bastante populares, elegidas por el 53%. Comprar souvenirs y recuerdos es otra actividad frecuente, con un 37%. Visitar museos y galerías, así como practicar deportes acuáticos, tienen la misma preferencia, con un 21% cada uno. Participar en festivales locales es la actividad menos elegida, con solo un 5%.



### **Pregunta 8:** ¿Cómo planificas tus viajes?

**Tabla 9.** Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Como planifican los viajes

<b>Como Planifica los viajes</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Por cuenta propia (sin agencia de viajes)	403	89%
A través de una agencia de viajes	47	11%
Utilizando sitios web de reservas en línea (como Booking, Airbnb, etc.)	71	16%
Con la ayuda de aplicaciones móviles de viajes	71	16%

De acuerdo con estos datos, la mayoría de los encuestados prefieren planificar sus viajes por cuenta propia, sin la intervención de agencias de viajes, siendo esta opción elegida por el 89%. Una minoría (11%) utiliza agencias de viajes. Además, el uso de sitios web de reservas en línea y aplicaciones móviles de viajes son igualmente populares, ambos seleccionados por el 16% de los encuestados.

### **Pregunta 9:** ¿Cuál crees que es el factor más importante que influye en la elección de tu destino turístico?

**Tabla 10.** Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Factor importante para elegir el destino

<b>Factor para elegir destino</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Costo del viaje	24	5%
Atracciones turísticas y actividades disponibles.	95	21%
Seguridad del destino.	237	53%
Recomendaciones de amigos o familiares.	71	16%
Experiencias previas en el destino.	23	5%
Total	450	100%

Según estos datos, la seguridad del destino es el factor más influyente en la elección de un destino turístico, con un 53% de los encuestados identificándolo como su principal preocupación. Las atracciones turísticas y las actividades disponibles también son importantes para un 21% de los encuestados. Las recomendaciones de amigos o familiares influyen en el 16%. El costo del viaje y las experiencias previas en el destino son los factores menos considerados, con un 5% cada uno.

**Pregunta 10:** ¿Has modificado tus planes de viaje debido a la pandemia de COVID-19?

**Tabla 11.** Encuesta para determinar el comportamiento de la actividad turística en la Provincia de Zamora Chinchipe – Se ha modificado los planes de viaje por COVID-19

<b>Modifico los planes por el COVID-19</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Sí, he cancelado o pospuesto mis viajes	284	63%
Sí, he cambiado mis destinos o actividades planificadas	71	16%
No, mis planes de viaje no se han visto afectados por la pandemia	95	21%
Total	450	100%

La encuesta realizada en la Provincia de Zamora Chinchipe para evaluar el impacto de la pandemia de COVID-19 en los planes de viaje de los encuestados revela que la gran mayoría (79%) se vio afectada de alguna manera por la situación. Un 63% de los participantes informó que canceló o pospuso sus viajes debido a la pandemia, mientras que un 16% optó por cambiar sus destinos o actividades planificadas. Sorprendentemente, el 21% restante indicó que sus planes de viaje no se vieron afectados por la crisis sanitaria. Estos resultados subrayan el impacto significativo de la pandemia en la toma de decisiones de viaje de la población encuestada.

## **6.2. Objetivo Específico 2**

**Evaluar la percepción que tienen los actores vinculados a la actividad turística sobre la importancia que brindan los gobiernos locales al fortalecimiento del turismo como política pública local.**

La valoración de cómo los participantes relacionados con la industria del turismo perciben la relevancia que los gobiernos locales otorgan al fortalecimiento del turismo como política pública en el ámbito local es fundamental por diversas razones significativas.

En primer lugar, esta evaluación proporciona información valiosa sobre la efectividad de las políticas y estrategias implementadas por los gobiernos locales en relación con el turismo. Permite identificar si los prestadores de servicios turísticos perciben un compromiso real por parte de las autoridades locales, lo que a su vez puede influir en la satisfacción y el apoyo continuo de estos actores fundamentales para la industria turística.

Además, la percepción de los prestadores de servicios turísticos puede influir en la toma de decisiones de inversión y desarrollo en el sector. Si estos actores tienen una percepción

positiva de la atención y el apoyo brindado por los gobiernos locales, es más probable que estén dispuestos a invertir en el crecimiento y la mejora de la infraestructura turística en la región, lo que puede llevar al fortalecimiento de la oferta turística y al aumento de la competitividad.

Por último, esta evaluación promueve la transparencia y la participación ciudadana. Al involucrar a los prestadores de servicios turísticos en el proceso de evaluación, se fomenta la democracia y se les da voz en la toma de decisiones que afectan directamente a la industria turística y, en última instancia, a la comunidad en su conjunto. Esto contribuye a políticas más inclusivas ya un enfoque colaborativo en la promoción del turismo como parte integral de la política pública local.

Los resultados de la encuesta realizada a los prestadores de servicios turísticos en los cantones de Zamora Chinchipe arrojan luz sobre estas cuestiones clave, destacando la percepción de estos actores y sus percepciones sobre el apoyo de los gobiernos locales al turismo en la provincia. Esto, a su vez, permitirá a las autoridades y a las partes interesadas en el sector turístico tomar medidas informadas para mejorar y fortalecer el turismo en la región, maximizando los beneficios económicos, sociales y culturales que esta actividad puede aportar.

Según el catastro de emprendimientos regulados por el Ministerio de Turismo, a nivel nacional existen 24845 negocios, de los cuales 91 (0,37%) corresponden a establecimientos de la provincia de Zamora Chinchipe.

### **Tabulación de Encuesta sobre el Apoyo de los Gobiernos Locales a Emprendedores Turísticos**

**Pregunta 1:** Nombre de tu negocio turístico (opcional):

Se recibieron 42 respuestas de emprendimientos relacionados con el sector turístico, de los cuales 30 mencionaron el nombre del negocio.

- ADA LA K"ETERIA
- Amazon Travel
- Atlantis
- Ayamtai
- Casa de Campo Maikhris
- Compañía de Transporte en Turismo Tour Pulmón de la Amazonía
- DISKOTEKA KINTIA.

- Dmarkos discotec
- Host
- Hostal Amazonas
- Hostal Namirez.
- Hostal Oriental
- Hostal Sebastian's Internacional
- Hostería Playa Verde
- Hostería Tierra Dorada
- Hotel GM Zamora.
- Hotel Samuria
- La Olla Criolla
- Nuestro
- Oriente hotel
- Parador turistico "La cascada de san roque"
- Restaurante Semillas
- SHUARNUM CIA LTDA
- Tonny Dance Discotek
- Transporte turístico ejecutivo El Pangui
- Winia Nunkar Mi Tierra
- Yanku orquídea
- Yanua
- ZAMORANETTRAVEL
- Zamoratravel Cía. Ltda.

**Pregunta 2:** ¿Cuál es tu ubicación geográfica o destino turístico?

**Tabla 12.** Cantón donde se ubican los emprendimientos investigados

Cantón	Frecuencia	Porcentaje
Centinela del Cóndor	0	0%
Chinchi	1	2%
El Pangui	6	14%
Nangaritza	2	5%
Palanda	1	2%
Paquisha	0	0%
Yacuambi	0	0%
Yantzaza	17	40%
Zamora	15	36%
Total	42	100%

Los emprendimientos en Yantzaza y Zamora representan la mayoría de las respuestas (40% y 36% respectivamente), indicando una alta actividad empresarial o una mayor disposición a participar en la encuesta en estos cantones. El Pangui, aunque con una participación menor (14%), muestra una presencia significativa. Nangaritza, Chinchi y Palanda tienen una representación mínima (5%, 2% y 2% respectivamente), lo que podría indicar un menor número de emprendimientos o menor interés en participar. Centinela

del Cóndor, Paquisha y Yacuambi no tienen representación en la encuesta, lo que sugiere una ausencia o un número muy bajo de emprendimientos, o una falta total de participación.

### Pregunta 3: Género

**Tabla 13.** Género de los propietarios de emprendimientos investigados

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	25	60%
Femenino	17	40%
Total	42	100%

La tabla detalla el género de los propietarios de emprendimientos investigados, muestra una distribución desigual entre 42 emprendedores: 25 masculinos (60%) y 17 femeninos (40%). Esta distribución indica una predominancia masculina en el ámbito del emprendimiento dentro de la muestra estudiada. Tal desequilibrio podría reflejar barreras o desafíos específicos que enfrentan las mujeres en el emprendimiento, incluyendo posibles diferencias en el acceso a recursos, oportunidades de negocio, o percepciones culturales y sociales. Estos hallazgos son fundamentales para diseñar políticas y programas que promuevan la equidad de género en el emprendimiento, abordando las causas subyacentes de esta desigualdad y apoyando una mayor inclusión femenina en el sector empresarial.

### Pregunta 4: Edad

**Tabla 14.** Edad de los propietarios de emprendimientos investigados

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18 años	1	2%
18-24 años	1	2%
25-34 años	8	19%
35-44 años	9	21%
45-54 años	16	38%
55-64 años	4	10%
65 años o más	3	7%
Total	42	100%

La tabla 13 muestra la distribución por edades de los propietarios de 42 emprendimientos investigados, destacando una mayor concentración en el grupo de 45 a 54 años (38%),

seguido por los grupos de 35 a 44 años (21%) y 25 a 34 años (19%). Las categorías de menos de 18 años y de 18 a 24 años tienen la menor representación, cada una con solo un 2%. La presencia moderada de emprendedores entre los 55 y 64 años (10%) y de 65 años o más (7%) sugiere una participación activa de la población de mayor edad en el emprendimiento. Esta distribución indica que la mayoría de los emprendedores se encuentran en la mediana edad, posiblemente reflejando una mayor experiencia y estabilidad financiera, mientras que los grupos más jóvenes y mayores están menos representados, lo que podría señalar barreras en la entrada para los jóvenes y una continuación de la actividad empresarial entre los más mayores.

**Pregunta 5:** En una escala del 1 al 5, ¿Cuál es su percepción acerca de los gobiernos locales para incentivar el turismo local?

**Tabla 15.** Percepción del apoyo estatal que perciben los propietarios de emprendimientos

Incentivo al turismo local	Frecuencia	Porcentaje
1 (Muy mala)	9	21%
2 (Mala)	7	17%
3 (Regular)	19	45%
4 (Buena)	6	14%
5 (Muy buena)	1	2%
Total	42	100%

La Tabla 14, que refleja la percepción de los propietarios de emprendimientos sobre el apoyo de los gobiernos locales al turismo local, revela una tendencia hacia una valoración media o negativa. La mayoría de los encuestados (45%) calificaron este apoyo como 'Regular', mientras que las percepciones 'Muy mala' y 'Mala' suman un 38%. Solo un 16% de los participantes percibe el apoyo como 'Buena' o 'Muy buena'. Estos datos sugieren cierto grado de insatisfacción o escepticismo entre los propietarios de emprendimientos respecto al rol de los gobiernos locales en la promoción del turismo. La baja valoración en las categorías 'Muy buena' y 'Buena' indica que hay un margen significativo de mejora en las políticas y acciones gubernamentales para incentivar el turismo local, un sector crucial para el desarrollo económico y la generación de empleo en muchas comunidades.

**Pregunta 6:** En una escala del 1 al 5, ¿Cuál es su percepción acerca de la importancia que brindan los gobiernos locales al fortalecimiento del turismo como política pública local?

**Tabla 16.** Percepción de la importancia desde el estado al fortalecimiento del turismo

<b>Importancia al fortalecimiento de la política pública de turismo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 (Muy mala)	5	12%
2 (Mala)	14	33%
3 (Regular)	17	40%
4 (Buena)	6	14%
5 (Muy buena)	0	0%
Total	42	100%

La Tabla 15, que muestra la percepción de los propietarios de emprendimientos sobre la importancia que los gobiernos locales otorgan al fortalecimiento del turismo como política pública, indica una valoración predominantemente negativa o neutral. Un 40% de los encuestados considera esta importancia como 'Regular', y un 45% la califica como 'Mala' o 'Muy mala'. Significativamente, no hay respuestas en la categoría 'Muy buena', y solo un 14% la califica como 'Buena'. Estos datos reflejan un claro escepticismo o descontento entre los empresarios locales respecto al grado de compromiso y eficacia de los gobiernos locales en el desarrollo del turismo como política pública. La ausencia de percepciones muy positivas y la alta proporción de opiniones negativas sugieren una necesidad urgente de revisión y mejora en las estrategias y políticas gubernamentales dirigidas al sector turístico.

**Pregunta 7:** ¿Cuántos años llevas operando tu negocio turístico?

**Tabla 17.** Años que llevan operando en el sector turístico

<b>Años operando en el sector</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 1 año.	1	2%
1-3 años.	4	10%
4-6 años.	7	17%
Más de 6 años.	30	71%
Total	42	100%

La Tabla 16, que muestra la antigüedad de operación de los negocios turísticos encuestados, revela una predominancia de establecimientos con una trayectoria considerable en el sector: un significativo 71% de los negocios han estado operando por más de 6 años. Mientras tanto, solo una pequeña fracción de los negocios son relativamente nuevos, con un 2% operando por menos de un año y un 10% entre 1 y 3 años. Esto sugiere que el sector turístico en la zona estudiada está dominado por empresas

con experiencia y posiblemente bien establecidas, lo que podría indicar una madurez en el mercado turístico local. La baja representación de negocios más recientes podría reflejar barreras de entrada para nuevos emprendimientos o una preferencia por negocios con historiales más largos y establecidos en el sector.

**Pregunta 8:** ¿Has recibido apoyo financiero directo por parte del gobierno local para tu negocio turístico en los últimos 2 años?

**Tabla 18.** Apoyo financiero recibido desde el gobierno

Recibió apoyo financiero en últimos 2 años	Frecuencia	Porcentaje
si	13	31%
no	29	69%
Total	42	100%

La Tabla 17, que aborda el apoyo financiero directo del gobierno local a negocios turísticos en los últimos dos años, indica que la mayoría de los encuestados, un 69% (29 de 42), no recibieron dicho apoyo. Sin embargo, un significativo 31% (13 de 42) de los propietarios de negocios turísticos afirman haber recibido ayuda financiera del gobierno. Esta distribución sugiere que, mientras existe cierto nivel de apoyo financiero gubernamental, la mayoría de los negocios turísticos no se han beneficiado de él. Esto podría reflejar una limitada disponibilidad de recursos gubernamentales, criterios estrictos para la asignación de fondos, o posibles desafíos en la accesibilidad o conocimiento de estos programas de apoyo. La falta de apoyo financiero generalizado podría estar afectando el desarrollo y la sostenibilidad de muchos negocios en el sector turístico, un aspecto crítico para la economía local.

**Pregunta 9:** ¿Qué tipo de apoyo financiero has recibido? (Selecciona todas las que correspondan)

**Tabla 19.** Tipo de apoyo financiero recibido desde el estado para los emprendimientos

Tipo de apoyo financiero	Frecuencia	Porcentaje
Apoyo financiero de Fundación	1	2%
Créditos fiscales o incentivos	2	5%
Préstamos a bajo interés.	8	19%
Prestamos con intereses muy altos	1	2%
Subvenciones o subsidios	1	2%
ninguno.	29	69%
Total	42	100%



La Tabla 18, referente al tipo de apoyo financiero recibido por propietarios de emprendimientos turísticos desde el estado, revela que la mayoría, un 69% (29 de 42), no ha recibido ningún tipo de apoyo. Entre aquellos que sí lo recibieron, los préstamos a bajo interés son la forma más común de apoyo, con un 19% (8 de 42). Los créditos fiscales o incentivos, así como otras formas de ayuda como apoyo financiero de fundaciones, préstamos con intereses altos y subvenciones o subsidios, representan cada uno un porcentaje muy bajo (2% a 5%). Esto indica que, aunque existen varias opciones de apoyo financiero, la mayoría de los emprendedores no se benefician de ellas. La dependencia en préstamos a bajo interés sugiere una preferencia o necesidad de financiamiento accesible, mientras que la escasa variedad y alcance en el uso de otros tipos de apoyos financieros podría señalar limitaciones en la disponibilidad, conocimiento o adecuación de estas opciones para los negocios turísticos.

**Pregunta 10:** En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificarías el nivel de apoyo financiero que has recibido?

**Tabla 20.** Calificación al nivel de apoyo financiero recibido

Califica el apoyo financiero recibido	Frecuencia	Porcentaje
1 (Muy insatisfactorio)	0	0%
2 (Insatisfactorio)	2	15%
3 (Neutral)	7	54%
4 (Satisfactorio)	4	31%
Total	13	100%

La Tabla 19 muestra cómo los propietarios de emprendimientos turísticos califican el nivel de apoyo financiero recibido, donde la mayoría, un 54% (7 de 13), lo califica como 'Neutral'. Un 31% (4 de 13) considera el apoyo como 'Satisfactorio', mientras que un 15% (2 de 13) lo encuentra 'Insatisfactorio'. Es notable que no hay calificaciones en el extremo 'Muy insatisfactorio'. Esta distribución sugiere que, aunque una proporción significativa de los emprendedores no está completamente insatisfecha con el apoyo recibido, la mayoría no lo considera particularmente positivo, indicando una percepción general de neutralidad o moderada satisfacción. La ausencia de opiniones extremadamente negativas podría indicar que, aunque el apoyo financiero puede no ser ideal, tampoco es percibido como totalmente deficiente. Esto sugiere la necesidad de mejorar la calidad y eficacia del apoyo financiero para incrementar la satisfacción entre los empresarios del sector turístico.

**Pregunta 11:** ¿Has participado en programas de capacitación o asesoría ofrecidos por el gobierno local para emprendedores turísticos?

**Tabla 21.** Participación en programas de capacitación

<b>Participación en programas de capacitación a emprendedores</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Si	28	67%
no	14	33%
Total	42	100%

La Tabla 20, enfocada en la participación en programas de capacitación o asesoría ofrecidos por el gobierno local para emprendedores turísticos, revela que una mayoría significativa, el 67% (28 de 42) de los encuestados, ha participado en tales programas. Por otro lado, un 33% (14 de 42) no ha participado. Estos datos indican un nivel relativamente alto de participación en iniciativas gubernamentales de capacitación y asesoría, lo que sugiere una buena receptividad o accesibilidad de estos programas entre los empresarios turísticos. Sin embargo, la proporción de quienes no han participado también resalta la necesidad de una mayor difusión o inclusión para asegurar que más emprendedores se beneficien de estas oportunidades de desarrollo y fortalecimiento de habilidades, esenciales para el crecimiento y la sostenibilidad de sus negocios en el sector turístico.

**Pregunta 12:** En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificarías la efectividad de los programas de capacitación o asesoría en el desarrollo de tu negocio?

**Tabla 22.** Calificación de la efectividad de los programas de capacitación estatal para los emprendimientos turísticos

<b>Como califica la capacitación</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 (Muy inefectivo)	2	7%
2 (Inefectivo)	1	4%
3 (Neutral)	15	54%
4 (Efectivo)	9	32%
5 (Muy efectivo)	1	4%
Total	28	100%

La Tabla 22 muestra cómo los emprendedores turísticos califican la efectividad de los programas de capacitación o asesoría ofrecidos por el estado, con la mayoría, un 54% (15 de 28), otorgando una calificación 'Neutral'. Un 32% (9 de 28) los considera 'Efectivo' o 'Muy efectivo', mientras que un 11% (3 de 28) los califica como 'Inefectivo' o 'Muy

inefectivo'. Estos datos indican que, aunque hay una percepción general de neutralidad hacia la efectividad de estos programas, una proporción considerable de los emprendedores los encuentra beneficiosos. Sin embargo, la existencia de una minoría significativa que los considera ineficaces señala áreas de mejora. La neutralidad dominante podría reflejar que, si bien los programas tienen algún impacto, este no es lo suficientemente contundente como para ser percibido como altamente efectivo, sugiriendo la necesidad de reevaluar y fortalecer estos programas para maximizar su impacto en el desarrollo y éxito de los negocios turísticos.

**Pregunta 13:** ¿Has experimentado barreras o desafíos al interactuar con el gobierno local en relación con tu negocio turístico? (Por favor, describe brevemente)

**Tabla 23.** Barreras o desafíos experimentados en relación al negocio turístico

Experimenta barreras o desafíos	Frecuencia	Porcentaje
si	23	55%
no	19	45%
Total	42	100%

Los datos reflejan que un 55% de los encuestados ha experimentado barreras o desafíos al interactuar con el gobierno local en el contexto de su negocio turístico. Las principales barreras identificadas incluyen problemas de acceso vial, la ausencia de propuestas de apoyo gubernamental, competencia desleal, falta de apoyo concreto y promoción turística, así como desafíos relacionados con la regulación y el exceso de burocracia, tales como el cobro excesivo por trámites y la complejidad en la obtención de permisos de operación. Además, se señala la falta de conocimiento y visión para el potencial turístico de la provincia por parte de los técnicos y autoridades, lo que sugiere una desconexión entre las necesidades de los emprendedores y las políticas implementadas. Estos factores crean un entorno desafiante para los negocios turísticos que buscan prosperar y contribuir al desarrollo económico local.

**Pregunta 14:** ¿En base a su experiencia, ¿cuál de los siguientes beneficios considera usted que son los más significativos para los locales regulados por el Ministerio de Turismo del Ecuador?

**Tabla 24.** Beneficios al ser regulados por el Ministerio de Turismo

<b>Beneficios en regulación por el MinTur</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Mayor seguridad para los turistas	13	31%
Mejora en la calidad de los servicios turísticos	17	40%
Promoción y visibilidad internacional de los locales	12	29%
Cumplimiento de los estándares sanitarios y de higiene	13	31%
Apoyo en capacitación y desarrollo para los empleados del sector turístico	15	36%
Flexibilidad en el horario de atención	7	17%
Ningún beneficio percibido con el registro	6	14%

La Tabla 24 muestra la percepción de los beneficios asociados con la regulación por parte del Ministerio de Turismo del Ecuador. La mejora en la calidad de los servicios turísticos es vista como el beneficio más significativo, con un 40% de frecuencia, seguido por el apoyo en capacitación y desarrollo para empleados del sector turístico (36%), y una mayor seguridad para los turistas junto con el cumplimiento de estándares sanitarios y de higiene, ambos con un 31%. La promoción y visibilidad internacional de los locales también es un beneficio destacado con un 29%. Menos mencionado fue la flexibilidad en el horario de atención (17%), y un 14% de los encuestados no percibe ningún beneficio con el registro. Esto indica que los esfuerzos de regulación son mayormente valorados por su contribución a la calidad y la seguridad en el sector, aspectos críticos para la satisfacción del cliente y la competitividad del turismo en el mercado global.

### **6.3. Objetivo Específico 3**

**Analizar las principales causas y posibles efectos que influyen en la política pública de la actividad turística en la provincia de Zamora Chinchipe, con el fin de hacer recomendaciones de política pública.**

#### ***6.3.1. Ejercicio de las competencias turística por el gobierno provincial***

El análisis detallado del ejercicio de competencias en materia de turismo por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Provincial de Zamora Chinchipe se fundamenta en una meticulosa evaluación de su desempeño en áreas clave como la planificación, regulación y gestión turística. Este examen se realiza mediante la tabulación de la ficha aplicada exclusivamente al GAD Provincial, correspondiente al

**Anexo 3**, en el que se califica el cumplimiento de los parámetros establecidos por la resolución del Consejo Nacional de Competencias (CNC) en materia de turismo.

**Tabla 25.** Ejercicio de las competencias en materia de turismo por el gobierno provincial de Zamora Chinchipe.

<b>NIVEL DE GOBIERNO</b>	<b>PLANIFICACIÓN</b>	<b>REGULACIÓN</b>	<b>GESTIÓN</b>	<b>PROMEDIO</b>
GAD Provincial de Zamora Chinchipe	50%	0%	100%	50%

La tabla 25 revela un desempeño heterogéneo en las distintas áreas evaluadas. En términos de planificación turística, el GAD Provincial alcanza un 50% de ejecución, lo que indica que, aunque se han desarrollado planes y proyectos turísticos a nivel provincial, no se ha logrado concretar un plan integral de turismo que abarque de manera completa las necesidades y el potencial turístico de la provincia. Esta situación destaca la necesidad de una mayor coordinación y visión estratégica en la planificación turística a nivel provincial.

La regulación, por otro lado, muestra una notable deficiencia, evidenciada por un 0% de cumplimiento. Este dato pone de manifiesto la ausencia total de normativas, ordenanzas y reglamentos específicos para el fomento y regulación del turismo provincial, lo cual limita severamente la capacidad del GAD Provincial para establecer un marco regulador coherente y eficaz que guíe el desarrollo turístico de Zamora Chinchipe en concordancia con los gobiernos municipales.

En contraste, la gestión turística se destaca con un desempeño del 100%, lo que refleja un esfuerzo significativo por parte del GAD Provincial en promover el turismo a través de la ejecución de acciones de promoción, coordinación de actividades turísticas, difusión de eventos y el soporte técnico a los prestadores de servicios turísticos. No obstante, se identifica una carencia en la realización de campañas de concienciación ciudadana sobre la importancia del turismo, lo que sugiere una oportunidad para fortalecer este aspecto y fomentar una mayor participación y aprecio por el turismo local.

El promedio general de desempeño del 50% indica que, aunque hay esfuerzos destacables en gestión y promoción turística, la falta de una planificación integral y la ausencia de un marco regulador específico para el turismo limitan el potencial de desarrollo turístico de

la provincia. Este análisis subraya la importancia de adoptar un enfoque más holístico y coordinado en el ejercicio de competencias turísticas a nivel provincial, lo que implicaría la elaboración de un plan de turismo integral, el establecimiento de normativas claras para la regulación del sector y la continuación de acciones de gestión que promuevan efectivamente el turismo en Zamora Chinchipe.

### ***6.3.2. Ejercicio de las competencias turística por los gobiernos municipales***

Para ampliar la descripción del ejercicio de las competencias turísticas por los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) Municipales en relación con las funciones reguladas por la Resolución 0001-CNC-2016 del Consejo Nacional de Competencias, es importante comprender la profundidad y alcance de estas competencias en el contexto turístico local. La Resolución 0001-CNC-2016, promulgada el 23 de marzo de 2016, establece un marco normativo que define las atribuciones y responsabilidades de los GAD municipales en la promoción, planificación, regulación, y gestión del turismo dentro de sus territorios.

Este marco legal obliga a los GAD Municipales a integrar el turismo en sus planes de desarrollo cantonal y fomentar un entorno propicio para el crecimiento sostenible de esta actividad, respetando los principios de sostenibilidad, inclusión, y participación comunitaria. En el cumplimiento de estas funciones, los municipios deben trabajar en estrecha colaboración con otros niveles de gobierno, el sector privado, y las comunidades locales para asegurar que las políticas turísticas y las iniciativas de desarrollo turístico reflejen las necesidades, expectativas, y capacidades de los destinos turísticos dentro de su jurisdicción.

Para evaluar el cumplimiento de estas competencias por parte de los 9 GAD Municipales de la provincia de Zamora Chinchipe, se estructuró una ficha de levantamiento de información (**Anexo 4**) basada en los parámetros y funciones especificadas en la Resolución 0001-CNC-2016. Esta herramienta permitió realizar una evaluación detallada del grado en que cada GAD Municipal ha integrado y ejecutado acciones relacionadas con la actividad turística regulada. La tabulación de estas fichas proporcionó una visión clara de las áreas en las que los municipios cumplen o no con las expectativas y requisitos legales, facilitando así la identificación de brechas, oportunidades de mejora, y prácticas exitosas que pueden ser replicadas o adaptadas en otros contextos municipales.

**Tabla 26.** Ejercicio de las competencias en materia de turismo por los gobiernos municipales de Zamora Chinchipe.

<b>GAD CANTONAL</b>	<b>PLANIFICACIÓN</b>	<b>REGULACIÓN</b>	<b>CONTROL</b>	<b>GESTIÓN</b>	<b>PROMEDIO</b>
CENTINELA DEL CÓNDROR	50%	25%	33%	100%	52%
CHINCHIPE	50%	75%	67%	86%	69%
EL PANGUI	0%	75%	100%	100%	69%
NANGARITZA	50%	100%	50%	71%	68%
PALANDA	50%	25%	33%	86%	49%
PAQUISHA	50%	100%	67%	86%	76%
YACUAMBI	100%	75%	17%	86%	69%
YANTZAZA	100%	100%	100%	100%	100%
ZAMORA	50%	50%	67%	43%	52%
<b>PROMEDIO</b>	<b>56%</b>	<b>69%</b>	<b>59%</b>	<b>84%</b>	<b>67%</b>

La Tabla 26 presenta una evaluación del ejercicio de competencias en materia de turismo por los gobiernos municipales (GAD Cantonal) de Zamora Chinchipe, evaluando áreas clave como planificación, regulación, control y gestión. Los resultados varían significativamente entre los cantones.

En el ámbito de la planificación, los resultados son mixtos, con Yantzaza y Yacuambi destacando por una completa planificación turística, mientras que El Pangui muestra una ausencia total en esta área. La regulación es más fuerte en general, con Nangaritza y Yantzaza alcanzando un 100%, lo que sugiere que tienen ordenanzas y regulaciones bien establecidas para el desarrollo turístico. En cuanto al control, El Pangui y Yantzaza muestran un cumplimiento total en la implementación de mecanismos de control turístico. Por otro lado, Yacuambi tiene la puntuación más baja, lo que puede indicar debilidades en la supervisión y aplicación de la normativa turística.

La gestión es el área con el rendimiento más alto en promedio, con muchos cantones mostrando altos porcentajes, destacando que hay un buen nivel de promoción y apoyo operativo para la actividad turística. Sin embargo, el cantón de Zamora exhibe la puntuación más baja en esta área, lo que puede reflejar una falta de promoción activa y actualización de registros turísticos.

El promedio general de las competencias turísticas ejercidas por los gobiernos municipales es del 67%, lo cual es un indicativo de que, aunque hay un nivel considerable

de actividad en la gestión turística por parte de los GADs, todavía hay margen de mejora, especialmente en áreas de planificación y regulación.

Estos resultados destacan la necesidad de una mayor uniformidad y fortaleza en la planificación y regulación turística a nivel cantonal. Además, sugieren la importancia de mejorar los mecanismos de control para garantizar el cumplimiento de las normativas y estándares turísticos. Finalmente, la gestión activa del turismo, incluida la promoción y el soporte técnico, parece ser un área donde los GADs están realizando un trabajo relativamente bueno, pero aun así se podría beneficiar de una mayor coordinación y recursos para maximizar su impacto.

### ***6.3.3. Análisis a la inversión en materia turística por los niveles de gobierno local***

Uno de los aspectos fundamentales que se aborda en esta investigación es el análisis de la inversión en materia turística por parte de los diferentes niveles de gobierno local en la provincia. La Constitución de la República del Ecuador y el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) establecen claramente que el turismo es una actividad productiva más, que puede ser ejecutada concurrentemente por los diferentes niveles de gobierno: provincial, municipal y parroquial. Esto indica que cada uno de estos estratos gubernamentales cuenta con atribuciones y obligaciones en lo que respecta al fomento y la promoción del turismo dentro de sus áreas de competencia.

Es crucial entender que el turismo no solo es una fuente de ingresos económicos para la provincia de Zamora Chinchipe, sino también una herramienta para la conservación del patrimonio natural y cultural, así como para la generación de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes. Por lo tanto, la inversión en turismo se convierte en un factor determinante para el crecimiento sostenible y la prosperidad de la región.

Para llevar a cabo este análisis exhaustivo, se llevó a cabo la recopilación de información detallada sobre los montos que los gobiernos provinciales, municipales y parroquiales han destinado al fortalecimiento de la actividad turística en sus respectivas jurisdicciones durante el período que abarca desde 2019 hasta 2023. Esta información se obtuvo de fuentes oficiales, específicamente del portal del Sistema Nacional de Contratación Pública, en lo que concierne al **Plan Anual de Contrataciones (PAC)** de cada entidad gubernamental.



El proceso de obtención de datos se realizó siguiendo rigurosos estándares de transparencia y veracidad, asegurando la confiabilidad de la información recopilada. Los montos registrados se sometieron a un minucioso proceso de análisis y evaluación, que incluyó la identificación de proyectos y programas relacionados con el turismo, así como la clasificación de los fondos asignados a dichas iniciativas.

La utilización de fuentes oficiales y la meticulosa revisión de los datos garantizan la solidez y confiabilidad de los resultados presentados a continuación, lo que aporta una base sólida para el análisis de la inversión en turismo por parte de los gobiernos locales en la provincia de Zamora Chinchipe. durante el periodo estudiado. Estos resultados proporcionarán una visión clara y precisa de la inversión realizada en el sector turístico, lo que permitirá evaluar la eficacia y la equidad de las políticas públicas en esta área y formular recomendaciones pertinentes para su fortalecimiento y desarrollo sostenible.

### 6.3.3.1. Inversión turística por el nivel de gobierno provincial

En la **Tabla 27** se presenta la dinámica anual de inversión en turismo en la provincia de Zamora Chinchipe, en el nivel de gobierno provincial, durante el período 2019-2023, en términos de porcentajes del presupuesto total de inversión y en términos monetarios reales.

**Tabla 27.** Inversión anual del GAD Provincial de Zamora Chinchipe en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	29,521,072.36	28,826,492.60	98%	176,102.65	0.6%
2020	50,252,245.23	49,655,118.94	99%	198,886.28	0.4%
2021	41,759,135.78	41,381,960.67	99%	393,205.51	1%
2022	47,513,733.34	46,816,726.81	99%	377,160.00	1%
2023	12,690,220.78	12,235,373.19	96%	620,861.37	5%

Los datos revelan una variación significativa en la inversión destinada al turismo por el GAD Provincial de Zamora Chinchipe durante el período 2019-2023. En 2019 y 2020, la inversión en turismo representó una pequeña fracción del presupuesto de inversión total, con un 0,6% y un 0,4%, respectivamente. Sin embargo, a partir de 2021, se observa un aumento constante, alcanzando un 1% en ese año y manteniéndose en ese nivel en 2022. Sorprendentemente, en 2023, la inversión en turismo ascendió al 5% del presupuesto de inversión total, marcando un aumento significativo.

### 6.3.3.2. Inversión turística por el nivel de gobierno cantonal

A continuación se presenta la dinámica de los nueve cantones de la provincia de Zamora Chinchipe para el periodo 2019-2023. Esta información se basa en el presupuesto registrado en el Plan Anual de Compras (PAC), tal como se reporta en el Sistema Nacional de Compras Públicas. Se analiza específicamente qué porcentaje del presupuesto se destina a inversión y, dentro de esta, cuánto se invierte en turismo.

#### Cantón Zamora

**Tabla 28.** Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Zamora en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	12,549,300.36	12,090,838.63	96%	65,000.00	0.5%
2020	8,300,548.94	8,081,588.38	97%	0.00	0.0%
2021	7,759,571.66	7,759,571.66	100%	0.00	0%
2022	15,381,873.35	15,381,873.35	100%	225,000.00	1%
2023	11,004,052.54	11,004,052.54	100%	151,500.00	1%
promedio	10,999,069.37	10,863,584.91	99%	88,300.00	1%

El análisis de la inversión del cantón Zamora en turismo durante los años 2019 a 2023 revela un patrón interesante en la distribución de recursos. En 2019, el cantón asignó \$65,000 al turismo, lo que correspondió a un 0.5% de su presupuesto de inversión, marcando un reconocimiento inicial de la importancia del turismo. No obstante, en 2020 y 2021, se observa una ausencia completa de inversión en este sector, lo que podría indicar una reorientación temporal de la estrategia económica o una respuesta a desafíos financieros o de otra índole.

En un cambio notable, el año 2022 muestra un vigoroso reimpulso con una asignación de \$225,000 al turismo, equivalente al 1% del presupuesto de inversión, lo que sugiere un renovado interés por potenciar el turismo como motor de desarrollo económico. Esta inversión se sostiene en 2023 con un monto de \$151,500

## Cantón Palanda

**Tabla 29.** Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Palanda en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	2,037,572.93	1,959,169.68	96%	5,000.00	0.3%
2020	3,341,393.62	3,341,393.62	100%	0.00	0.0%
2021	1,892,481.04	1,887,123.89	100%	0.00	0%
2022	5,452,824.30	5,452,824.30	100%	0.00	0%
2023	5,440,778.36	5,408,278.36	99%	0.00	0%
promedio	3,633,010.05	3,609,757.97	99%	1,000.00	0%

El análisis del cantón Palanda en relación con su inversión en turismo a lo largo de los años 2019 a 2023, según el Plan Anual de Compras (PAC), muestra una tendencia conservadora y posiblemente cautelosa hacia este sector. En 2019, se observa una modesta inversión de \$5,000, que representaba solo el 0.3% del presupuesto de inversión. Este porcentaje podría interpretarse como un reconocimiento de la relevancia del turismo, pero también refleja una inversión muy cautelosa, posiblemente debido a prioridades competitivas o a una estrategia de inversión más enfocada en otras áreas.

De 2020 a 2023, no se registra ninguna inversión en turismo. La consistencia de este 0% en la asignación puede ser indicativa de varios factores: una decisión estratégica de enfocar los recursos en sectores que se consideren más críticos para el desarrollo del cantón, la falta de proyectos de turismo que cumplan con los criterios de financiamiento, o quizás restricciones presupuestarias más amplias que limitan la capacidad de invertir en nuevos sectores.

## Cantón Chinchipe

**Tabla 30.** Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Chinchipe en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	2,857,437.19	2,835,937.19	99%	10,000.00	0.35%
2020	2,595,607.95	2,454,974.35	95%	0.00	0.00%
2021	3,807,701.21	3,685,701.21	97%	18,260.63	0.50%
2022	6,675,231.56	6,619,403.56	99%	53,000.00	0.80%
2023	4,089,029.22	4,065,805.22	99%	13,380.00	0.33%
promedio	4,005,001.43	3,932,364.31	98%	18,928.13	0.48%

El cantón Chinchipe, entre los años 2019 y 2023, ha mostrado un enfoque fluctuante en su inversión en turismo en relación con el presupuesto del Plan Anual de Compras (PAC).

En 2019, la inversión en turismo fue de \$10,000, un 0.35% del presupuesto de inversión, señalando un modesto interés en este sector. Sin embargo, en 2020, el turismo no recibió fondos, lo que podría indicar un cambio de estrategia o prioridades. En 2021, la inversión en turismo aumentó a \$18,260.63, constituyendo el 0.50% del presupuesto de inversión, lo que refleja un renovado interés y tal vez la identificación de oportunidades turísticas prometedoras o la recuperación de proyectos pospuestos. El año 2022 observa el pico más alto de inversión con \$53,000, lo cual es el 0.80% del presupuesto de inversión, sugiriendo una apuesta más decidida por el turismo como palanca de desarrollo. Sin embargo, en 2023, la inversión disminuye a \$13,380, un 0.33% del presupuesto de inversión, lo que podría interpretarse como una corrección tras evaluar los resultados de la mayor inversión del año anterior o una respuesta a factores externos que afectan la capacidad o la voluntad de invertir en turismo. A lo largo de los cinco años, el promedio de inversión en turismo ha sido de \$18,928.13, representando un 0.48% del presupuesto de inversión, lo que indica un compromiso moderado con el desarrollo del sector turístico en relación con otras áreas de inversión.

### Cantón Yacuambi

**Tabla 31.** Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Yacuambi en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	3,648,943.35	3,613,854.08	99%	52,995.58	1.47%
2020	2,006,207.67	1,963,529.10	98%	61,895.77	3.15%
2021	1,796,236.80	1,650,445.53	92%	58,348.77	3.54%
2022	5,465,624.76	5,264,334.76	96%	131,591.28	2.50%
2023	2,977,558.86	2,838,348.86	95%	119,391.28	4.21%
promedio	3,178,914.29	3,066,102.47	96%	84,844.54	2.77%

En el cantón Yacuambi, la inversión en turismo entre los años 2019 y 2023 muestra una tendencia general ascendente con algunas fluctuaciones. En 2019, se destinaron \$52,995.58 al turismo, que representó el 1.47% del presupuesto de inversión, indicando un compromiso inicial con el sector. En 2020, este porcentaje aumentó significativamente a 3.15% con una inversión de \$61,895.77, reflejando un impulso fuerte hacia el turismo. El año 2021 mantuvo esta tendencia con una inversión de \$58,348.77, constituyendo el 3.54% del presupuesto de inversión, el más alto en términos porcentuales dentro del periodo analizado. En 2022, aunque la inversión absoluta se incrementó a \$131,591.28,

el porcentaje del presupuesto de inversión disminuyó ligeramente a 2.50%. Finalmente, en 2023, se observó una inversión de \$119,391.28, que representó un notable 4.21% del presupuesto de inversión. El promedio a lo largo de los cinco años fue de \$84,844.54, lo que supone un 2.77% del presupuesto de inversión, destacando un enfoque sostenido en el desarrollo turístico.

### **Cantón El Pangui**

**Tabla 32.** Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de El Pangui en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	10,976,171.41	10,869,771.41	99%	338,525.70	3.11%
2020	1,792,057.10	1,751,423.76	98%	0.00	0.00%
2021	5,657,437.32	5,611,144.10	99%	303,665.35	5.41%
2022	4,056,955.67	4,056,955.67	100%	19,045.85	0.47%
2023	7,476,697.34	7,476,697.34	100%	0.00	0.00%
promedio	5,991,863.77	5,953,198.46	99%	132,247.38	2.22%

La inversión en turismo del cantón El Pangui ha mostrado una trayectoria marcada por la variabilidad a lo largo del período 2019-2023. En 2019, se realizó una inversión considerable de \$338,525.70 en turismo, equivalente al 3.11% del presupuesto de inversión, lo que sugiere un claro interés por desarrollar este sector. Sin embargo, en 2020, la inversión en turismo cayó a cero, lo que podría reflejar una reestructuración de prioridades presupuestarias o la influencia de situaciones extraordinarias como la pandemia global. En 2021, la inversión se recuperó sustancialmente, ascendiendo a \$303,665.35 y representando el 5.41% del presupuesto de inversión, señalando una renovada apuesta por el turismo como pilar de crecimiento. No obstante, en 2022, la inversión disminuyó drásticamente a \$19,045.85, solo el 0.47% del presupuesto de inversión, y en 2023 no se registró inversión alguna en el sector. A lo largo de estos años, el promedio de inversión en turismo fue de \$132,247.38, constituyendo el 2.22% del presupuesto de inversión.

## Cantón Yantzaza

**Tabla 33.** Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Yantzaza en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	30,146,325.78	30,116,576.85	100%	58,601.17	0.19%
2020	6,579,627.38	6,317,020.86	96%	24,107.14	0.38%
2021	15,337,527.20	15,255,706.00	99%	383,483.02	2.51%
2022	22,532,132.02	21,628,720.06	96%	160,000.00	0.74%
2023	34,371,707.77	34,371,707.77	100%	150,509.64	0.44%
promedio	21,793,464.03	21,537,946.31	99%	155,340.19	0.72%

El cantón Yantzaza muestra una dinámica de inversión en turismo variada entre 2019 y 2023. En 2019, la asignación de \$58,601.17, que representa el 0.19% del presupuesto de inversión, indica un compromiso inicial modesto con el sector turístico. En 2020, a pesar de una reducción general en el presupuesto total, la inversión en turismo aumenta su porcentaje al 0.38%, con un monto de \$24,107.14. El año 2021 marca un punto de inflexión significativo con una asignación de \$383,483.02 al turismo, aumentando a 2.51% del presupuesto de inversión, lo que podría reflejar una estrategia deliberada para impulsar el turismo como una vía de desarrollo económico. Sin embargo, en 2022, se observa una reducción en la proporción asignada al turismo, con una inversión de \$160,000.00, que representa el 0.74% del presupuesto de inversión. En 2023, la inversión disminuye ligeramente a \$150,509.64, pero también decrece el porcentaje a 0.44%. El promedio a lo largo del quinquenio fue de \$155,340.19, que constituye el 0.72% del presupuesto de inversión.

## Cantón Paquisha

**Tabla 34.** Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Paquisha en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	3,502,549.90	3,393,780.57	97%	8,787.50	0.26%
2020	3,299,339.64	3,253,984.54	99%	13,379.29	0.41%
2021	2,152,542.11	2,083,624.32	97%	159,771.43	7.67%
2022	2,425,141.91	2,338,495.63	96%	19,000.00	0.81%
2023	2,990,249.79	2,882,748.03	96%	251,000.00	8.71%
promedio	2,873,964.67	2,790,526.62	97%	90,387.64	3.24%

El cantón Paquisha presenta un patrón de inversión en turismo que destaca por un aumento significativo y sostenido a lo largo del período de 2019 a 2023. En 2019, la inversión fue modesta, con un total de \$8,787.50, lo que supuso el 0.26% del presupuesto de inversión. En 2020, se observa un incremento tanto en el monto como en el porcentaje, con \$13,379.29 y 0.41% respectivamente. El año 2021 es notable, ya que la inversión en turismo se dispara a \$159,771.43, alcanzando un considerable 7.67% del presupuesto de inversión, lo que refleja una política decidida de apoyo al sector turístico. Sin embargo, en 2022, se produce un ajuste con una inversión de \$19,000.00, representando el 0.81% del presupuesto. Este ajuste es temporal, ya que en 2023 la inversión en turismo alcanza su punto máximo con \$251,000.00, lo que constituye un impresionante 8.71% del presupuesto de inversión. En promedio, durante estos cinco años, Paquisha ha invertido \$90,387.64 en turismo anualmente, lo que corresponde al 3.24% de su presupuesto de inversión.

### Cantón Nangaritza

**Tabla 35.** Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Nangaritza en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	3,173,938.80	3,142,796.17	99%	127,906.75	4.07%
2020	2,157,414.94	2,157,414.94	100%	44,643.75	2.07%
2021	1,371,626.02	1,371,626.02	100%	2.67	0.00%
2022	6,108,242.88	6,108,242.88	100%	0.00	0.00%
2023	5,694,380.63	5,694,380.63	100%	0.00	0.00%
promedio	3,701,120.65	3,694,892.13	100%	34,510.63	0.93%

El patrón de inversión en turismo del cantón Nangaritza entre 2019 y 2023 muestra una disminución progresiva que sugiere cambios significativos en la política o en las circunstancias económicas del cantón. En 2019, se observa una inversión robusta de \$127,906.75, que representó el 4.07% del presupuesto de inversión, lo que indica un compromiso inicial fuerte con el turismo como pilar de desarrollo. No obstante, en 2020, la inversión en turismo disminuye a \$44,643.75, aunque aún representa un significativo 2.07% del presupuesto. Sorprendentemente, a partir de 2021, la inversión en turismo cae a niveles prácticamente nulos, con una inversión simbólica de \$2.67 y cero inversión en los años 2022 y 2023. Estos cambios drásticos reducen el promedio de inversión a lo largo del quinquenio a \$34,510.63, correspondiente al 0.93% del presupuesto de inversión total.

## Cantón Centinela del Cóndor

**Tabla 36.** Inversión anual del nivel de gobierno cantonal de Centinela del Cóndor en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	1,659,766.59	1,574,497.47	95%	84,414.02	5.36%
2020	3,957,304.10	3,955,518.39	100%	3,080.00	0.08%
2021	4,727,273.65	4,727,273.65	100%	0.00	0.00%
2022	1,948,452.91	1,948,452.91	100%	6,655.55	0.34%
2023	2,106,077.78	2,106,077.78	100%	0.00	0.00%
promedio	2,879,775.01	2,862,364.04	99%	18,829.91	0.66%

La inversión en turismo del cantón Centinela del Cóndor ha tenido una trayectoria bastante variable durante el período de 2019 a 2023. En 2019, se asignó un notable 5.36% del presupuesto de inversión al turismo, equivalente a \$84,414.02, indicando un enfoque estratégico en este sector. Sin embargo, en 2020, la inversión en turismo disminuyó drásticamente a \$3,080.00, representando solo el 0.08% del presupuesto de inversión, lo que sugiere un cambio significativo en las prioridades o una reacción a eventos específicos que pudieron haber afectado la planificación presupuestaria. En 2021, no se registró inversión en turismo, una tendencia que se mantuvo en 2023, mientras que en 2022 hubo una ligera inversión de \$6,655.55. El promedio de inversión en turismo a lo largo de estos cinco años fue de \$18,829.91, constituyendo aproximadamente el 0.66% del presupuesto de inversión.

### 6.3.3.3. Inversión turística por el nivel de gobierno parroquial

## Cantón Centinela del Cóndor

### Parroquia Panguintza

**Tabla 37.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Panguintza en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	315.092,49	315.092,49	100%	14.732,15	4,68%
2020	314.704,26	313.396,49	100%	6.428,57	2,04%
2021	347.480,52	347.480,52	100%	34.285,70	9,87%
2022	275.841,76	275.841,76	100%	37.244,00	13,50%
2023	117.119,50	117.119,50	100%	6.200,56	5,29%
promedio	274.047,71	273.786,15	100%	19.778,20	7,08%



La inversión turística de Panguintza muestra una notable fluctuación a lo largo de los años. Tras un comienzo moderado en 2019 con un 4,68% del presupuesto, hubo una disminución en 2020 (2,04%), posiblemente debido a la pandemia. Sin embargo, en 2021 y 2022, la inversión aumentó significativamente, alcanzando un 13,50% en 2022, indicando un fuerte enfoque en el turismo como motor de recuperación económica. En 2023, la inversión se redujo nuevamente a 5,29%, posiblemente como un reajuste tras la pandemia. El promedio de inversión del 7,08% refleja un compromiso variante con el turismo.

### Parroquia Triunfo – Dorado

**Tabla 38.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial del Triunfo-Dorado en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	3.020.250,00	3.020.250,00	100%	0,00	0,00%
2020	27.299.873,00	27.299.873,00	100%	1.500.000,00	5,49%
2021	21.904.024,00	21.904.024,00	100%	0,00	0,00%
2022	43.535.278,00	43.534.448,00	100%	500.000,00	1,15%
2023	40.107.554,00	40.107.554,00	100%	0,00	0,00%
promedio	27.173.395,80	27.173.229,80	100%	400.000,00	1,33%

La inversión turística en Triunfo-Dorado fue inexistente en 2019, pero aumentó a 5,49% en 2020, lo que sugiere una nueva iniciativa o estrategia en el turismo. Sin embargo, en 2021 y 2023, la inversión volvió a ser nula, con una pequeña asignación en 2022 (1,15%). Este patrón irregular indica una posible incertidumbre o falta de una estrategia turística coherente, reflejado en un bajo promedio de inversión del 1,33%.

### Cantón Chinchipe.

#### Parroquia Chito

**Tabla 39.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Chito en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	149.422,89	143.192,59	96%	0,00	0,00%
2020	138.547,27	134.600,84	97%	7.142,86	5,16%
2021	117.675,50	114.305,50	97%	8.000,00	6,80%
2022	214.233,21	213.786,78	100%	92.972,46	43,40%
2023	263.630,08	263.630,08	100%	71.140,87	26,99%
promedio	176.701,79	173.903,16	98%	35.851,24	16,47%

Chito muestra un crecimiento progresivo y significativo en la inversión turística. Comenzando con ninguna inversión en 2019, aumentó a un notable 43,40% en 2022, lo que indica un fuerte impulso hacia el turismo. Este aumento constante sugiere una estrategia deliberada y enfocada en desarrollar el turismo como un sector clave, con un impresionante promedio de inversión del 16,47%.

### Parroquia El Chorro

**Tabla 40.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de El Chorro en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	122.271,79	120.002,51	98%	0,00	0,00%
2020	59.945,30	57.442,44	96%	0,00	0,00%
2021	96.476,23	93.614,57	97%	35.714,29	37,02%
2022	348.327,78	345.248,63	99%	127.822,32	36,70%
2023	231.493,94	227.534,15	98%	127.822,32	55,22%
promedio	171.703,01	168.768,46	98%	58.271,79	25,79%

El Chorro inició sin inversión en turismo en 2019 y 2020, pero mostró un aumento sustancial en 2021 y 2022, alcanzando más del 35% cada año, y un 55,22% en 2023. Esta tendencia ascendente refleja un enfoque renovado y serio en el turismo, con un promedio de inversión del 25,79%, indicando un compromiso significativo hacia el desarrollo turístico.

### Parroquia La Chonta

**Tabla 41.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de La Chonta en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	55.453,88	54.352,47	98%	3.125,00	5,64%
2020	223.342,04	221.679,90	99%	0,00	0,00%
2021	347.790,91	347.790,91	100%	8.000,00	2,30%
2022	480.842,54	475.572,54	99%	0,00	0,00%
2023	578.746,31	573.764,33	99%	66.000,00	11,40%
promedio	337.235,14	334.632,03	99%	15.425,00	3,87%

La inversión en La Chonta fue modesta en 2019 (5,64%) y nula en 2020 y 2022. Hubo un aumento en 2021 (2,30%) y un salto significativo a 11,40% en 2023. Esta variabilidad

sugiere un enfoque intermitente en el turismo, con un promedio de 3,87%, indicando una inversión turística moderada y no constante.

### Parroquia San Andrés

**Tabla 42.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de San Andrés en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	187.160,82	184.348,36	98%	0,00	0,00%
2020	186.121,91	148.373,79	80%	0,00	0,00%
2021	79.883,27	77.195,76	97%	5.178,57	6,48%
2022	453.771,29	450.271,29	99%	30.317,11	6,68%
2023	226.867,10	219.667,10	97%	9.000,00	3,97%
promedio	226.760,88	215.971,26	94%	8.899,14	3,43%

San Andrés no invirtió en turismo en 2019 y 2020, pero mostró un leve incremento en 2021 (6,48%) y 2022 (6,68%), con una disminución en 2023 (3,97%). Este patrón indica un enfoque gradual y cauteloso en el turismo, con un promedio general de 3,43%, reflejando un compromiso turístico moderado y creciente.

### Parroquia Pucabamba

**Tabla 43.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Pucapamba en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	31.829,21	27.415,99	86%	0,00	0,00%
2020	66.077,00	62.728,42	95%	0,00	0,00%
2021	110.179,01	108.260,62	98%	0,00	0,00%
2022	140.941,47	138.835,96	99%	6.700,00	4,75%
2023	278.799,52	276.524,00	99%	0,00	0,00%
promedio	125.565,24	122.753,00	95%	1.340,00	0,95%

La inversión turística en la Parroquia Pucapamba ha sido notablemente limitada y esporádica, reflejando una estrategia turística incipiente o no prioritaria. Desde 2019 hasta 2021, no se registraron inversiones en turismo, indicando una falta de enfoque en este sector o la priorización de otros ámbitos. Un cambio se observó en 2022 con una inversión del 4,75%, sugiriendo un interés emergente o una exploración inicial en el desarrollo

turístico. Sin embargo, este interés no se sostuvo en 2023, volviendo a una inversión nula. Con un promedio general de inversión del 0,95% a lo largo de los años, Pucapamba muestra un compromiso marginal y no constante con el turismo, lo que señala la necesidad de una estrategia más definida y sostenida para aprovechar potencialmente el turismo como un motor de desarrollo local.

### **Cantón El Pangui.**

#### **Parroquia El Guismi**

**Tabla 44.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de El Guismi en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	10.771.005,00	10.771.005,00	100%	120,00	0,00%
2020	10.470.961,00	10.470.961,00	100%	120,00	0,00%
2021	4.028.653,00	4.028.653,00	100%	1.300,00	0,03%
2022	25.866.793,00	25.866.793,00	100%	1.660,00	0,01%
2023	220.049,91	220.049,91	100%	1.660,00	0,75%
promedio	10.271.492,38	10.271.492,38	100%	972,00	0,16%

Con una inversión promedio de solo 0.16% en turismo, El Guismi muestra un compromiso mínimo hacia este sector. Esta baja inversión sugiere una priorización limitada del turismo en su planificación económica.

#### **Parroquia Pachicutza**

**Tabla 45.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Pachicutza en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	98.736,58	98.736,58	100%	0,00	0,00%
2020	184.394,65	184.124,65	100%	5.000,00	2,71%
2021	132.950,27	132.050,27	99%	0,00	0,00%
2022	220.977,61	220.977,61	100%	1.000,00	0,45%
2023	34.455,86	34.305,86	100%	265,00	0,77%
promedio	134.302,99	134.038,99	100%	1.253,00	0,79%

La inversión anual en turismo en la Parroquia Pachicutza ha fluctuado, sin ninguna inversión en 2019, seguido de un incremento notable al 2.71% en 2020, reflejando un interés emergente por el turismo. Los años 2021 y 2022 evidencian una disminución y

estabilización en la inversión a 0% y 0.45% respectivamente, con un leve aumento al 0.77% en 2023. El promedio de inversión en turismo es del 0.79%, mostrando un enfoque moderado hacia el turismo frente a otras prioridades. Aunque se observa un interés creciente por el sector, la asignación de recursos ha sido inconsistente a lo largo del tiempo.

### Parroquia Tundayme

**Tabla 46.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Tundayme en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	72.006,72	72.006,72	100%	0,00	0,00%
2020	132.122,14	132.122,14	100%	8.000,00	6,06%
2021	107.188,60	107.188,60	100%	1.100,00	1,03%
2022	274.887,06	274.887,06	100%	15.602,00	5,68%
2023	844.993,72	843.673,72	100%	38.658,12	4,57%
promedio	286.239,65	285.975,65	100%	12.672,02	3,47%

La inversión turística en Tundayme muestra un crecimiento significativo, especialmente en 2023. Comenzando sin inversión en 2019, el porcentaje se incrementa notablemente en 2020 con un 6.06% y mantiene un crecimiento progresivo, alcanzando un 4.57% en 2023. Este aumento refleja una creciente priorización del turismo en la parroquia, con un promedio de inversión del 3.47%. Este patrón indica una estrategia enfocada en potenciar el turismo como un sector clave para el desarrollo local.

### Cantón Nangaritza.

#### Parroquia Nankais

**Tabla 47.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Nankais en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	42.114,61	39.335,61	93%	5.590,00	13,27%
2020	84.244,40	83.369,40	99%	3.907,29	4,64%
2021	195.283,80	194.557,46	100%	12.874,94	6,59%
2022	373.104,82	369.977,85	99%	18.528,50	4,97%
2023	1.128.846,05	1.126.065,42	100%	39.892,57	3,53%
promedio	364.718,74	362.661,15	98%	16.158,66	6,60%

La inversión en turismo en la Parroquia Nankais ha sido notablemente proactiva, con un promedio de inversión del 6.60%, reflejando un compromiso creciente hacia el turismo.

Aunque varió año a año, la inversión alcanzó picos significativos, especialmente en 2023 con un 3.53%. Estos datos indican una fuerte inclinación de Nankais hacia el desarrollo del turismo como un elemento clave en su estrategia de crecimiento y desarrollo local.

### Parroquia Nuevo Paraíso

**Tabla 48.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Nuevo Paraíso en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	112.146,05	111.521,04	99%	9.000,00	8,03%
2020	146.771,43	143.646,42	98%	748,57	0,51%
2021	55.112,47	55.112,47	100%	2.767,86	5,02%
2022	84.442,91	83.585,76	99%	5.178,58	6,13%
2023	119.286,44	115.700,41	97%	9.700,00	8,13%
promedio	103.551,86	101.913,22	99%	5.479,00	5,56%

La inversión en turismo en Nuevo Paraíso ha sido consistente, con un promedio de 5.56%. La parroquia muestra un enfoque sostenido en el turismo, evidenciado por inversiones significativas en años como 2019 y 2023. Esta consistencia en la inversión sugiere una estrategia deliberada para potenciar el turismo como un sector importante en el desarrollo local.

### Parroquia Zurmi

**Tabla 49.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Zurmi en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	96.077,95	95.177,95	99%	1.600,00	1,67%
2020	158.879,48	157.364,62	99%	0,00	0,00%
2021	269.944,53	268.881,39	100%	8.557,32	3,17%
2022	360.273,04	357.549,16	99%	16.071,43	4,46%
2023	719.720,03	717.812,85	100%	23.896,07	3,32%
promedio	320.979,01	319.357,19	99%	10.024,96	2,52%

En Zurmi, la inversión turística promedia un 2.52%. Aunque más baja que en otras parroquias, muestra un interés en el desarrollo turístico. El aumento progresivo en la inversión, especialmente en 2022 y 2023, indica un creciente reconocimiento de la

importancia del turismo, aunque aún no es una prioridad absoluta en comparación con otras áreas de inversión.

### **Cantón Palanda.**

#### **Parroquia El Porvenir del Carmen**

**Tabla 50.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de El Porvenir del Carmen en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	24.985.611,00	24.805.371,00	99%	431.504,00	1,73%
2020	344.798,40	342.521,61	99%	44.964,28	13,04%
2021	23.398.812,00	23.023.329,00	98%	6.697.368,00	28,62%
2022	37.062.565,00	36.961.425,00	100%	0,00	0,00%
2023	12.992.300,00	12.991.100,00	100%	0,00	0,00%
promedio	19.756.817,28	19.624.749,32	99%	1.434.767,26	8,68%

Esta parroquia ha mostrado una fluctuación significativa en su inversión en turismo. En 2019, destinó un 1,73% de su presupuesto de inversión a turismo, una cifra bastante razonable. Sin embargo, en 2020, la proporción aumentó a un sorprendente 13,04%, probablemente en respuesta a iniciativas específicas o a un cambio en la estrategia de desarrollo turístico. En 2021, la inversión alcanzó un máximo histórico del 28,62%, lo que indica un fuerte enfoque en el turismo. Desafortunadamente, en 2022 y 2023, no se registraron inversiones en turismo, lo que podría reflejar un cambio en las prioridades políticas o desafíos económicos.

#### **Parroquia La Canela**

**Tabla 51.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de La Canela en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	99.547,23	96.997,23	97%	0,00	0,00%
2020	106.883,27	106.883,27	100%	0,00	0,00%
2021	159.136,71	156.261,71	98%	0,00	0,00%
2022	449.212,20	447.552,20	100%	0,00	0,00%
2023	71.447,08	70.400,00	99%	0,00	0,00%
promedio	177.245,30	175.618,88	99%	0,00	0,00%

Esta parroquia no ha invertido en turismo desde 2019, manteniendo un 0% de su presupuesto de inversión en este sector. Esto podría sugerir una falta de recursos, una priorización de otros sectores sobre el turismo, o quizás una falta de oportunidades turísticas percibidas en la región.

### Parroquia San Francisco del Vergel

**Tabla 52.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de San Francisco del Vergel en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	167.504,12	167.504,12	100%	200,00	0,12%
2020	308.557,63	305.315,36	99%	0,00	0,00%
2021	1.786.030,00	1.782.650,00	100%	4.000,00	0,22%
2022	90.570,00	89.670,00	99%	0,00	0,00%
2023	36.232,50	35.732,50	99%	0,00	0,00%
promedio	477.778,85	476.174,40	99%	840,00	0,07%

La inversión turística aquí ha sido mínima, con solo un pequeño porcentaje del presupuesto de inversión asignado al turismo en 2019 y 2021. En los otros años, no hubo inversión en turismo. Esto sugiere que, aunque hay algún interés en el desarrollo turístico, no es una prioridad principal para la parroquia.

### Parroquia Valladolid

**Tabla 53.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Valladolid en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	429.103,25	417.237,25	97%	0,00	0,00%
2020	389.399,48	387.199,48	99%	500,00	0,13%
2021	301.369,68	299.494,69	99%	0,00	0,00%
2022	539.350,38	537.200,38	100%	50.777,14	9,41%
2023	344.104,77	344.104,77	100%	0,00	0,00%
promedio	400.665,51	397.047,31	99%	10.255,43	1,91%

La inversión en turismo ha sido irregular. En 2020 y 2022 se realizaron inversiones modestas en turismo, siendo notable el 9,41% en 2022. Los otros años no se observaron inversiones, indicando un enfoque esporádico en el turismo.



## Cantón Paquisha

### Parroquia Bellavista

**Tabla 54.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Bellavista en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	202.850,00	202.850,00	100%	5.000,00	2,46%
2020	84.562,44	80.614,88	95%	882,14	1,04%
2021	89.429,42	89.429,42	100%	24.000,00	26,84%
2022	416.156,16	411.500,16	99%	8.500,00	2,04%
2023	42.776,07	36.792,87	86%	0,00	0,00%
promedio	167.154,82	164.237,47	96%	7.676,43	6,48%

La Parroquia Bellavista presenta una inversión variable en turismo entre 2019 y 2023. En 2019, invirtió un 2,46% de su Presupuesto de Inversión en turismo, seguido de una disminución en 2020 al 1,04%. Sin embargo, en 2021 hubo un aumento significativo al 26,84%, mostrando un fuerte enfoque en el turismo ese año. Posteriormente, la inversión se redujo nuevamente en 2023 a 0%. El promedio de inversión en turismo fue del 6,48% del Presupuesto de Inversión a lo largo de estos años, reflejando un enfoque intermitente en el desarrollo turístico de la parroquia.

### Parroquia Nuevo Quito

**Tabla 55.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Nuevo Quito en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras.

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	174.872,95	174.872,95	100%	8.501,00	4,86%
2020	243.933,13	243.933,13	100%	2.292,87	0,94%
2021	190.634,28	190.634,28	100%	1.785,71	0,94%
2022	252.411,65	252.411,65	100%	14.500,00	5,74%
2023	171.371,13	171.371,13	100%	20.000,00	11,67%
promedio	206.644,63	206.644,63	100%	9.415,92	4,83%

En la Parroquia Nuevo Quito, entre 2019 y 2023, se observa una inversión turística consistente del 100% del Presupuesto de Inversión de acuerdo al Plan Anual de Compras (PAC). La inversión en turismo ha variado a lo largo de los años, alcanzando su punto máximo en 2023 con un 11,67% del presupuesto de inversión. Aunque hubo años con

inversiones más bajas, como en 2020 y 2021, donde representaron menos del 1%, el promedio general de inversión en turismo fue del 4,83% durante este periodo, mostrando un enfoque equilibrado hacia el turismo en la planificación.

### **Cantón Yacuambi.**

#### **Parroquia La Paz**

**Tabla 56.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de La Paz en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	223.854,61	223.854,61	100%	9.000,00	4,02%
2020	212.141,30	212.141,30	100%	16.266,14	7,67%
2021	67.003,10	67.003,10	100%	9.450,00	14,10%
2022	91.420,47	91.420,47	100%	2.300,00	2,52%
2023	112.592,71	112.592,71	100%	12.900,00	11,46%
promedio	141.402,44	141.402,44	100%	9.983,23	7,95%

En la Parroquia La Paz, el análisis de la inversión turística entre 2019 y 2023 revela un compromiso consistente con el turismo. Cada año, el presupuesto de inversión en turismo representó el 100% del Plan Anual de Compras (PAC). Las inversiones en turismo variaron, con picos en 2021 y 2023, representando el 14,10% y 11,46% del presupuesto de inversión, respectivamente. Aunque hubo variaciones, el promedio de inversión en turismo durante este periodo fue del 7,95%, indicando un enfoque notable en el desarrollo turístico de la parroquia.

#### **Parroquia Tutupali**

**Tabla 57.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Tutupali en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	132.330,32	132.330,32	100%	21.162,41	15,99%
2020	308.832,59	308.832,59	100%	40.470,29	13,10%
2021	151.041,35	150.221,53	99%	5.400,00	3,58%
2022	317.648,39	315.023,75	99%	102.997,84	32,43%
2023	394.766,12	391.202,79	99%	0,00	0,00%
Promedio	260.923,75	259.522,20	100%	34.006,11	13,02%

La inversión en turismo en la Parroquia Tutupali ha mostrado variaciones significativas de 2019 a 2023, con un presupuesto de inversión alineado al 100% con el Plan Anual de Compras. En 2019, se invirtió un notable 15,99% en turismo, pero disminuyó a 0% en 2023. El promedio de inversión en este sector fue del 13,02%, reflejando un fuerte interés inicial que decayó posiblemente por cambios en prioridades o recursos.

### **Cantón Yantzaza.**

#### **Parroquia Chicaña**

**Tabla 58.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Chicaña en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	123.430,31	123.430,31	100%	10.830,00	8,77%
2020	317.793,18	316.773,18	100%	26.350,00	8,29%
2021	368.259,04	368.259,04	100%	11.783,93	3,20%
2022	201.527,05	201.527,05	100%	14.724,74	7,31%
2023	249.727,82	247.416,25	99%	36.315,54	14,54%
Promedio	252.147,48	251.481,17	100%	20.000,84	8,42%

La Parroquia Chicaña ha mantenido una inversión constante en turismo del 100% de su Presupuesto de Inversión según el Plan Anual de Compras (PAC) entre 2019 y 2023. La inversión en turismo fluctuó, destacándose en 2023 con un 14,54% del presupuesto de inversión. A lo largo del periodo, la inversión turística promedio fue del 8,42%, demostrando un compromiso sostenido con el desarrollo turístico en la parroquia.

#### **Parroquia Los Encuentros**

**Tabla 59.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Los Encuentros en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	397.752,22	397.752,22	100%	161.029,32	40,48%
2020	502.280,34	498.708,90	99%	55.535,71	11,06%
2021	377.117,65	377.117,65	100%	0,00	0,00%
2022	861.996,87	861.996,87	100%	18.237,29	2,12%
2023	601.044,06	601.044,06	100%	65.080,29	10,83%
promedio	548.038,23	547.323,94	100%	59.976,52	12,90%

Durante el periodo 2019-2023, la Parroquia Los Encuentros mostró un patrón de inversión turística consistente, manteniendo alrededor del 100% del Plan Anual de Compras (PAC). En 2019, resaltó con una inversión en turismo del 40,48% del presupuesto, señalando un enfoque sólido en su desarrollo. Aunque hubo fluctuaciones, con un mínimo del 0% en 2021, se recuperó en 2023 con un 10,83%. El promedio de inversión turística en este periodo fue del 12,90% del presupuesto, evidenciando un compromiso notable con el turismo como impulsor del desarrollo parroquial.

## Cantón Zamora

### Parroquia Cumbaratza

**Tabla 60.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Cumbaratza en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	150.851,35	150.851,35	100%	9.375,00	6,21%
2020	280.741,71	280.741,71	100%	535,72	0,19%
2021	811.943,06	810.840,37	100%	9.560,73	1,18%
2022	418.995,36	416.995,36	100%	32.120,00	7,67%
2023	177.518,52	177.158,52	100%	32.000,00	18,03%
promedio	368.010,00	367.317,46	100%	16.718,29	6,66%

La inversión en turismo de la Parroquia Cumbaratza muestra una variabilidad significativa a lo largo de los años. Comenzando con una inversión moderada del 6,21% en 2019, hubo una drástica caída al 0,19% en 2020, posiblemente influenciada por la pandemia de COVID-19. En 2021, la inversión se recuperó ligeramente al 1,18%, seguida de un incremento notable en 2022 (7,67%) y un salto impresionante al 18,03% en 2023. Este último año refleja un fuerte enfoque en el turismo. El promedio general de 6,66% indica un compromiso creciente con el turismo, aunque con fluctuaciones que podrían reflejar respuestas a condiciones externas y la evolución de las prioridades locales.

## Parroquia Guadalupe

**Tabla 61.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Guadalupe en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	26.083.304,00	26.083.304,00	100%	446.429,00	1,71%
2020	25.358.742,00	25.358.742,00	100%	437.500,00	1,73%
2021	32.589.056,00	32.589.056,00	100%	4.019.649,00	12,33%
2022	30.420.814,00	30.346.618,00	100%	0,00	0,00%
2023	40.710.603,00	40.662.603,00	100%	547.500,00	1,34%
promedio	31.032.503,80	31.008.064,60	100%	1.090.215,60	3,42%

La inversión turística en Guadalupe ha sido variada a lo largo de los años. Inició con una inversión baja (alrededor del 1,7%) en 2019 y 2020, seguida de un aumento significativo en 2021 (12,33%), lo que indica un fuerte impulso en el turismo. Sin embargo, en 2022 hubo una inversión nula, lo que marca una interrupción abrupta en la tendencia. En 2023, la inversión volvió a ser baja (1,34%). El promedio de 3,42% sugiere un enfoque fluctuante en el turismo, con momentos de alto interés seguidos de desinversión, posiblemente debido a cambios en la priorización o a factores externos.

## Parroquia Imbana

**Tabla 62.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Imbana en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	13.291.943,00	13.291.943,00	100%	80.448,00	0,61%
2020	132.194,11	132.194,11	100%	7.041,33	5,33%
2021	150.889,20	150.889,20	100%	6.133,03	4,06%
2022	179.275,99	179.275,99	100%	12.951,78	7,22%
2023	362.950,49	362.821,03	100%	10.821,95	2,98%
promedio	2.823.450,56	2.823.424,67	100%	23.479,22	4,04%

En Imbana, la inversión turística comenzó muy baja en 2019 (0,61%), aumentando gradualmente en los años siguientes, alcanzando su punto máximo en 2022 con un 7,22%. Este incremento gradual podría reflejar un creciente reconocimiento del turismo como un

sector importante. Sin embargo, en 2023, la inversión disminuyó nuevamente a 2,98%. Con un promedio general del 4,04%, Imbana muestra un interés creciente pero aún moderado en el turismo, indicando un enfoque progresivo pero cauteloso hacia el desarrollo turístico.

### Parroquia Sabanilla

**Tabla 63.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Sabanilla en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	168.000,64	168.000,64	100%	0,00	0,00%
2020	284.862,85	284.594,99	100%	5.892,86	2,07%
2021	181.071,67	181.071,67	100%	0,00	0,00%
2022	209.711,96	209.711,96	100%	10.500,00	5,01%
2023	98.156,16	98.156,16	100%	7.000,00	7,13%
promedio	188.360,66	188.307,08	100%	4.678,57	2,84%

La inversión en turismo en Sabanilla ha sido irregular a lo largo de los años. En 2019 no hubo inversión en turismo, pero en 2020 se observó una pequeña asignación de 2,07%. Luego, en 2021, la inversión volvió a ser nula, mostrando una falta de consistencia. Sin embargo, en 2022 y 2023, la inversión aumentó a 5,01% y 7,13% respectivamente, lo que indica un creciente interés en el turismo. Con un promedio de 2,84%, Sabanilla muestra un enfoque gradualmente creciente en el turismo, aunque aún con cierta inconsistencia en la inversión.

### Parroquia San Carlos de las Minas

**Tabla 64.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de San Carlos de las Minas en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	1.817,20	1.817,20	100%	0,00	0,00%
2020	13.573.532,19	13.573.532,19	100%	6.250,00	0,05%
2021	210.825,38	210.825,38	100%	3.857,14	1,83%
2022	179.852,63	179.852,63	100%	7.142,86	3,97%
2023	375.417,42	375.417,42	100%	9.800,00	2,61%
promedio	2.868.288,96	2.868.288,96	100%	5.410,00	1,69%

La inversión anual del gobierno parroquial de San Carlos de las Minas en turismo, en relación con el Plan Anual de Compras (PAC), muestra un crecimiento notable desde 2019 hasta 2023. En 2019, no se destinó ningún porcentaje del presupuesto de inversión al turismo. Sin embargo, hubo un cambio significativo en 2020, con una inversión del 0,05% en turismo. Este porcentaje aumentó progresivamente, alcanzando un 1,83% en 2021, un 3,97% en 2022, y luego descendiendo ligeramente a un 2,61% en 2023. En promedio, el turismo recibió el 1,69% del presupuesto de inversión durante este período, reflejando un enfoque creciente, aunque fluctuante, en la inversión turística de la parroquia.

### Parroquia Timbara

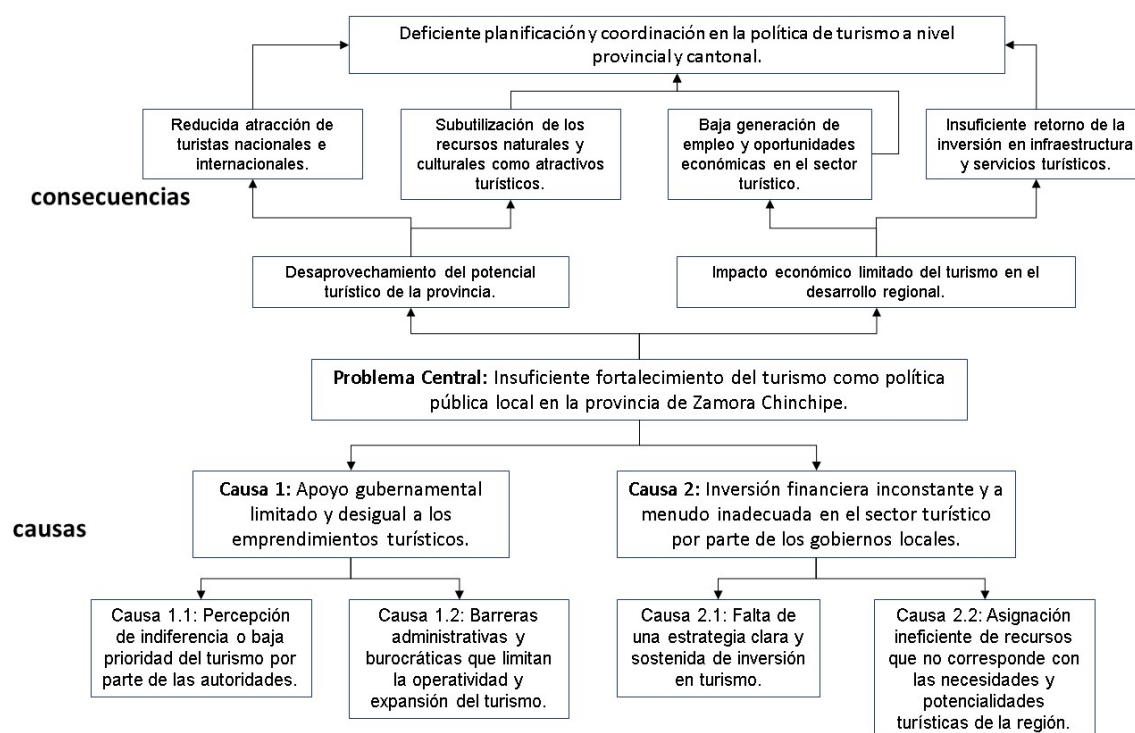
**Tabla 65.** Inversión anual del nivel de gobierno parroquial de Timbara en turismo en relación al presupuesto del Plan Anual de Compras

AÑO	Total PAC	Presupuesto de inversión		Pres. Turismo	
		Monto	%	USD	% del prs. Inv
2019	118.581,05	118.581,05	100%	5.089,29	4,29%
2020	107.810,71	107.810,71	100%	580,36	0,54%
2021	105.765,64	105.765,64	100%	2.678,57	2,53%
2022	107.150,02	107.150,02	100%	2.678,57	2,50%
2023	826.803,14	826.120,55	100%	2.232,14	0,27%
Promedio	253.222,11	253.085,59	100%	2.651,79	2,03%

La Parroquia Timbara, en su inversión anual en turismo respecto al Plan Anual de Compras (PAC), muestra variaciones significativas entre 2019 y 2023. En 2019, se destinó un 4,29% del presupuesto de inversión al turismo, pero esta cifra disminuyó drásticamente en 2020 a solo el 0,54%. Aunque hubo un ligero aumento en 2021 y 2022, con un 2,53% y 2,50% respectivamente, en 2023 la inversión en turismo disminuyó nuevamente a un mínimo del 0,27%. En promedio, el turismo recibió el 2,03% del presupuesto de inversión durante estos años. Esta tendencia indica un enfoque fluctuante y generalmente decreciente en la inversión turística por parte del gobierno parroquial de Timbara.

### 6.3.4. *Árbol de problemas de la política pública en materia de turismo de la provincia de Zamora Chinchipe*

Centrando el análisis en los aspectos más destacados, se presenta el árbol de problemas de la política pública en materia de turismo de la provincia de Zamora Chinchipe.



**Figura 1.** Árbol de problemas

El árbol de problemas presentado en la imagen muestra un análisis de las deficiencias en la política pública de turismo en la provincia de Zamora Chinchipe. Aquí se desglosa el problema central, sus causas y consecuencias:

**Problema Central:** El problema central identificado es el "Insuficiente fortalecimiento del turismo como política pública local en la provincia de Zamora Chinchipe". Esto sugiere que las políticas y esfuerzos actuales no están logrando mejorar y desarrollar el sector turístico en la región de manera efectiva. La política pública no está cumpliendo con crear un entorno favorable para que el turismo prospere como una fuente importante de desarrollo económico y cultural.

**Causas:**

**Apoyo gubernamental limitado y desigual a los emprendimientos turísticos.**



**Causa 1.1: Percepción de indiferencia o baja prioridad del turismo por parte de las autoridades.** Esto implica que los líderes y responsables de tomar decisiones no reconocen el turismo como un área clave para el desarrollo, lo que resulta en falta de atención y recursos asignados al sector.

**Causa 1.2: Barreras administrativas y burocráticas que limitan o laceran viabilidad y expansión del turismo.** Las complicaciones en los procesos administrativos y la burocracia excesiva pueden desalentar la inversión en el sector turístico y complicar la operación y expansión de emprendimientos existentes.

**Inversión financiera inconsistente y a menudo inadecuada en el sector turístico por parte de los gobiernos locales.**

**Causa 2.1: Falta de una estrategia clara y sostenida de inversión en turismo.** Sin un plan claro, la inversión puede ser esporádica o mal dirigida, lo que no permite un crecimiento sostenido ni el aprovechamiento de las oportunidades a largo plazo.

**Causa 2.2: Asignación ineficiente de recursos que no corresponde con las necesidades y potencialidades turísticas de la región.** Esto indica que los recursos disponibles no se están utilizando de manera que maximicen el potencial turístico específico de Zamora Chinchipe, lo cual podría incluir su biodiversidad, cultura, y otros atractivos únicos.

**Consecuencias:**

**Reducida atracción de turistas nacionales e internacionales.** Como resultado de las políticas públicas deficientes y la falta de inversión, la región no logra atraer una cantidad significativa de turistas, lo cual limita el flujo de ingresos y el intercambio cultural.

**Subutilización de los recursos naturales y culturales como atractivos turísticos.** A pesar de tener recursos que podrían ser de gran interés turístico, estos no se están aprovechando adecuadamente para atraer visitantes y generar desarrollo.

**Baja generación de empleo y oportunidades económicas en el sector turístico.** El turismo tiene el potencial de generar empleos y fomentar el crecimiento de pequeñas y

medianas empresas; sin embargo, este potencial no se está realizando en Zamora Chinchipe.

**Insuficiente retorno de la inversión en infraestructura y servicios turísticos.** Las inversiones realizadas no están generando los beneficios esperados, lo que puede deberse a una planificación inadecuada o falta de promoción y servicios de calidad que satisfagan las expectativas de los turistas.

Este análisis enfatiza la necesidad de mejorar el apoyo gubernamental y la inversión en turismo, así como de eliminar barreras administrativas que impiden el crecimiento del sector. La falta de una estrategia coherente y una asignación eficiente de recursos son críticos para potenciar el turismo en la provincia, lo que a su vez podría mejorar la atracción turística, el empleo y el desarrollo económico regional.

## 7. Discusión

La discusión de la tesis representa el corazón del trabajo de investigación, donde se profundizan los hallazgos para posteriormente extraer las conclusiones significativas a partir de los datos y análisis previamente realizados.

En este contexto, se exploran los resultados de la investigación que tiene como objetivo determinar el comportamiento de la actividad turística en la provincia de Zamora Chinchipe, con un enfoque específico en el año 2023. A través de un análisis minucioso de los datos recopilados y su interpretación, esta discusión busca arrojar luz sobre las tendencias, factores influyentes y las posibles implicaciones para el desarrollo turístico en la región.

Constituye una fase crucial en el análisis de la política pública para el fortalecimiento de la actividad turística en la provincia de Zamora Chinchipe. Se busca no solo interpretar los hallazgos obtenidos, sino también enriquecerlos mediante la confrontación y el diálogo con el trabajo de otros autores en el campo.

En primer lugar, es importante destacar que los resultados de este estudio indican una tendencia significativa en el comportamiento de la actividad turística en la región durante el año 2023. Sin embargo, para comprender plenamente estos hallazgos, es esencial situarlos en el contexto de investigaciones previas y contrastarlos con otros estudios que aborden temáticas similares. Esto sugiere que la tendencia identificada en este estudio podría estar en consonancia con tendencias más amplias a nivel nacional.

Por otro lado, es crucial considerar los factores que influyen en la actividad turística local y cómo estos pueden afectar las políticas públicas diseñadas para su fortalecimiento. Al examinar el papel del gobierno local en el impulso del turismo, se hace evidente la necesidad de establecer estrategias que promuevan la colaboración interinstitucional y la participación comunitaria. Estos hallazgos respaldan la importancia de considerar enfoques inclusivos y participativos en la gestión del turismo a nivel local.

Asimismo, es fundamental abordar las posibles implicaciones de los resultados obtenidos para el desarrollo turístico sostenible en la región. La promoción de prácticas turísticas responsables y la conservación del patrimonio natural y cultural son aspectos cruciales que deben integrarse en las políticas públicas y estrategias de desarrollo turístico.

## 7.1. Objetivo Específico 1

### **Determinar el comportamiento de la actividad turística de la provincia de Zamora Chinchipe, con corte al año 2023.**

La encuesta realizada en la provincia de Zamora Chinchipe para determinar el comportamiento de la actividad turística proporciona información valiosa para comprender las dinámicas del turismo regional.

**Género.-** La tendencia observada en Zamora Chinchipe sobre la participación equitativa de géneros en el turismo, con una ligera preponderancia femenina, encuentra eco en la literatura que Mejía Vázquez et al. (2019) revisaron. El enfoque en las condiciones laborales y la equidad de género en el turismo refleja un campo de estudio en desarrollo que abarca desde la precarización laboral hasta el empoderamiento y participación de la mujer en el sector. Estos hallazgos subrayan la relevancia de seguir investigando las dinámicas de género en el turismo, no solo desde una perspectiva de igualdad de oportunidades sino también en la creación de experiencias turísticas inclusivas y equitativas.

**Edad.-** La concentración de turistas en el rango de edad de 35-44 años en Zamora Chinchipe refleja tendencias importantes en la preferencia de viajes post-pandemia. El documento de Castro y Coraisaca (2022) sugiere que la pandemia de COVID-19 ha modificado significativamente las preferencias turísticas, potencialmente afectando a los grupos de edad de manera diferente. Este análisis sugiere que los turistas de 35-44 años podrían estar buscando experiencias más seguras y adaptadas a las nuevas realidades del turismo, una tendencia que Zamora Chinchipe puede capitalizar para atraer a este segmento del mercado. La adaptabilidad y comprensión de estas preferencias cambiantes son cruciales para el desarrollo turístico sostenible en la era post-pandemia.

**Frecuencia de viajes.-** Suarez, S. (2023) en "Las Metaplataformas y el Turismo Emisivo" ofrece una perspectiva interesante sobre cómo las tecnologías digitales, específicamente las metaplataformas, están transformando la industria turística. Aunque el enfoque principal del estudio es sobre las metaplataformas, ofrece un marco relevante para discutir la tendencia observada en la provincia de Zamora Chinchipe respecto a la frecuencia de viajes y el uso del tiempo por parte de los turistas. La investigación puede implicar que

las plataformas digitales y la facilidad de acceso a la información turística influyen en cómo las personas planean sus viajes, incluyendo la decisión de realizar uno o dos viajes al año, reflejando posibles limitaciones de tiempo o presupuesto. Este contexto digital podría estar facilitando a los turistas la planificación y optimización de sus viajes, lo que resalta la importancia de considerar cómo las herramientas digitales pueden ser utilizadas para mejorar la experiencia turística y adaptar las ofertas a las necesidades de los viajeros.

**Motivo de viaje.-** Los motivos de viaje en Zamora Chinchipe destacan el interés por explorar culturas y lugares nuevos, además de la búsqueda de descanso. La Amazonía, como destino favorito, resalta por su belleza y diversidad cultural, señalando la importancia de promover y conservar estos atractivos. Araújo y Sevilha (2017) identifican motivaciones clave de los viajeros, como la búsqueda de autoconocimiento y aventuras, que coinciden con las preferencias en Zamora Chinchipe. Esta concordancia subraya la necesidad de comprender estas motivaciones para enriquecer la oferta turística y satisfacer las expectativas de los visitantes.

**Tipo de alojamiento preferido.-** El análisis de Quiñónez y Viscarra (2022) sobre las tendencias hoteleras de lujo y sus estrategias de promoción en Guayaquil proporciona insights valiosos para entender las preferencias de alojamiento en Zamora Chinchipe. El estudio destaca la importancia de la innovación tecnológica y la personalización del servicio como factores clave para mejorar la experiencia del huésped. Estas tendencias son relevantes para Zamora Chinchipe, sugiriendo que los alojamientos deben adaptarse a las expectativas modernas de los turistas, ofreciendo servicios personalizados y utilizando tecnología para mejorar la calidad del servicio. Este enfoque hacia la innovación y la personalización puede ayudar a la provincia a mejorar su oferta turística y satisfacer las necesidades de los visitantes de manera más efectiva.

**Comida y excursiones.-** La investigación "La cocina local de Sígig y el turismo gastronómico", de Fajardo (2021) explora cómo la gastronomía local puede convertirse en un motor de desarrollo turístico y económico. Este estudio resalta la importancia de promocionar la cocina local para atraer tanto a turistas nacionales como internacionales, subrayando la falta de difusión efectiva y la necesidad de estrategias de promoción digitales. En relación con Zamora Chinchipe, este análisis sugiere que potenciar la gastronomía local y organizar excursiones centradas en la experiencia culinaria pueden enriquecer la oferta turística, alineándose con las tendencias de turismo gastronómico y

cultural. Este enfoque no solo favorecería la economía local sino que también ofrecería una experiencia turística más auténtica y enriquecedora.

**Plataformas digitales.-** El estudio realizado por Romero (2021) sobre el "Marketing Digital para la Reactivación del Turismo en el Cantón Quero" destaca la importancia de las plataformas digitales en el turismo actual. Según el autor, las redes sociales y otras herramientas de marketing digital son cruciales para promover destinos turísticos, facilitando una comunicación directa con los potenciales visitantes y permitiendo una promoción efectiva de los atractivos turísticos. Este enfoque es particularmente relevante para Zamora Chinchipe, donde la planificación de viajes tiende a ser autónoma, resaltando la necesidad de plataformas digitales accesibles y eficaces para atraer turistas.

**Seguridad y COVID.-** Ortega (2022) en "Nuevas tendencias de consumo y el turismo rural en la comunidad Llangahua" examina cómo el turismo rural se ha convertido en una tendencia creciente como resultado de la pandemia de COVID-19. Destaca la importancia de adaptarse a las nuevas preferencias de seguridad y experiencias auténticas que buscan los turistas en ambientes rurales. Este enfoque hacia el turismo rural, que promueve el contacto con la naturaleza y la cultura local, puede ser relevante para Zamora Chinchipe al desarrollar estrategias de promoción que enfatizan la seguridad ciudadana y las experiencias únicas que ofrece el entorno natural y cultural de la provincia.

## **7.2. Objetivo Específico 2**

**Evaluar la percepción que tienen los actores vinculados a la actividad turística sobre la importancia que brindan los gobiernos locales al fortalecimiento del turismo como política pública local.**

La encuesta realizada a los actores turísticos en Zamora Chinchipe destaca una percepción variada respecto al apoyo de los gobiernos locales en el desarrollo turístico como política pública, pone en evidencia:

**Percepción del apoyo estatal para el emprendimiento turístico:** El estudio efectuado por Suarez (2022) sobre La Guajira, Colombia, contrasta con los hallazgos en Zamora Chinchipe, evidenciando la complejidad de implementar políticas públicas efectivas para el turismo sostenible. Mientras que en Zamora Chinchipe se percibe un apoyo estatal insuficiente, en La Guajira se observan avances hacia el turismo sostenible, aunque con

desafíos en la implementación. Este contraste subraya la necesidad de estrategias integrales y la participación de todos los actores para desarrollar el turismo sostenible como motor económico.

**Importancia que brinda el estado al turismo:** El análisis en "Importancia Estatal en el Desarrollo del Turismo" (Reyes, 2023) y el estudio sobre Zamora Chinchipe ilustran visiones complementarias sobre el rol del estado en el turismo. Mientras Reyes enfatiza la necesidad de políticas estatales que promuevan el desarrollo humano y sostenible a través del turismo, resaltando la importancia de la organización comunitaria, el estudio de Zamora Chinchipe revela deficiencias en el apoyo estatal percibido por los actores turísticos locales. Ambos subrayan la importancia crítica de un enfoque gubernamental integrado y comprometido con el desarrollo turístico, pero desde perspectivas distintas, destacando la brecha entre las políticas ideales y su percepción y efectividad en el terreno.

**Apoyo financiero estatal para la inversión turística:** La discusión entre los hallazgos de Zamora y la tesis de Ortega (2023) sobre el apoyo financiero estatal al turismo destaca una discrepancia entre la teoría y la práctica en la implementación de políticas de apoyo. Ortega subraya la importancia del financiamiento estatal para proyectos turísticos, especialmente eco-hoteles, y el potencial de entidades como BanEcuador y el Ministerio de Turismo para fomentar la inversión. Sin embargo, Zamora evidencia que la mayoría de los negocios turísticos no reciben este apoyo, con solo un 31% beneficiándose de financiamiento gubernamental, lo que sugiere limitaciones en la disponibilidad de recursos, criterios estrictos, o falta de conocimiento sobre estos programas. Esta situación refleja una brecha entre la existencia de políticas de apoyo y su eficacia real en el terreno, señalando la necesidad de mejorar la accesibilidad y la comunicación de los programas de apoyo para potenciar el desarrollo sostenible del sector turístico.

**Capacitación para el emprendimiento:** La discusión sobre la importancia de la capacitación para el turismo, comparando los resultados de Zamora con los de Fernández (2018), revela perspectivas complementarias sobre el impacto educativo en el sector. Mientras que la investigación sobre "Pequeños guías... grandes ciudadanos" en Puyo muestra un aumento significativo en la comprensión y valoración del turismo entre niños, evidenciando la efectividad de programas educativos desde temprana edad, los resultados de Zamora indican una participación activa del 67% de emprendedores turísticos en programas de capacitación gubernamentales. Esta participación sugiere una buena

recepción de las iniciativas de capacitación, aunque también resalta la necesidad de aumentar la difusión y accesibilidad de estos programas para incluir a un mayor número de emprendedores. Ambas investigaciones subrayan la importancia fundamental de la capacitación y educación en el fortalecimiento del sector turístico, desde la formación de una conciencia turística en la niñez hasta el desarrollo de habilidades empresariales en adultos, apuntando hacia una visión integral de educación continua como pilar para el desarrollo sostenible del turismo.

**Barreras para el emprendimiento turístico:** La discusión entre los resultados de Zamora y la investigación de Noboa (2022) sobre las barreras para el turismo revela desafíos similares pero en contextos diferentes. Mientras Noboa Abdo se enfoca en barreras dentro del turismo comunitario, como la baja participación y dependencia de patrocinios externos, Zamora destaca obstáculos más administrativos y estructurales enfrentados por emprendedores turísticos, incluyendo acceso vial deficiente y exceso de burocracia. Ambas investigaciones señalan la necesidad de una mayor coordinación y apoyo gubernamental, así como el desarrollo de políticas más efectivas que reconozcan y promuevan el potencial turístico local. Estos hallazgos subrayan la importancia de abordar tanto las barreras comunitarias como las administrativas para fomentar un desarrollo turístico sostenible y equitativo.

**Beneficios de estar regulados por MinTur:** La discusión sobre los beneficios de la regulación por el Ministerio de Turismo (Mintur) revela puntos de convergencia entre los resultados de Zamora y la investigación de Herrera (2020). Zamora resalta la percepción positiva de los emprendedores turísticos respecto a la mejora en la calidad de servicios, seguridad turística, y cumplimiento de estándares sanitarios como los principales beneficios de estar regulados por Mintur. A su vez, el Ministerio promueve activamente la regulación y registro de establecimientos turísticos, ofreciendo capacitación permanente y mejoras en la calidad de servicio como incentivos para la legalización. Esto complementa los hallazgos de Herrera, quien señala que, a pesar de los esfuerzos legislativos y de regulación para fortalecer el sector turístico, existen desafíos en la implementación y efectividad de estas políticas. La discusión subraya la importancia de una regulación efectiva que no solo fomente la legalización y el cumplimiento de estándares sino que también provea un marco para el desarrollo continuo de capacidades y la promoción internacional del turismo ecuatoriano.



### 7.3. Objetivo Específico 3

**Analizar las principales causas y posibles efectos que influyen en la política pública de la actividad turística en la provincia de Zamora Chinchipe, con el fin de hacer recomendaciones de política pública.**

#### *7.3.1. Ejercicio de las competencias turística por el gobierno provincial*

La evaluación del ejercicio de competencias turísticas por parte del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Provincial de Zamora Chinchipe revela un panorama diverso en términos de planificación, regulación y gestión turística. Analicemos detenidamente cada aspecto y luego los contrastaremos con las tesis mencionadas para una discusión más amplia y enriquecedora.

En cuanto a la planificación turística, se destaca que el GAD Provincial alcanza un 50% de ejecución. Esto sugiere que aunque se han desarrollado planes y proyectos turísticos a nivel provincial, no se ha logrado concretar un plan integral que aborde completamente las necesidades y el potencial turístico de la provincia. Esta situación resalta la importancia de una mayor coordinación y visión estratégica en la planificación turística a nivel provincial. Esta falta de un plan integral también se refleja en la tesis de Herrera (2020), quien analiza la gestión de políticas públicas de turismo en Ecuador. Aunque se observa un fortalecimiento institucional y actualización legislativa, las metas propuestas no se cumplen integralmente, lo que indica una brecha entre los objetivos planteados y los resultados obtenidos.

Por otro lado, la regulación muestra una notable deficiencia con un 0% de cumplimiento. La ausencia total de normativas y reglamentos específicos limita severamente la capacidad del GAD Provincial para establecer un marco regulador coherente y eficaz que guíe el desarrollo turístico en la provincia. Este hallazgo coincide con la tesis de Cedeño y Mendoza (2023), quienes proponen un plan de promoción turística en la provincia de Manabí. Parte fundamental de su propuesta implica la elaboración de estrategias de promoción que requieren un marco regulatorio claro y consistente para garantizar su efectividad.

En contraste, la gestión turística se destaca con un desempeño del 100%. Esto refleja un esfuerzo significativo por parte del GAD Provincial en promover el turismo a través de acciones de promoción, coordinación de actividades turísticas y soporte técnico a los prestadores de servicios turísticos. Sin embargo, se identifica una carencia en la realización de campañas de concienciación ciudadana sobre la importancia del turismo, lo que sugiere una oportunidad para fortalecer este aspecto y fomentar una mayor participación y aprecio por el turismo local.

Al contrastar estos resultados con las tesis presentadas, se evidencia la complejidad de implementar políticas públicas de turismo efectivas que armonicen los objetivos nacionales con las dinámicas locales y sectoriales, como señala María Johanna Herrera Camacho. Además, la integración de la historia local como componente esencial para desarrollar experiencias turísticas de calidad, propuesta por Curipallo (2022), podría ser una herramienta valiosa para enriquecer la gestión turística y promover un desarrollo más sostenible y auténtico. Por último, la propuesta de un plan de promoción turística integral, como la presentada por Cedeño y Mendoza (2023), destaca la necesidad de un marco regulatorio claro y estrategias coordinadas para impulsar el turismo a nivel provincial.

Los resultados del análisis del ejercicio de competencias turísticas por parte del GAD Provincial de Zamora Chinchipe subrayan la importancia de adoptar un enfoque más holístico y coordinado en la planificación, regulación y gestión turística a nivel provincial para maximizar el potencial de desarrollo turístico. La integración de la historia local, el fortalecimiento institucional y la elaboración de estrategias de promoción efectivas son elementos clave para alcanzar este objetivo.

### ***7.3.2. Ejercicio de las competencias turística por los gobiernos municipales***

La discusión sobre la ejecución de competencias turísticas por los GAD municipales de Zamora Chinchipe revela un panorama mixto en cuanto a la planificación, regulación, control y gestión del turismo. Esta variabilidad refleja la complejidad de adaptar las directrices nacionales, como la Resolución 0001-CNC-2016, a contextos locales diversos y con recursos variados. La comparación con las tesis seleccionadas proporciona un marco más amplio para entender estas dinámicas.

Sevilla (2017) discute cómo los cambios constitucionales y legislativos afectan la descentralización turística, sugiriendo que, a pesar de las reformas, la implementación práctica de convenios de descentralización enfrenta obstáculos. Esto se evidencia en la disparidad de resultados entre cantones como Yantzaza, que exhibe altas tasas de cumplimiento en todas las áreas, frente a El Pangui, con deficiencias notables en planificación. Esta diferencia puede atribuirse a la variabilidad en la interpretación de competencias y en la capacidad institucional para implementar estrategias efectivas de desarrollo turístico.

Prado (2016) subraya la importancia de acercar la gestión turística a las comunidades a través de unidades de turismo especializadas. Los resultados en Zamora Chinchipe indican que, aunque hay esfuerzos en gestión y regulación, la planificación integral sigue siendo un reto, lo que refleja la necesidad de estructuras dedicadas que puedan armonizar las directrices nacionales con las realidades locales.

Zambrano (2021) destaca el papel del marketing digital en la revitalización del turismo, una estrategia que podría beneficiar especialmente a cantones con bajos índices de gestión turística como Zamora. La promoción digital es una herramienta subutilizada que podría mejorar significativamente la visibilidad y el atractivo de los destinos menos desarrollados.

Abril y Tenecela (2022) argumentan que la participación del sector público es crucial para el desarrollo turístico sostenible, especialmente en comunidades rurales. Esto resalta la importancia de la regulación y el control para asegurar prácticas sostenibles, donde cantones como Nangaritza y Paquisha muestran un compromiso destacado con la regulación, pero otros como Yacuambi y Palanda enfrentan desafíos significativos.

En síntesis, la ejecución de competencias turísticas en Zamora Chinchipe es un reflejo de desafíos más amplios en la descentralización y gestión del turismo en Ecuador. La variabilidad entre cantones subraya la necesidad de una coordinación más efectiva entre el gobierno nacional y los municipales, así como de inversiones en capacitación, infraestructura y promoción. La implementación de recomendaciones de investigaciones como las discutidas podría ser un paso hacia la mejora de la gestión turística local, aprovechando al máximo las oportunidades de desarrollo sostenible y participativo en la región.

### ***7.3.3. Análisis a la inversión en materia turística por los niveles de gobierno local***

#### **En relación a la inversión por parte del GAD Provincial en turismo**

Para discutir los resultados sobre la inversión en turismo por el GAD Provincial de Zamora Chinchipe, es fundamental contrastar con los hallazgos de investigaciones anteriores como las de Sisalema Caguana y Martínez Naranjo (2017), y Rosales Picón (2021), quienes abordan la influencia de la inversión pública en turismo desde perspectivas tanto provincial como nacional en Ecuador.

La tendencia al alza en la inversión turística por el GAD Provincial refleja un compromiso con el desarrollo del turismo, similar a lo observado en Tungurahua por Sisalema Caguana y Martínez Naranjo (2017), quienes destacan la importancia de la inversión estatal en potenciar el sector turístico y su impacto en la economía y calidad de vida provincial. Sin embargo, el bajo porcentaje de inversión relativa al presupuesto total en Zamora Chinchipe sugiere una oportunidad para reevaluar la asignación de recursos hacia el turismo, resaltando la necesidad de una gestión más eficiente, tal como se identifica en Tungurahua.

Por otro lado, Rosales Picón (2021) analiza el impacto bidireccional del turismo en el crecimiento económico nacional, señalando que las inversiones y políticas públicas en turismo tienen un efecto positivo significativo. Este enfoque es aplicable al caso de Zamora Chinchipe, donde una mayor inversión y mejoras en la infraestructura turística podrían atraer a un segmento más amplio de turistas, generando beneficios económicos y sociales más extensos, en línea con los hallazgos a nivel nacional.

La comparación revela que, aunque Zamora Chinchipe muestra un compromiso con el desarrollo turístico, la proporción de la inversión frente al presupuesto total podría no ser suficiente para maximizar el potencial turístico de la provincia. Esto resuena con las conclusiones de ambos estudios, que enfatizan la necesidad de una mayor asignación de recursos y una gestión eficaz para impulsar el turismo como motor de crecimiento económico y desarrollo social.

La discusión subraya la importancia de integrar estrategias a nivel provincial que reflejen las buenas prácticas y lecciones aprendidas tanto de Tungurahua como a nivel nacional, considerando las particularidades de cada provincia. Aumentar la inversión en turismo,

mejorar la infraestructura y servicios, y adoptar una gestión eficiente podría no solo elevar el perfil turístico de Zamora Chinchipe sino también contribuir significativamente a su desarrollo económico y social.

### **En relación a la inversión por parte de los GAD Cantonales en turismo**

Para realizar una discusión que incorpore un análisis y contraste con las tesis mencionadas, primero hay que reconocer la diversidad de enfoques y resultados en la inversión turística a nivel de los GAD Cantonales analizados. Los patrones de inversión variados entre cantones como Zamora, Palanda, Chinchipe, Yacuambi, El Panguí, Yantzaza, Paquisha, Nangaritza, y Centinela del Cóndor reflejan distintos grados de compromiso y estrategias hacia el desarrollo turístico.

Esta variabilidad puede contrastarse con las propuestas y hallazgos de las tesis referenciadas. Por ejemplo, la tesis de Sono (2020) propone un modelo de gestión enfocado en el turismo sostenible, resaltando la importancia de una estrategia articulada y consistente, lo cual parece faltar en varios de los cantones estudiados, especialmente en Palanda y Nangaritza, donde la inversión es mínima o fluctuante. Por otro lado, Salvador (2016) enfatiza la necesidad de adaptar modelos de desarrollo turístico que consideren las realidades locales, un enfoque que podría beneficiar a cantones como Chinchipe y Yacuambi, donde la inversión en turismo ha sido inconsistente.

Aguilar (2015) subraya la necesidad de modernizar y optimizar los recursos informativos para promover un turismo más eficiente y sostenible, un aspecto crucial que los cantones con inversiones fluctuantes o mínimas podrían adoptar para mejorar la promoción turística y la experiencia del visitante. Maldonado (2008) y Cajas (2015) discuten la descentralización del turismo y la organización territorial respectivamente, sugiriendo que una gestión efectiva y la participación comunitaria son esenciales para el desarrollo turístico, principios aplicables a todos los cantones analizados para maximizar el potencial de sus inversiones.

La inversión en turismo a nivel municipal en Zamora Chinchipe presenta una compleja trama de desafíos y oportunidades. La adaptación de estrategias de gestión turística que consideren las particularidades de cada cantón, junto con una mayor inversión y desarrollo de infraestructuras y servicios turísticos, podría ser clave para impulsar el

desarrollo económico y social a través del turismo. La colaboración entre el gobierno central, municipal, y otros actores del sector turístico emerge como un factor crítico para el éxito de estas iniciativas, subrayando la importancia de una visión a largo plazo y el compromiso sostenido con el turismo como motor de desarrollo local.

### **En relación a la inversión por parte de los GAD Parroquiales en turismo**

La discusión sobre el impacto de las inversiones turísticas a nivel parroquial en los cantones de la provincia de Zamora Chinchipe revela una compleja interacción entre estrategias de desarrollo, compromiso comunitario y sostenibilidad económica. Al analizar los resultados obtenidos de las parroquias en Cantones como Centinela del Cóndor, Chinchipe, El Pangui, Nangaritza, Palanda, Paquisha, Yacuambi, Yantzaza y Zamora, se observa una variedad de enfoques y resultados en la inversión turística. Estos resultados contrastan y complementan las propuestas de desarrollo turístico presentadas en las tesis revisadas, ofreciendo un panorama más amplio sobre los desafíos y oportunidades del turismo a nivel local.

Por ejemplo, la inversión progresiva en Chito, en Chinchipe, que alcanzó un 43,40% en 2022, refleja un enfoque estratégico similar al propuesto por Poveda (2018), quien enfatiza la importancia de una planificación estratégica y la participación comunitaria para explotar el potencial turístico. Este enfoque estratégico es crucial para posicionar a las parroquias como destinos turísticos relevantes, alineándose con la visión de Faubla y Palacios (2015), quienes destacan la necesidad de desarrollar infraestructura y servicios turísticos basados en los recursos naturales y culturales locales.

Las variaciones en la inversión turística, como las observadas en El Guismi y Pachicutza en El Pangui, sugieren la búsqueda de un equilibrio en la inversión turística que resuena con la propuesta de Visuma (2015) sobre la mejora de la infraestructura turística y la promoción de la sostenibilidad ambiental. Además, la coherencia en la inversión turística en las parroquias del cantón Nangaritza refleja una integración de la estrategia de desarrollo turístico en el plan de desarrollo parroquial, lo que corrobora la importancia de un modelo de gestión turística adaptativo y participativo como el propuesto por Ludeña Carrión y Sanmartín Alvarado.

La intermitencia en la inversión turística en parroquias como Bellavista y Nuevo Quito en Paquisha, así como la inversión destacada seguida de una disminución en El Porvenir del Carmen en Palanda, resalta los desafíos en la sostenibilidad y la necesidad de estrategias de inversión a largo plazo. Esto se alinea con la investigación de Gavilanes Paredes (2016), quien enfatiza la importancia de la organización comunitaria para incrementar la demanda turística y asegurar el desarrollo económico local.

El creciente compromiso con el turismo en La Paz y Tutupali en Yacuambi, y las inversiones constantes en Chicaña y Los Encuentros en Yantzaza, demuestran un reconocimiento creciente de la importancia del turismo. Esto se complementa con el estudio de Rodríguez Hidalgo y Sandoval Suárez (2022), que sugiere que mejorar la infraestructura turística y la capacitación en servicios turísticos podría mejorar significativamente el desarrollo local.

En definitiva, la inversión turística a nivel parroquial en Zamora Chinchipe refleja una diversidad de estrategias y resultados. La comparación con las propuestas de desarrollo turístico de las tesis revisadas sugiere que el éxito en el turismo local depende de la planificación estratégica, la participación comunitaria, la sostenibilidad económica y ambiental, y una gestión turística adaptativa y participativa. Estos elementos son fundamentales para maximizar el potencial turístico de las parroquias, promoviendo el desarrollo económico y mejorando la calidad de vida de sus habitantes.

Los resultados de las encuestas y el análisis de la inversión en turismo revelan una situación donde la política pública en materia de turismo en Zamora Chinchipe enfrenta desafíos significativos. El apoyo gubernamental parece ser limitado y no homogéneo, lo que se refleja en la percepción de los actores turísticos y la inconstancia en la inversión financiera. Además, se observa una falta de estrategias de inversión clara y sostenida que se alinee con las necesidades reales del sector turístico y que pueda aprovechar de manera efectiva los recursos naturales y culturales de la región.

## 8. Conclusiones

Se presenta una conclusión para cada objetivo analizado

### **Objetivo Específico 1: Determinar el comportamiento de la actividad turística de la provincia de Zamora Chinchipe, con corte al año 2023.**

La investigación subraya la atracción de turistas hacia Zamora Chinchipe por su cultura y entornos de relajación, con una preferencia marcada hacia la Amazonía y opciones de alojamiento económico. Destaca la seguridad como un aspecto fundamental, señalando la necesidad de mejorar infraestructura y servicios turísticos. La pandemia ha enfatizado la importancia de la adaptabilidad y la innovación en el sector, promoviendo prácticas y protocolos sanitarios que aseguren la continuidad del turismo. Este estudio evidencia el potencial de la región para brindar experiencias culturales auténticas y seguras, esenciales para un desarrollo turístico sostenible.

### **Objetivo Específico 2: Evaluar la percepción que tienen los actores vinculados a la actividad turística sobre la importancia que brindan los gobiernos locales al fortalecimiento del turismo como política pública local.**

La investigación sobre el turismo en Zamora Chinchipe revela una percepción crítica hacia el apoyo de gobiernos locales, destacando la falta de recursos y apoyo financiero adecuado para emprendimientos turísticos. Se señalan barreras administrativas y de promoción como obstáculos significativos, junto con una valoración positiva de los programas de capacitación y asesoría. Sin embargo, la regulación existente y los beneficios propuestos no se traducen en mejoras tangibles para el sector, evidenciando una desconexión entre las políticas públicas y su impacto real en el desarrollo turístico sostenible de la región. Este escenario subraya la necesidad de un compromiso más fuerte y acciones concretas por parte de las autoridades para fortalecer el turismo en Zamora Chinchipe, fomentando una colaboración efectiva entre el sector público, privado y la sociedad civil para impulsar el crecimiento del turismo.

### **Objetivo Específico 3: Analizar las principales causas y posibles efectos que influyen en la política pública de la actividad turística en la provincia de Zamora Chinchipe, con el fin de hacer recomendaciones de política pública.**



La investigación destaca la variabilidad en la gestión turística en Zamora Chinchipe, revelando una efectividad desigual de políticas públicas a nivel cantonal y provincial. Resalta la necesidad de un enfoque más estratégico e integrado, con énfasis en aumentar la inversión y mejorar la planificación para promover el desarrollo turístico sostenible. Se identifican barreras administrativas y la necesidad de mayor coordinación intergubernamental como desafíos clave. Por otro lado, la inversión en turismo muestra una heterogeneidad marcada por los distintos niveles de gobierno, con algunos cantones y parroquias invirtiendo significativamente, mientras que otros muestran esfuerzos mínimos o inconsistentes. Esta disparidad sugiere una percepción variada del valor del turismo y destaca la importancia de una estrategia cohesiva y recursos adecuados para capitalizar plenamente el potencial turístico de la región.

Con respecto al árbol de problemas, es fundamental que los gobiernos locales y provinciales de Zamora Chinchipe adopten un enfoque más integrado y estratégico hacia el turismo. Esto incluiría la implementación de políticas públicas coherentes y de largo plazo que fomenten una mayor inversión y mejor planificación en el sector turístico, así como la eliminación de barreras administrativas y la promoción de una mayor coordinación entre los diferentes niveles de gobierno.

## 9. Recomendaciones

### **Objetivo Específico 1: Determinar el comportamiento de la actividad turística de la provincia de Zamora Chinchipe, con corte al año 2023.**

Es imperativo que las estrategias de desarrollo turístico de la provincia de Zamora Chinchipe se alineen con las preferencias y comportamientos identificados, poniendo especial énfasis en mejorar la calidad y la seguridad de los servicios turísticos. Deben adoptarse medidas para promover y facilitar el turismo cultural y de naturaleza, y se debe potenciar el uso de plataformas digitales para la planificación autónoma de viajes. Además, es crucial desarrollar una estrategia de turismo resiliente que permita una rápida adaptación a crisis como la pandemia.

### **Objetivo Específico 2: Evaluar la percepción que tienen los actores vinculados a la actividad turística sobre la importancia que brindan los gobiernos locales al fortalecimiento del turismo como política pública local.**

Los gobiernos locales deben fortalecer su compromiso con el turismo, no solo a través de la capacitación y asesoría, sino también mediante un apoyo financiero tangible y eficaz. Es esencial abordar las barreras identificadas, mejorar la promoción y la visibilidad del turismo, y fomentar una mayor colaboración con los actores del sector para desarrollar una política pública de turismo que sea más inclusiva, efectiva y alineada con las necesidades y realidades locales.

### **Objetivo Específico 3: Analizar las principales causas y posibles efectos que influyen en la política pública de la actividad turística en la provincia de Zamora Chinchipe, con el fin de hacer recomendaciones de política pública.**

Para los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) Municipales de Zamora Chinchipe, se recomienda una mejora en la coherencia y calidad de la planificación y regulación turística. Se enfatiza la importancia de establecer controles efectivos y mantener la promoción turística, junto con fomentar la colaboración intergubernamental para unificar la visión turística de la provincia.

Para el GAD Provincial de Zamora Chinchipe, es crucial abordar las deficiencias en planificación y regulación turística. Se sugiere formular un plan turístico que integre

necesidades cantonales y desarrollar ordenanzas para guiar el desarrollo turístico. La cooperación entre los GADs municipales y provincial es vital para una gestión turística efectiva.

En cuanto a la inversión turística, el gobierno provincial debe aumentar su presupuesto turístico para apoyar el desarrollo sostenible. Los GAD Municipales deben implementar planes estratégicos de turismo que incluyan estudios de mercado y promoción de destinos, mientras que los GADs parroquiales deberían colaborar con el provincial para desarrollar planes que reflejen las particularidades de cada parroquia, fomentando prácticas turísticas sostenibles y responsables.

Con respecto al árbol de problemas, se recomienda la creación de un marco de política pública cohesivo que involucre a todos los actores relevantes del turismo y que esté orientado hacia el desarrollo sostenible del sector. Esto implicaría un aumento y estabilización de la inversión en turismo, una mayor facilidad y transparencia en los procesos administrativos y una planificación estratégica que incorpore la participación comunitaria y el respeto por los recursos naturales y culturales. Además, es crucial establecer mecanismos de seguimiento y evaluación que permitan ajustar las políticas y estrategias en función de los resultados obtenidos y las condiciones cambiantes.

## 10. Bibliografía

- Abril, E. (2022). *Turismo Sostenible en la Reserva Ecológica Los Ilinizas Sector Jataló - Quilotoa*. Universidad Técnica de Ambato.
- Abril, P., & Tenecela, J. (2022). *Análisis turístico de los factores que influyen en el desarrollo sostenible de la comunidad Miguir Azuay Ecuador*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Aguilar, V. (2015). *Los Recursos Informativos empleados para la orientación del Turista Nacional y Extranjero por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Baños de Agua Santa*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Alcívar, G., & Basurto, M. (2019). *Evaluación de Políticas Públicas del Plan Nacional del Buen Vivir dirigidas a las Organizaciones Agroproductivas Solidarias de la Zona 4*. Calceta: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí.
- Araújo, G., & Sevilha, M. (2017). *Los viajeros y sus motivaciones: Un estudio exploratorio sobre quienes aman viajar*. Estudios y Perspectivas en Turismo.
- Arce, R., Suarez, E., Solis, E., & Argudo, N. (2020). *Análisis de los productos turísticos: caso Península de Santa Elena, Ecuador*. Universidad Espíritu Santo.
- Asadobay, A. (2020). *Gestión del turismo rural como alternativa de desarrollo sostenible local en el Cantón Santiago de Pillaro, Provincia de Tungurahua*. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil .
- Asamblea Nacional. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización*. Quito.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Quito.
- Babii, A., & Nadeem, S. (26 de 02 de 2021). *El turismo en el mundo tras la pandemia*. Obtenido de Fondo Monetario Internacional: <https://www.imf.org/es/News/Articles/2021/02/24/na022521-how-to-save-travel-and-tourism-in-a-post-pandemic-world>
- Bastidas, C., Burbano, A., & Ortiz, S. (2017). *Balance de la descentralización en el Ecuador: 1998-2016*. Quito: GIZ.
- BCE. (12 de 05 de 2021). *LA PANDEMIA POR EL COVID-19 GENERÓ UNA CAÍDA EN EL PIB DE 6,4% DE MARZO A DICIEMBRE DE 2020*. Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/index.php/boletines-de-prensa-archivo/item/1427-la-pandemia-por-el-covid-19-genero-una-caida-en-el-pib-de-6-4-de-marzo-a-diciembre-de-2020>
- Benalcázar, J. C. (2010). Comentarios sobre la facultad normativa de los gobiernos autónomos descentralizados. *FORO, Revista de Derecho*.
- Blandón Ramíre, D. (12 de 09 de 2020). *Lo que la pandemia se llevó: ¿cómo ha cambiado la economía mundial en seis meses?* Obtenido de France.24: <https://www.france24.com/es/econom%C3%ADa-y-tecnolog%C3%ADa/20200912-lo-que-la-pandemia-se-llev%C3%B3-c%C3%B3mo-ha-cambiado-la-econom%C3%ADa-mundial-en-seis-meses>

- Borja González, D. (2017). *Evaluación de la política pública de fomento productivo en el cultivo de cacao en Chakra en la reserva de Biósfera Sumaco*. Quito: Flacso Ecuador. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/13044>
- Buckley, R. (2004). *Environmental impacts of ecotourism*. CABI.
- Cajas, P. (2015). *El Turismo como Alternativa para el Desarrollo Local. Organización y Ordenamiento Territorial del Turismo en la Parroquia de San Antonio de Pichincha*. Quito: FLACSO Ecuador.
- Catsro, J., & Coraizaca, C. (2022). Análisis comparativo de las preferencias del turista que visita la ciudad de Cuenca antes de la COVID-19 y durante el escenario de reactivación turística. Universidad de Cuenca.
- Cedeño, K., & Mendoza, E. (2023). *Plan de Promoción Turística para Dinamizar el Turismo Interno en la Provincia de Manabí*. Calceta: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.
- Ceupe. (2019). *¿Qué es el turismo?* Obtenido de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-el-turismo.html>
- CNC. (2016). *Resolución Nro. 001-CNC-2016*. Quito: Consejo Nacional de Competencias.
- Comisión de Gobiernos Locales. (27 de 08 de 2003). *Gobiernos Locales*. Obtenido de <https://www2.congreso.gob.pe/Sicr/ApoyComisiones/planestrabajo20012006.nsf/359dc06dcd31719605257370007b0ffc/727593741b715a1105256dc000576532?OpenDocument#:~:text=Los%20Gobiernos%20Locales%20son%20entidades,del%20gobierno%20local%2C%20el%20territorio%2C>
- Congreso Nacional. (2022). *Ley de Turismo*. Quito.
- Costa, M., Blacio, B., & Maldonado, J. (2022). Indicios sobre el estado situacional de la descentralización en Ecuador. *SciELO, Revista Derecho del Estado*(51).
- Curipallo, E. (2022). *Historia y Experiencia Turística en el Cantón Patate*". Trabajo de investigación previo a la obtención del título de Licenciado en Turismo. Ambato: Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, Carrera de Turismo.
- Fajardo, T. (2021). *La cocina local de Sigsig y el turismo gastronómico*. Universidad Técnica de Ambato.
- Faubla, M., & Palacios, J. (2015). *Plan de Desarrollo que Promueva el Turismo en la Parroquia San Isidro Cantón Sucre*. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí Manuel Félix López.
- Fernandez, K. (2021). *Evaluación de las Políticas Públicas de Adaptación al Cambio Climático en Chile*. Santiago: Universidad de Chile.
- Fernández, S. (2018). *Programa de cultura turística infantil dirigido a los niños entre 9 y 11 años de las instituciones educativas, nivel básica media, de la ciudad de Puyo*. Puyo: Universidad Estatal Amazónica.
- Fuentes, T. S. (2017). *Derecho Administrativo, Quinto semestre*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.

- Garrido, C. (07 de 10 de 2020). *Beneficios del turismo para el país*. Obtenido de Universidad Internacional del Ecuador: <https://www.uide.edu.ec/beneficios-del-turismo-para-el-pais/>
- Gavilanez, M. (2016). *La organización comunitaria y su incidencia en el incremento de la demanda turística de la Feria Parroquial de Salasaca en el Cantón Pelileo, Provincia de Tungurahua*. Universidad Técnica de Ambato.
- Goodwin, H. (2002). *Local governance and sustainable tourism: Strategies for promoting rural tourism and preserving the rural way of life*. Tourism Management.
- Herrera Camacho, M. (2020). *Análisis de las políticas públicas de turismo en Ecuador*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Herrera, M. (2020). *Análisis de las políticas públicas de turismo en Ecuador periodo 2009-2013*. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Herrera, M. (2020). *Análisis de las políticas públicas de turismo en Ecuador periodo 2009-2013*. Quito: Maestría en Relaciones Internacionales, Mención en Cooperación Internacional para el Desarrollo, Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- Jafari, J. (2001). *The Scientification of Tourism*. The Routledge Handbook of Transport Economics,.
- Lahera, E. (2004). *Política y políticas públicas*. CEPAL. Obtenido de <http://repositorio.cepal.org/handle/11362/6085>
- Lambogglia, J. (2014). *Análisis del turismo y su importancia en el crecimiento económico en América Latina: El caso del Ecuador*. Flacso.
- Larrea Gualpa, C. (2017). *Políticas públicas de evaluación y acreditación en la universidad ecuatoriana : el caso de la Universidad Nacional de Chimborazo durante los períodos 2009 y 2013*. Buenos Aires: FLACSO. Sede Académica Argentina. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/10794>
- Lesá, C. (2021). *Evaluación de diseño de política pública aplicado al proyecto en contextos de encierro: 'Viajeras de la Vida'*. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Maldonado, G. (2008). *Descentralización del turismo en Ecuador: el caso de los municipios de Ibarra y Manta*. Quito: FLACSO Ecuador.
- Medina Zambrano, G., & Párraga Vera, M. (2019). *Evaluación del impacto de las políticas públicas del buen vivir en organizaciones agroproductivas solidarias de los cantones Jipijapa y Puerto López*. Calceta: Escuela Superior Politécnica Agropecuaria Manuel Félix López. Obtenido de <https://repositorio.esпам.edu.ec/handle/42000/1015>
- Mejía, R., Serrano, R., Osorio, R., & Favila, M. (2019). *Turismo y Género: Una Aproximación al Estado de Conocimiento*. Revista de Investigaciones Turísticas.
- Ministerio de Turismo. (28 de 07 de 2022). *REACTIVACIÓN ECONÓMICA: EL TURISMO DEJA CIFRAS POSITIVAS EN LO QUE VA DE 2022*. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/reactivacion-economica-el-turismo-deja-cifras-positivas-en-lo-que-va-de-2022/>

- MinTur. (28 de 07 de 2022). Reactivación económica: El turismo deja cifras positivas en lo que va de 2022. Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/reactivacion-economica-el-turismo-deja-cifras-positivas-en-lo-que-va-de-2022/>
- Mowforth, M., & Munt, I. (1998). *Tourism and Sustainability: New Tourism in the Third World*. Routledge.
- Narváz Jácome, J. (2015). *Evaluación de las políticas públicas para la inserción laboral de las personas con discapacidad en el Ecuador para el período 2000-2012*. Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Obtenido de <http://repositorio.puce.edu.ec/handle/22000/10518>
- Navarrete, B., & Higuera, V. (2014). Chile desde la Teoría secuencial de la descentralización, 1990-2010. *Convergencia*, 21(66).
- Noboa, L. (2022). *Retos del turismo comunitario como una alternativa local frente al modelo de turismo neoliberal globalizado*. Universidad Andina Simón Bolívar, Sede Ecuador.
- OMT. (2008). *Glosario de términos de turismo*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Ordoñez, M. (2001). *El turismo en la economía ecuatoriana: la situación laboral desde una perspectiva de género*. Santiago, Chile: Proyecto CEPAL-GTZ.
- Organización Mundial del Turismo. (25 de 01 de 2022). *EL TURISMO TOMA MEDIDAS PARA REABRIR*. Obtenido de Reiniciar el turismo: <https://www.unwto.org/es/reiniciar-el-turismo>
- Ortega, B. (2023). *Estudio Económico Eco-Hotel*. La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena.
- Ortega, k. (2022). *Nuevas tendencias de consumo y el turismo rural en la comunidad Llangahua*. Universidad Técnica de Ambato.
- Ortegón, E. (2008). *Guía sobre diseño y gestión de la política pública*. Bogotá: Organización del Convenio Andrés Bello, Colciencias, Instituto de Estudios Latinoamericanos.
- Picard, M. (1992). *Cultural tourism and the nexus of commerce and culture: Local traditions and national heritage*. Cultural Studies.
- Pico, D., & Espinoza, E. (2023). *Gobernanza del turismo como política pública para el desarrollo socioeconómico como una oportunidad para la sostenibilidad local*. Digital Publisher.
- Piguave, C., & Gallardo, D. (2020). *El Método Bardach para la formulación de políticas públicas en turismo sustentable en Ecuador*. Revista Científica.
- Poveda, K. (2018). *Plan de Desarrollo Turístico para la Parroquia San José de Payamino, Cantón Loreto, Provincia de Orellana*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Prado, M. (2016). *Guía para la Implementación de las Unidades de Turismo en los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales: Caso de estudio de Buena Fe Provincia de Los Ríos*. Cuenca: Universidad del Azuay.

- Proaño, W., Ramírez, J., & Pérez, I. (2019). *Evaluación del turismo sostenible a partir de criterio de expertos en las costas de Manabí, Ecuador*. Instituto de Información Científica y Tecnológica.
- Proaño, Y., Viteri, M., Torres, C., & Chisag, X. (2023). *La evaluación y el turismo sostenible, caso de estudio*. Conciencia digital. Obtenido de [www.concienciadigital.org](http://www.concienciadigital.org)
- Quiñones, E., & Viscarra, D. (2022). *Análisis de las principales tendencias hoteleras de categoría de lujo. Propuesta de estrategias de promoción para el sector hotelero de Guayaquil*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Ramón Ramos, D. (2020). *Estudio del sistema de gobernanza turística del cantón El Empalme como instrumento de gestión en el diseño de prácticas de turismo sostenible*. Guayaquil: Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil.
- Reyes, M. (2023). *urismo y Desarrollo: Análisis de un caso en Colombia y un caso en Ecuador desde la perspectiva de capacidades funcionamientos y oportunidades del enfoque de desarrollo humano*. Colombia: Maestría en Desarrollo Humano.
- Rodriguez, K., & Sandoval, S. (2022). *Estudio del potencial turístico de la parroquia Pacto del cantón Quito como elemento dinamizador del Desarrollo Local*. Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE.
- Roldan, D. (2021). *Evaluación de impacto de políticas públicas del Sumak Kawsay en Ecuador*. Universidad de Alicante.
- Romero, K. (2021). *Marketing Digital para la Reactivación del Turismo en el Cantón Quero*. Universidad Técnica de Ambato.
- Ruiz, Y. (2019). *Evaluación de la Política Pública Intergeneracional de Juventud del Meta en el periodo 2010 - 2016*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.
- Salvador, V. (2016). *Política pública enfocada al sector turístico: lecciones aprendidas aplicables al Ecuador*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Sauliere, S. (2009). *La Constitución Ecuatoriana del 2008: Resultados e Innovaciones*. Francia: Institut de recherche et débat sur la gouvernance.
- Schenkel, E. (2019). Turismo y política turística. Un análisis teórico desde la ciencia política. *Reflexiones*, 98(2).
- Secretaría de Asuntos Políticos. (2008). *La Descentralización y los desafíos para la gobernabilidad democrática*. OAS.
- Serrano, C., & Acosta, P. (2011). *El proceso de descentralización en el Ecuador*. Centro Latinoamericano para el Desarrollo Rural.
- Sevilla, S. (2017). *Implicaciones del cambio de modelo Constitucional en la aplicabilidad de los convenios de descentralización en el sector turístico*. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar.
- Silva, I. (2003). *Metología para la elaboración de estrategias de desarrollo local*. Instituto Latinoamericano y del Caribe de Planificación Económica y Social (ILPES).



- Sono, M. (2020). *Modelo de Gestión Municipal para el Desarrollo del Turismo Sostenible en el Distrito de Motupe*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Statista. (13 de 06 de 2023). *Producto Interior Bruto (PIB) global a precios corrientes de 2010 a 2028*. Obtenido de <https://es.statista.com/estadisticas/600303/producto-interior-bruto-pib-mundial/#:~:text=En%202022%2C%20el%20producto%20interno,billones%20con%20r%20respecto%20a%202021.>
- Suarez, A. (2022). *Análisis de las percepciones de los empresarios para potenciar el turismo sostenible como alternativa de desarrollo económico en el departamento de La Guajira*. Bogotá: Trabajo de Maestría.
- Suarez, S. (2023). *Las Metaplataformas y el Turismo Emisivo*. Universidad Técnica de Ambato.
- Villacreses, C. (2019). *Evaluación de indicadores sintéticos de desarrollo sostenible para destinos turísticos consolidados caso Mindo (PICHINCHA ECUADOR)*. Universidad Central del Ecuador.
- Visuma, Y. (2015). *Plan de Desarrollo Turístico en la Parroquia Shell, Cantón Mera, Provincia de Pastaza*. Puyo: Universidad Estatal Amazónica.
- Zambrano, B. (2021). *Marketing Digital para la Reactivación del Turismo en el Cantón Cevallos*. Ambato: Universidad Técnica de Ambato.
- Zeithaml, V. (1996). *he Behavior Consequences of Service Quality*. Journal of Marketing.
- Zuñiga, A., Gomez, J., Ríos, J., & Vargas, L. (2023). *Innovación y políticas públicas como factores para promover el desarrollo de organizaciones de turismo en Colombia*. Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía.

## 11. Anexos

### Anexo 1. Encuesta aplicada a turistas



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
MAESTRÍA EN POLÍTICAS PÚBLICAS

#### “EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LOS DIFERENTES NIVELES DE GOBIERNO LOCAL, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”

##### Encuesta sobre el Comportamiento de la Actividad Turística

###### Pregunta 1: Género

- Masculino
- Femenino
- No binario
- Prefiero no decirlo

###### Pregunta 2: Edad

- Menos de 18 años
- 18-24 años
- 25-34 años
- 35-44 años
- 45-54 años
- 55-64 años
- 65 años o más

###### Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia viajas con fines turísticos en un año?

- Menos de una vez al año.
- De 1 a 2 veces al año.
- De 3 a 5 veces al año.
- Más de 5 veces al año.

###### Pregunta 4: ¿Cuál es tu principal motivo para viajar?

- Descanso y relajación.
- Explorar nuevos lugares y culturas.
- Visitar amigos o familiares.
- Participar en actividades deportivas o de aventura.
- Otro (especifica):

###### Pregunta 5: ¿Cuál es tu destino turístico preferido? (Puedes mencionar más de uno)

---

---

###### Pregunta 6: ¿Qué tipo de alojamiento prefieres durante tus viajes?

- Hotel de lujo.
- Hotel económico.
- Hostal o albergue.
- Airbnb u otro alquiler vacacional.
- Camping.
- Otro (especifica):

**Pregunta 7:** ¿Qué actividades turísticas sueles disfrutar durante tus viajes? (Selecciona todas las que correspondan)

- Visitar museos y galerías.
- Hacer excursiones en la naturaleza.
- Degustar la comida local.
- Practicar deportes acuáticos.
- Comprar souvenirs y recuerdos.
- Participar en festivales locales.
- Otro (especifica):

**Pregunta 8:** ¿Cómo planificas tus viajes?

- Por cuenta propia (sin agencia de viajes).
- A través de una agencia de viajes.
- Utilizando sitios web de reservas en línea (como Booking, Airbnb, etc.).
- Con la ayuda de aplicaciones móviles de viajes.
- Otro (especifica):

**Pregunta 9:** ¿Cuál crees que es el factor más importante que influye en la elección de tu destino turístico?

- Costo del viaje.
- Atracciones turísticas y actividades disponibles.
- Seguridad del destino.
- Recomendaciones de amigos o familiares.
- Experiencias previas en el destino.
- Otro (especifica):

**Pregunta 10:** ¿Has modificado tus planes de viaje debido a la pandemia de COVID-19?

- Sí, he cancelado o pospuesto mis viajes.
- Sí, he cambiado mis destinos o actividades planificadas.
- No, mis planes de viaje no se han visto afectados por la pandemia.

¡Agradecemos tu participación en nuestra encuesta! Tus respuestas nos ayudarán a comprender mejor el comportamiento de la actividad turística.

## Anexo 2. Encuesta aplicada a emprendedores turísticos

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
MAESTRÍA EN POLÍTICAS PÚBLICAS



### “EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LOS DIFERENTES NIVELES DE GOBIERNO LOCAL, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”

#### Encuesta sobre el Apoyo de los Gobiernos Locales a Emprendedores Turísticos

**Pregunta 1:** Nombre de tu negocio turístico (opcional):

\_\_\_\_\_

**Pregunta 2:** ¿Cuál es tu ubicación geográfica o destino turístico?

\_\_\_\_\_

Longitud (X) \_\_\_\_\_ latitud (Y)= \_\_\_\_\_

**Pregunta 3: Género**

- Masculino
- Femenino
- No binario
- Prefiero no decirlo

**Pregunta 4: Edad (ingresar la edad en número) \_\_\_\_\_**

**Pregunta 5:** En una escala del 1 al 5, ¿Cuál es su percepción acerca de los gobiernos locales para incentivar el turismo local?

- 1 (Muy mala)
- 2 (Mala)
- 3 (Regular)
- 4 (Buena)
- 5 (Muy buena)

**Pregunta 6:** En una escala del 1 al 5, ¿Cuál es su percepción acerca de la importancia que brindan los gobiernos locales al fortalecimiento del turismo como política pública local?

- 1 (Muy mala)
- 2 (Mala)
- 3 (Regular)
- 4 (Buena)
- 5 (Muy buena)

**Pregunta 7:** ¿Cuántos años llevas operando tu negocio turístico?

- Menos de 1 año.
- 1-3 años.
- 4-6 años.
- Más de 6 años.

**Pregunta 8:** ¿Has recibido apoyo financiero directo por parte del gobierno local para tu negocio turístico en los últimos 2 años?

- Sí.
- No.

**Pregunta 9:** ¿Qué tipo de apoyo financiero has recibido? (Selecciona todas las que correspondan)

- Subvenciones o subsidios.
- Préstamos a bajo interés.
- Créditos fiscales o incentivos.
- Ninguno.
- Otro (especifica):

**Pregunta 10:** En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificarías el nivel de apoyo financiero que has recibido?

- 1 (Muy insatisfactorio)
- 2 (Insatisfactorio)
- 3 (Neutral)
- 4 (Satisfactorio)
- 5 (Muy satisfactorio)

**Pregunta 11:** ¿Has participado en programas de capacitación o asesoría ofrecidos por el gobierno local para emprendedores turísticos?

- Sí.
- No.

**Pregunta 12:** En una escala del 1 al 5, ¿cómo calificarías la efectividad de los programas de capacitación o asesoría en el desarrollo de tu negocio?

- 1 (Muy inefectivo)
- 2 (Inefectivo)
- 3 (Neutral)
- 4 (Efectivo)
- 5 (Muy efectivo)

**Pregunta 13:** ¿Has experimentado barreras o desafíos al interactuar con el gobierno local en relación con tu negocio turístico? (Por favor, describe brevemente)

---

---

¡Agradecemos tu tiempo y tus respuestas! Tus comentarios serán valiosos para comprender mejor la percepción de los emprendedores turísticos sobre el apoyo gubernamental y para identificar áreas de mejora.

**Anexo 3. Encuesta para evaluar el nivel de ejecución de competencias turísticas por el nivel cantonal**

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
MAESTRÍA EN POLÍTICAS PÚBLICAS



**“EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LOS DIFERENTES NIVELES DE GOBIERNO LOCAL, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**

**Encuesta para evaluar el nivel de ejecución de Facultades y atribuciones asignadas a los gobiernos locales en materia de turismo en la Resolución No. 0001-CNC-2016**

Nivel de gobierno: **provincial (x)**

Proporciona la información: \_\_\_\_\_ cargo: \_\_\_\_\_

**LISTA DE CHEQUEO**

Facultad	Atribuciones	Total (si)	% Facultad
Planificación	Dispone planes, programas y proyectos turísticos de carácter provincial si ( ) No ( )		$\frac{\quad}{2} = \frac{\quad}{\quad}$
	Formuló el plan provincial de turismo. si ( ) No ( )		
Regulación	Dispone <b>ordenanza</b> para regular el desarrollo del sector turístico provincial, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados municipales. si ( ) No ( )		$\frac{\quad}{3} = \frac{\quad}{\quad}$
	Dispone <b>reglamentos</b> para regular el desarrollo del sector turístico provincial, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados municipales. si ( ) No ( )		
	Dispone <b>manuales/normas</b> para regular el desarrollo del sector turístico provincial, en coordinación con los gobiernos autónomos descentralizados municipales. si ( ) No ( )		
Gestión	Ejecuta acciones para promover las actividades turísticas si ( ) No ( )		$\frac{\quad}{10} = \frac{\quad}{\quad}$
	Coordina actividades derivadas de la planificación del sector turístico provincial si ( ) No ( )		
	Fomenta proyectos turísticos provinciales si ( ) No ( )		
	Difunde mensualmente información actualizada sobre eventos y actividades turísticas si ( ) No ( )		
	Elabora y difunde material promocional e informativo turístico provincial si ( ) No ( )		
	Otorga asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios turísticos si ( ) No ( )		
	Realiza y apoya ferias, muestras, exposiciones, congresos y demás actividades promocionales del turismo si ( ) No ( )		
	Impulsa campañas de concienciación ciudadana sobre el turismo si ( ) No ( )		
	Promueve el desarrollo de productos y destinos turísticos en el ámbito provincial si ( ) No ( )		
	Fomenta el turismo comunitario y aquel desarrollado por los actores de la economía popular y solidaria si ( ) No ( )		
Dota de facilidades en los sitios turísticos si ( ) No ( )			
	<b>GRAN TOTAL</b>		$\frac{\quad}{15} = \frac{\quad}{\quad}$

**Anexo 4.** Encuesta para evaluar el nivel de ejecución de competencias turísticas por el nivel provincial

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
FACULTAD JURÍDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
MAESTRÍA EN POLÍTICAS PÚBLICAS



**“EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA PÚBLICA PARA EL FORTALECIMIENTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN LOS DIFERENTES NIVELES DE GOBIERNO LOCAL, EN LA PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE”**

**Encuesta para evaluar el nivel de ejecución de Facultades y atribuciones asignadas a los gobiernos locales en materia de turismo en la Resolución No. 0001-CNC-2016**

Nivel de gobierno: **GAD Cantonal (X)**. Cantón: \_\_\_\_\_  
Proporciona la información: \_\_\_\_\_ cargo: \_\_\_\_\_

**LISTA DE CHEQUEO**

Facultad	Atribuciones	Total (si)	% Facultad
Planificación	Dispone planes, programas y proyectos turísticos de carácter cantonal si ( ) No ( )		$\frac{\quad}{2} = \frac{\quad}{\quad}$
	Formuló el plan cantonal de turismo. si ( ) No ( )		
Regulación	Dispone <b>ordenanza</b> para regular el desarrollo del sector turístico cantonal. si ( ) No ( )		$\frac{\quad}{4} = \frac{\quad}{\quad}$
	Dispone <b>Regulación</b> de horarios para el funcionamiento de establecimientos turísticos si ( ) No ( )		
	Dispone <b>Regulación</b> para el desarrollo del sector turístico si ( ) No ( )		
	Promueve la organización y asociatividad para el turismo comunitario si ( ) No ( )		
Control	Dispone mecanismos e instrumentos para controlar el cumplimiento de la normativa turística por los establecimientos si ( ) No ( )		$\frac{\quad}{6} = \frac{\quad}{\quad}$
	Controla la realización de actividades turísticas en áreas de conservación y uso sostenible si ( ) No ( )		
	Establece mecanismos de protección turística si ( ) No ( )		
	Otorga y renueva la licencia única anual de funcionamiento si ( ) No ( )		
	Controla y vigila la prestación de las actividades y servicios turísticos si ( ) No ( )		
	Aplica las sanciones correspondientes por el incumplimiento a la licencia si ( ) No ( )		
Gestión	Promociona la actividad turística si ( ) No ( )		$\frac{\quad}{7} = \frac{\quad}{\quad}$
	Mantiene actualizado el catastro de establecimientos si ( ) No ( )		
	Elabora y actualiza el inventario de atractivos turísticos si ( ) No ( )		
	Impulsa campañas de concienciación ciudadana en turismo si ( ) No ( )		
	Elabora y difunde material promocional e informativo si ( ) No ( )		
	Brinda asistencia técnica y capacitación a los prestadores de servicios si ( ) No ( )		
	Participa en la elaboración de las estadísticas de turismo cantonal si ( ) No ( )		