

Máster en Planificación y Gestión Sostenible del Turismo



Universidad de Jaén

Centro de Estudios de Postgrado

PRÁCTICAS PROFESIONALES EN LA UNIDAD DE CULTURA Y TURISMO DEL CANTÓN BIBLIÁN

Alumna: Daniela Tigre Amón

**Tutora: Prof. Inmaculada Concepción
Barroso**

Diciembre, 2023

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	6
CAPÍTULO I	7
INTRODUCCIÓN.....	7
1.1 Justificación y Oportunidades.....	7
1.2 Objetivos de las prácticas	8
1.2.1 Objetivo General:	8
1.2.2 Objetivos Específicos:	9
1.3 Métodos de trabajo y fuentes utilizadas	9
1.4 Estructura del Trabajo	9
CAPÍTULO II.....	11
2 FUNDAMENTOS TEÓRICOS, CONCEPTUALES Y METODOLÓGICOS	11
2.1 Turismo	11
2.2 Turismo sostenible.....	11
2.3 El turismo como medio de desarrollo	14
2.3.1 Desarrollo local y endógeno	14
2.3.2 Desarrollo económico.....	16
2.4 Gestión pública del turismo	17
2.5 Gobernanza Turística.....	18
2.6 Red de Actores Sociales	20
2.7 Cadena de valor del turismo	22
2.7.1 Primera etapa: Elección del valor	22
2.7.2 Segunda etapa: Comercialización del valor	24
2.7.3 Tercera etapa: Creación del valor	25
2.8 Calidad Turística	27
CAPÍTULO III	29
3 MARCO NORMATIVO	29
3.1 Competencias Turísticas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Ecuador	29
3.2 Ordenanza para la regulación de la actividad turística del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Biblián.....	30
3.3 Estructura y Funcionamiento de la Unidad de Cultura y Turismo del Cantón Biblián	32
CAPÍTULO IV	35
4 ANÁLISIS DEL SECTOR.....	35
4.1 Sector turístico a nivel mundial	35
4.2 Sector Turístico del Ecuador	40
4.3 Sector Turístico de Biblián	46

4.3.1	Demanda Turística.....	49
CAPITULO V		52
5	DESCRIPCIÓN Y RESULTADO DE LAS PRÁCTICAS	52
5.1	Atención al turista.....	52
5.2	Organización de rutas turísticas en colaboración con la Mancomunidad Cañari	53
5.3	Colaboración en eventos culturales del cantón Biblián.....	55
5.4	Actualización de material turístico promocional para la Oficina de Información Turística de Biblián (ITUR).....	57
5.5	Difusión de información entre servidores turísticos para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF).....	59
5.6	Gestión interinstitucional en materia de capacitaciones para servidores turísticos	60
5.7	Elaboración de matrices requeridas para la postulación al programa “Pueblos Mágicos” 61	
5.8	Colaboración en las visitas técnicas de turismo de la Asociación Fons Valencià	69
5.9	Resultados obtenidos	69
CAPITULO VI		71
6	CONCLUSIONES Y PROPUESTAS	71
BIBLIOGRAFÍA		76
ANEXOS		83
ANEXO 1. PROGRAMA DE MOVILIDAD “RECORRIENDO LOS CANTONES DE LA MANCOMUNIDAD DEL PUEBLO CAÑARI		83
ANEXO 2. CRONOGRAMA DE VISITAS DE TÉCNICOS DE FONTS VALENCIA		84

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Conceptualización del turismo sostenible	12
Figura 2 Cadena de valor del turismo	22
Figura 3 Oficina de Cultura y Turismo de Biblián	33
Figura 4 Jerarquía de procesos para la gestión turística del cantón Biblián	33
Figura 5 Llegadas internacionales de turistas por región en 2019	35
Figura 6 Crecimiento de llegadas internacionales en 2019, variación por región (%) ...	36
Figura 7 Impactos en el turismo internacional por crisis mundiales.....	37
Figura 8 Porcentajes de Recuperación de Arribos Internacionales en 2022	39
Figura 9 Llegada de turistas internacionales: Porcentaje de los niveles de 2019 recuperados en el primer trimestre de 2023.....	40
Figura 10 Llegadas Internacionales a Ecuador de 2015 a 2019.....	41
Figura 11 Llegadas Internacionales mensuales a Ecuador en 2020	42
Figura 12 Gasto Turístico Interno en 2019 y 2020	43
Figura 13 Llegadas Internacionales en 2021 y 2022.....	44
Figura 14 Análisis del Gasto Turístico Interno desde 2019	45
Figura 15 Mapa del Cantón Biblián	46
Figura 16 Santuario Virgen del Rocío	49
Figura 17 Ciudades de las que proviene el turista que visita Biblián	50
Figura 18 Estudiante prestando servicios de información turística.....	52
Figura 19 Material turístico promocional de Biblián	53
Figura 20 Chiva tipo tren dentro de las rutas turísticas académicas	54
Figura 21 Recorrido por corrales de la Granja Burgay	55
Figura 22 Evento de posesión de nuevas autoridades del Cantón Biblián.....	56
Figura 23 Grupo Folklórico en desfile cívico	56
Figura 24 Mapa Turístico de Biblián actualizado	57
Figura 25 Folleto de Catastro Turístico de Biblián actualizado.....	58
Figura 26 Folleto de Rutas y Gastronomía actualizado	59
Figura 27 Visita técnica a operadora de turismo concerniente a la LUAF	60
Figura 28 Capacitación sobre uso de herramientas online para ventas.....	61
Figura 29 Polígono Turístico	63
Figura 30 Primera matriz	64
Figura 31 Segunda matriz	64

Figura 32 Tercera matriz	65
Figura 33 Cuarta matriz, ejemplo Ruta de los Quesos	66
Figura 34 Quinta matriz	66
Figura 35 Sexta matriz	67
Figura 36 Séptima matriz	67
Figura 37 Octava matriz.....	68
Figura 38 Novena matriz.....	68
Figura 39 Reunión con técnico de la Asociación Fons Valencià.....	69

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Cifras turísticas pre y post pandémicas	38
Tabla 2 Atractivos Turístico de Biblián	48

RESUMEN

El presente trabajo tiene como objeto de tratamiento la gestión turística pública a partir de las prácticas profesionales realizadas en la Unidad de Cultura y Turismo del cantón Biblián, localizado en la provincia del Cañar en Ecuador. A lo largo de este documento se recogen algunos de los principales temas abordados durante el periodo de estudio del Máster y que tienen relación con el tipo de prácticas elegido. Además, se presenta un análisis situacional en torno al turismo de Biblián desde la óptica gubernamental, haciendo énfasis en que este destino se encuentra en fase de implementación respecto a las competencias administrativas. De igual manera, se detallan las actividades que fueron ejecutadas, las herramientas empleadas y los resultados obtenidos. Para finalizar se plantean algunas propuestas perfectamente aplicables a Biblián con el propósito de sentar una base sostenible para las próximas estrategias y proyectos de los técnicos encargados de la gestión turística.

Palabras clave

gestión pública, turismo, cultura, sostenibilidad, desarrollo

ABSTRACT

The present paper has as object of treatment the tourism management by public administration institutions based on the professional practices carried out in the Culture and Tourism Unit of the Biblián canton, located in the province of Cañar in Ecuador. Throughout this document, some of the main topics addressed during the period of study of the Master's degree and related to the type of internship chosen are collected. In addition, a situational analysis of tourism in Biblián is exposed from a governmental perspective, emphasizing that this destination is in the implementation phase concerning administrative competencies. Similarly, the executed activities, the tools used, and the results obtained are detailed. To conclude, some proposals are presented that are perfectly applicable to Biblián with the purpose of establishing a sustainable basis for the upcoming strategies and projects of the technicians responsible for tourism management.

Keywords

public management, tourism, culture, sustainability, development

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Justificación y Oportunidades

El Máster en Planificación y Gestión Sostenible del Turismo ha ampliado mi percepción sobre los procesos necesarios que deben incluirse al planificar un destino turístico desde la sostenibilidad, aclarando ciertos conceptos que a lo largo de mi vida laboral estuvieron erróneos. Después de obtener mi grado en Turismo, observé la necesidad de elegir un posgrado alineado a las exigencias del mundo actual por medio de un aprendizaje multidisciplinario. Es así que este máster representó la mejor opción para alcanzar mis objetivos, puesto que presenta un plan de estudio completo, abordando la actividad turística desde distintas situaciones y dimensiones. Consideré muy importante combinar mis conocimientos con soportes tecnológicos, por lo que temáticas como la generación de inteligencia turística, business intelligence, métodos avanzados para la planificación territorial o el análisis de redes sociales, influyeron en mi decisión.

Adicionalmente, su programa permite potenciar habilidades clave para la toma de decisiones estratégicas, adquiriendo competencias en gestión de proyectos, análisis de políticas, evaluación de impacto, desarrollo de productos turísticos sostenibles y técnicas de comunicación efectiva. Previo a iniciar los cursos, mi enfoque estaba dirigido a expandir mis conocimientos como una ventaja competitiva en el mercado laboral, sin ser consciente de que cambiaría de perspectiva en el trayecto. Efectivamente, tuve que reestructurar mis concepciones sobre la industria turística y su gestión sostenible. De forma satisfactoria, cada asignatura me aportó mediante su contenido y actividades, una nueva visión sobre la importancia de considerar factores que en la práctica suelen ser excluidos.

Actualmente, para mí es innegable que todos los actores involucrados en el turismo deben enfocarse en la sostenibilidad como parte fundamental de sus propuestas y estudios. Esto involucra la aplicación de métodos respaldados por herramientas que permitan obtener resultados concretos para mejorar tanto el entorno territorial como las operaciones de las empresas turísticas. Es crucial conocer que se deben generar iniciativas que contribuyan al crecimiento económico, social y a la conservación ambiental, sin importar el ámbito de actuación.

De esta manera, las oportunidades que otorga este máster son innumerables tanto en el plano profesional como personal, ya que, al contar con los aportes de varios profesionales provenientes de diferentes áreas de estudio y contextos geográficos, proporciona un criterio internacional y enriquece el medio de aprendizaje transformándolo en multicultural. Otra excelente oportunidad, es la posibilidad de llevar a cabo prácticas externas, lo cual no solo mejora el perfil profesional del estudiante, sino que también le permite poner en práctica sus ideas y combinar los fundamentos teóricos con el contexto real en el que desea desempeñarse. En mi caso, tuve la ocasión de realizar mis prácticas en el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Biblián, ubicado en la provincia de Cañar.

Por lo tanto, las prácticas que realicé corresponden al área pública dirigida a la gestión y promoción turística y cultural. Seleccioné este tipo de prácticas a causa de mi interés por reconocer los procesos ejecutados por la administración pública para el manejo de destinos turísticos. Además, estuve motivada por aprender cómo se relacionan los distintos niveles de gobierno, convergiendo en similares metas y objetivos.

Particularmente, la asignatura de Técnicas y herramientas para la planificación y gestión económica de destinos turísticos, despertó mi atención por profundizar en la importancia del papel del gestor público dentro de la cadena de valor del turismo y, por ende, dentro de la red social que se forma a partir de la puesta en marcha de una planificación.

Concretamente, colaboré en la Unidad de Cultura y Turismo, perteneciente a la Dirección de Desarrollo Comunitario, la cual se encarga de la planificación, regularización, control y gestión de las actividades turísticas dentro del cantón. Elegí esta institución debido a su apoyo activo en la creación de nuevos productos turísticos y por su disposición para colaborar con la academia y diversos miembros de la comunidad regional.

1.2 Objetivos de las prácticas

A continuación, se detallan los objetivos que guiaron el trabajo realizado durante el periodo de prácticas y su posterior análisis por medio del desarrollo del presente documento:

1.2.1 Objetivo General:

Emplear los conocimientos teóricos adquiridos durante el desarrollo del Máster en Planificación y Gestión Sostenible del Turismo en las prácticas externas, siguiendo las directrices establecidas por el tutor asignado en la institución seleccionada.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- a) Apoyar en los distintos procesos de la Unidad de Cultura y Turismo como la suministración de información turística, la programación de eventos culturales y la puesta en marcha de iniciativas en el contexto de estructuras nacionales.
- b) Participar en las operaciones de normalización de los establecimientos turísticos del cantón Biblián.
- c) Colaborar en el análisis de documentación, ofreciendo sugerencias para su reconfiguración y mejora.
- d) Asistir en actividades interinstitucionales a través de la participación en convenios para la capacitación en áreas turísticas y la promoción efectiva de los recursos turísticos del cantón.
- e) Proponer estrategias sostenibles para la implementación de proyectos en concordancia con la planificación turística cantonal existente.

1.3 Métodos de trabajo y fuentes utilizadas

Durante las prácticas se requirió levantar información mediante trabajo de campo, revisión bibliográfica, así como, participar de reuniones con distintas autoridades para obtener información sobre las tareas asignadas, especialmente para la elaboración de las matrices requeridas para la Declaratoria de Pueblos Mágicos.

Acerca de las principales fuentes utilizadas durante el periodo de prácticas, éstas fueron las fichas de atractivos turísticos, matrices de itinerario, fichas de establecimientos turísticos, el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Biblián, el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Biblián y el Catastro Nacional de Establecimientos Turísticos del Ministerio de Turismo.

De igual forma, se consultó la literatura revisada en el transcurso del Máster con el objetivo de contrastar la información obtenida de fuentes secundarias, con respecto a la implementación de prácticas sostenibles y la mejora de la estructura de productos turísticos que se distribuyen desde la Unidad de Cultura y Turismo, y que forman parte de la propuesta para la obtención de la Declaratoria de Pueblos Mágicos.

1.4 Estructura del Trabajo

Este trabajo de Fin de Máster se divide en seis capítulos, que a continuación serán descritos:

- El primer capítulo se relaciona con una introducción sobre la justificación, oportunidades y objetivos de las prácticas realizadas en torno al Máster cursado.
- El segundo capítulo retoma el marco teórico de los principales temas que fueron utilizados durante el periodo de prácticas, que en este caso corresponden a la gestión pública del turismo. Además, se añaden algunos conceptos fundamentales abordados en el Máster.
- El tercer capítulo conforma un análisis del marco normativo que atañe al tema de prácticas, detallando los diferentes cuerpos legales que regulan la actividad turística en el sector público.
- El cuarto capítulo se trata sobre un análisis del sector turístico, el cual recoge la situación turística prepandémica y postpandémica desde una visión global hasta una local. Se puntualiza sobre el contexto en el cual se ha desarrollado la actividad turística de Biblián.
- En el quinto capítulo se exponen todas las actividades realizadas durante el periodo de prácticas, señalando las herramientas empleadas y los resultados que se han obtenido a partir de los objetivos planteados en el capítulo introductorio.
- El sexto capítulo abarca las conclusiones que resumen los temas más relevantes de las prácticas y se presentan propuestas para mejorar la actividad turística de Biblián a partir de la experiencia de prácticas.

CAPÍTULO II

FUNDAMENTOS TEÓRICOS, CONCEPTUALES Y METODOLÓGICOS

Este capítulo recopila los principales contenidos que han sido abordados durante la etapa de enseñanza del Máster y que también se emplearon en el período de prácticas. Se exponen los conceptos y teorías de varios autores basados en la revisión bibliográfica efectuada para este apartado.

2.1 Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2008), el turismo puede definirse como un fenómeno social, cultural y económico que implica el desplazamiento de personas a lugares fuera de su lugar de residencia habitual, considerándolos viajeros (turistas, excursionistas, residentes o no residentes). Además, se señala que algunas de las actividades que los visitantes realizan durante su estancia, suponen un gasto económico.

El turismo se desarrolla como una actividad intrínsecamente vinculada a la adecuada gestión de los recursos existentes en un territorio determinado. En la contemporaneidad, el modelo de desarrollo turístico conlleva una apremiante consideración en torno a la utilización racional de tales recursos, emergiendo así la sostenibilidad como una de las bases más relevantes dentro del actual paradigma (Pulido y López, 2014).

2.2 Turismo sostenible

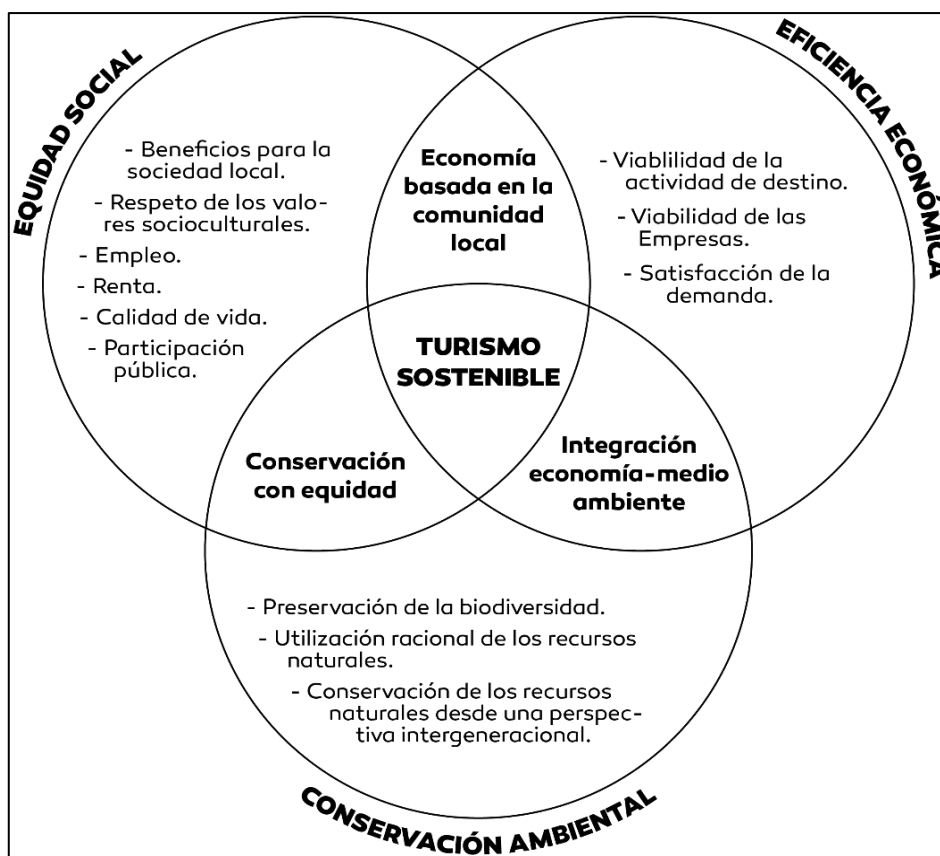
En 1987, por medio del informe Brundtland se formalizó por primera vez el término desarrollo sostenible gracias a la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo (CMAD) de las Naciones Unidas. En dicho informe, se establecen los cimientos que ya contemplaban un desarrollo equilibrado por medio de la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer los recursos de las generaciones futuras (Lalangui et al., 2017).

Posteriormente en 1992 en la Cumbre de la Tierra de Río de Janeiro, tres instituciones vinculadas a la actividad turística, “World Travel & Tourism Council (WTTC); Organización Mundial del Turismo (OMT) y el Consejo de la Tierra, trabajaron para formular la Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo, hacia un Desarrollo Sostenible Ambientalmente” (Cardoso, 2006:8). De esta manera, se sumó a las conceptualizaciones de turismo, un nuevo enfoque de conservación y progreso que procura el desarrollo económico y social de la población local, respetando su cultura, intereses y su entorno natural.

Se trata, por tanto, de un proceso de cambio cualitativo y abierto que exige una planificación fortalecida por los principales ejes de la sostenibilidad, como lo explica Ivars et al. (2001) en el Figura 1, cuyo centro indica la zona de equilibrio deseable para la concordancia entre el crecimiento económico, sostenibilidad ambiental y la equidad social.

Figura 1

Conceptualización del turismo sostenible



Fuente: Adaptado de *Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico Sostenible: Propuestas para la creación de un sistema de indicadores*, por Ivars, J. et al., 2001, Universidad de Alicante, p. 11 (<https://eco.mdp.edu.ar/cendocu/repositorio/00046.pdf>). De dominio público.

Además, los mismos autores añaden que “los principios de la sostenibilidad deben constituir el objetivo primordial de cualquier espacio o producto turístico, en cualquiera de sus estadios evolutivos, y no circunscribirse exclusivamente a las manifestaciones supuestamente alternativas como el ecoturismo o el turismo rural” (Ivars et al., 2001:12).

En la misma línea, la OMT (s.f.-a), en una de sus definiciones, reconoce y reafirma la importancia de la aplicación de estos principios, exponiendo que:

“Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible son aplicables a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambiental, económico y sociocultural del desarrollo turístico, habiéndose de establecer un equilibrio adecuado entre esas tres dimensiones para garantizar su sostenibilidad a largo plazo”. (Sección Áreas de Trabajo, párr.2)

En lo que se refiere a las dimensiones señaladas, se debe reconocer que la efectividad de cada una de ellas, está sujeta a una serie de factores que pueden influir en la generación de efectos favorables o desfavorables sobre el territorio. Conforme a esta premisa, el turismo sostenible debe (OMT, s.f.-b):

- Dar un uso óptimo a los recursos ambientales, considerándolos elementos esenciales del desarrollo turístico, procurando la conservación de los recursos naturales y la diversidad biológica.
- Mantener la autenticidad sociocultural de las comunidades locales, preservar sus elementos culturales tangibles e intangibles y promover el respeto entre diversas culturas.
- Garantizar la viabilidad económica a largo plazo, asegurando beneficios socioeconómicos equitativamente repartidos entre todas las partes involucradas. Estos beneficios incluirán empleo estable, obtención de ingresos, servicios sociales y la reducción de la pobreza.

Además, se debe contar con una gobernanza turística eficaz, capaz de llevar a un consenso a todos los actores e incentivar su permanente colaboración y participación, marcando objetivos a largo plazo y haciendo posible una construcción conjunta de un plan sostenible. Este plan deberá priorizar acciones correctivas sobre los impactos negativos presentes, así como prácticas que otorguen una experiencia de calidad tanto a turistas como a la comunidad (Pulido & Pulido, 2015).

En este contexto, se plantea una cuarta dimensión dentro del cuadro institucional, que como lo establece Pulido y López (2013:527), se relaciona con el sistema político que “proporciona el marco normativo global de ideas y valores humanos que condicionen la toma de decisiones”. De ahí la importancia que los agentes políticos asuman su responsabilidad para hacer frente a este cambio, a través de procesos participativos y examinadores que resulten en

una política pública que permita la gestión de la actividad turística como un medio para alcanzar un desarrollo insertado en la búsqueda del bien común.

2.3 El turismo como medio de desarrollo

2.3.1 Desarrollo local y endógeno

En las últimas décadas, la búsqueda de un desarrollo que permita una distribución económica equitativa y procure el bienestar de los residentes ha sido imperante para la gestión territorial. Acorde a Gamborota y Lorda (2017), el Desarrollo local puede ser entendido como:

“Un proceso territorial, de construcción social, en el que la capacidad emprendedora e innovadora es el mecanismo impulsor de los procesos de transformación de la empresa y de la sociedad. En ella se integran la economía y lo sociocultural en un proyecto sustentable que involucra a la sociedad local teniendo como objetivo mejorar la calidad de vida de la población”. (p.349)

Además, resulta importante integrar las nociones del modelo de desarrollo endógeno en este contexto, ya que requiere de las capacidades y aportaciones de los actores locales para el alcance de sus objetivos (Martínez, 2021); factor necesario para la puesta en marcha de planes turísticos con visión sostenible.

Para Torres et al. (2019:13), la endogeneidad tiene cuatro dimensiones que deben ser analizadas:

- 1. La endogeneidad se presenta en el espacio político,** donde la comunidad local tiene el derecho y la capacidad de tomar decisiones sobre asuntos de interés común.
- 2. La endogeneidad se manifiesta en el plano económico,** para lo cual se plantea la utilización del excedente económico para reinvertirlo en iniciativas locales, estableciendo así una fuente sólida a largo plazo.
- 3. La endogeneidad se relaciona con lo científico y tecnológico,** entendiéndose dentro un territorio organizado que genera su propio sistema tecnológico y camina hacia la innovación.
- 4. La endogeneidad en el área de la cultura,** fundamental para el desarrollo integral que parte del respeto y la generación de una identidad socio-territorial.

Por lo tanto, es evidente que la aplicación del modelo de desarrollo endógeno interviene de forma directa en la gestión de la organización social, la política pública y las necesidades socio- económicas de un territorio. En este punto, el correcto liderazgo de un gobierno local y

la existencia de voluntad política pueden influir de forma positiva en la consolidación de una cultura emprendedora y participativa, que abra espacios de concertación ciudadana (Torres et al., 2019) y permita coordinar con planes existentes en los diferentes niveles administrativos.

En consonancia con lo expuesto previamente, uno de los principales motores de desarrollo local y endógeno que ha experimentado una amplia atención en estos tiempos, sin lugar a dudas, corresponde a la actividad turística. El turismo como medio de desarrollo con perspectiva sostenible, propicia la innovación de los destinos cuyo sistema es sostenido por actividades económicas propias del lugar, que pueden estar o no relacionadas con la actividad turística, pero que, manejadas de forma consciente en conjunto con otros recursos, pueden representar un gran beneficio para la comunidad receptora (Arévalo y Armas, 2019).

En el mismo sentido, Gamborota y Lorda (2017:353) exponen las razones por las que el turismo puede ser considerado una estrategia a nivel público y privado para el desarrollo:

- Mejora la inversión y la infraestructura física y tecnológica
- Fomenta el desarrollo socioeconómico por su efecto multiplicador
- Crea empleo directo e indirecto y mejora la distribución de la riqueza
- Aumenta el intercambio comercial y la certidumbre económica
- Diversifica el patrón productivo al complementar las actividades tradicionales
- Contribuye con el registro de exportaciones y con el reconocimiento del consumo derivado
- Estimula la entrada de divisas

Por consiguiente, una planificación estratégica en el turismo es de vital importancia para alcanzar el desarrollo de un destino, conduciéndolo “hacia la mayor utilización de recursos endógenos y al cambio de la matriz productiva local mediante la anexión de innovaciones apoyadas en la calidad y la diferenciación” (Boiser, 2001, citado en Torres et al., 2019:13), cuyo proceso de cambio emerja del cooperativismo, sin comprometer su autonomía.

De la misma forma, se debe contar con una ruta de acción que rijas como eje evaluador de las operaciones implementadas para impulsar el desarrollo, a fin de contrarrestar los efectos negativos que pueden presentarse en el proceso, causando una posible afección al medio natural o perjudicando el bienestar social, financiero o el sector productivo de la localidad.

2.3.2 Desarrollo económico

El desarrollo económico puede ser entendido como “un proceso integral, socioeconómico, que implica la expansión continua del potencial económico, el auto sostenimiento de esa expansión en el mejoramiento total de la sociedad” (Castillo, 2011). En este contexto, el turismo puede ser calificado como un potencial instrumento de desarrollo económico que genera una serie de beneficios.

Según el World Travel & Tourism Council (WTTC, s.f.), para el año 2022 la actividad turística contribuyó con el 7.6% del PIB global, además de que se crearon 22 millones de trabajos directos e indirectos en torno a esta industria, representando un incremento del 7.9% a comparación del año 2021.

Altimira & Muñoz (2007) explican la importancia del aumento del número de turistas internacionales en un país, ya que esto significaría un incremento en el ingreso de divisas, el aumento de la recaudación tributaria y por consiguiente “el aumento de los ingresos del sector público y un mayor nivel de actividad económica debido a los efectos del multiplicador del gasto turístico” (p.698). Asimismo, es importante considerar los ingresos producidos por el turismo interno que, de igual manera, se transforman en ingresos para la economía receptora.

Con respecto al sector público, su papel en torno al desarrollo económico de una localidad es fundamental. Es quien dispone de distintos recursos y mecanismos para hacer efectiva una política tributaria en materia turística. Así, los ingresos que son recaudados a través de diversos medios pueden ser utilizados para los siguientes propósitos:

- **Cubrir sobrecostes:** “Los impuestos turísticos pueden servir para cubrir aquellos sobrecostes originados por los turistas en la provisión de determinados bienes y servicios públicos como seguridad y saneamiento” (Gago et al., 2004, citado en Azcué et al., 2018:10). De esta manera, la población local no se vería perjudicada por la actividad turística.
- **Compensación de efectos negativos:** “En muchas ocasiones, el turismo provoca efectos secundarios derivados de una actividad principal como la generación de residuos en zonas naturales” (Gago et al., 2004, citado en Azcué et al., 2018:10). En este caso, un impuesto destinado a cubrir estos daños apoyaría a la conservación del entorno y, al mismo tiempo, contribuiría a fomentar la conciencia ambiental tanto en residentes como turistas.

- **Inversión en obras:** Es necesario reinvertir los recursos en obras para la población local, como la reparación de vías, mejoras en servicios de salud y educación, que de manera indirecta beneficiarían al entorno turístico y su gestión.

2.4 Gestión pública del turismo

Ante el rápido avance de la globalización y los cambios que conlleva, surge el desafío de construir sociedades equitativas que respondan de manera consciente, respaldadas por una administración pública cuyo principal objetivo sea promover el desarrollo a través de estrategias y soluciones efectivas.

Según Vegas (2017), la gestión pública se puede definir como:

“Una estructura procedimental de acción gubernamental que lleva tareas de servicio a la sociedad a través de mecanismos legales y de ejecución política denominadas en muchas ocasiones como políticas públicas, cuya orientación final es la de servir a la ciudadanía garantizándole calidad de vida”. (p.157)

En el contexto del turismo, la gestión pública implica la observación, investigación y la propuesta de mejoras para las distintas organizaciones de carácter público que trabajan directa o indirectamente en la actividad turística. Velasco (2016:583) propone una clasificación de áreas de trabajo en el turismo, que incluye:

- 1) Modificaciones en las estructuras administrativas dedicadas al turismo.
- 2) Simplificación y coordinación de los procesos administrativos turísticos a través de la racionalización de la normativa y los procesos.
- 3) Desarrollo de políticas de personal que labora en organizaciones o instituciones públicas y mixtas.
- 4) Fomento de la transparencia y rendición de cuentas a través de la comunicación.

Hernández et al., (2020) destacan la importancia de la gestión pública en el ámbito local, dónde actúa en corresponsabilidad con el gobierno municipal, que está más cercano a las demandas de la sociedad y a los recursos turísticos de las comunidades receptoras en su territorio. En este sentido, la administración local puede intervenir de manera más precisa y cercana con ciudadanos, empresarios, servidores turísticos, etc., convirtiéndose en responsables directos de la gestión pública de un destino, en línea con planificaciones y políticas nacionales e internacionales.

De acuerdo con González y Miralbell (2007:11), la administración turística local desempeña un papel crucial en la:

- Ordenación del tejido urbano y del territorio
- Control de la construcción y de los equipamientos
- Saneamiento
- Seguridad
- Viabilidad y comunicaciones dentro del municipio
- Señalización e información turística
- Promoción del destino local
- Dinamización y mejora de la calidad de la oferta turística del destino

Además, la gestión pública del turismo al igual que en otras áreas de la administración, requiere de instrumentos de regulación de la actividad turística que promuevan la ordenación del sector, estableciendo requisitos de funcionamiento, sanciones y estímulos económicos para empresas. De esta manera, cumple la función de ente rector, impulsando el desarrollo del turismo sin ser un obstáculo para el sector privado (González y Miralbell, 2007).

2.5 Gobernanza Turística

La gobernanza surge como un modelo de gobierno caracterizado por un marcado carácter colectivo, en el cual los procesos de toma de decisiones se desarrollan de manera vertical, considerando la participación de todos los organismos gubernamentales, privados y sociales en asuntos de interés común, con el fin de lograr políticas públicas más eficaces. Según Aguilar (2007), la gobernanza se define como:

“El proceso en el que la definición del sentido de dirección de la sociedad, de las formas de organizarse para realizar los objetivos (resolver problemas, enfrentar desafíos, crear futuros de valía) y del modo como se distribuirán los costos y beneficios ya no puede ser obra exclusiva del gobierno, considerado como el actor único o el dominante, sino que es el resultado de la deliberación conjunta-interacción-interdependencia-coproducción-corresponsabilidad- asociación entre el gobierno y las organizaciones privadas y sociales”. (pp. 20-21)

De manera similar, en el contexto del turismo, la gobernanza puede entenderse como:

“El proceso de conducción de los destinos turísticos a través de los esfuerzos sinérgicos y coordinados de los gobiernos en sus diferentes niveles y atribuciones, de la sociedad

civil que habita en las comunidades receptoras y del tejido empresarial relacionado con la operación del sistema turístico”. (Madrid, 2014:165)

De esta manera, la gobernanza turística implica el desarrollo de espacios de cooperación, mejora en la toma de decisiones colectivas, el establecimiento de procedimientos que permitan el trabajo conjunto de la red de actores y el diseño de nuevos procesos de gestión tanto públicos como colectivos (Velasco, 2010).

En los procesos de gestión, se incluye el diseño y la aplicación institucional de políticas turísticas, que pueden definirse como un “conjunto de actividades, decisiones y procesos que impulsan los actores gubernamentales, en ocasiones con colaboración de otros actores, con la intención de alcanzar objetivos relacionados con el turismo” (Velasco, 2016:580).

La existencia de este tipo de política depende de la incorporación de una serie de elementos constitutivos (Velasco, 2011:959):

- **Una política turística es un cauce de acción intencionadamente coherente**, que responde a una visión global de la actividad dentro de un territorio, armonizando estrategias y planes para decisiones conjuntas que se ajusten a las necesidades específicas del turismo.
- **El diseño de las acciones debe estar respaldado por la previsión de recursos asociados a ellas**, lo que implica asignar un presupuesto sujeto a cambios acorde a las circunstancias para que las decisiones sean ejecutables.
- **El actor público, o los actores públicos, deben actuar en el ámbito territorial de su competencia**, trabajando en colaboración con actores de diversos sectores para promover políticas turísticas justas y participativas.
- **Deben existir objetivos y acciones concretas que permitan evaluar su progreso en un tiempo determinado**, con objetivos medibles, alcanzables y acciones claras y específicas vinculadas a los objetivos.
- **El programa de actuaciones debe tener una vocación de intervención global en el turismo**, abarcando todos los fenómenos y relaciones que genera el turismo y considerando todos los impactos para minimizar los efectos negativos y maximizar los beneficios para la comunidad local y su entorno.

En la misma línea, los objetivos que una política debe seguir para su implementación incluyen (Velasco, 2013)¹:

- **Planificar el desarrollo turístico de un destino de manera sostenible** para obtener beneficios económicos en todo el territorio, incluyendo zonas deprimidas, mediante estrategias de desarrollo, construcción de infraestructuras y conservación del patrimonio cultural y natural.
- **Ordenar el sector** mediante un marco legal, administrativo y fiscal, con acciones como sistemas de inspección y control, protección al consumidor y reglamentación de actividades.
- **Fomentar el crecimiento y mejora del sector** a través de estímulos económicos e innovación en la infraestructura turística, promoción y apoyo a la comercialización.
- **Facilitar la mejora de la formación de los agentes del sector, difundir información para la toma de decisiones e impulsar la innovación** a través de la investigación y generación de conocimiento, así como la organización de congresos y reuniones de los actores del sector.

2.6 Red de Actores Sociales

En la gestión de un destino turístico basado en la gobernanza, resulta fundamental considerar a los actores públicos y privados que conforman el sistema turístico. Como se ha mencionado anteriormente, la gobernanza se sustenta en una red de actores, sus recursos, funciones y las relaciones que se establecen entre los distintos elementos que componen la actividad turística.

Según Merinero y Zamora (2009), un actor turístico puede ser cualquier persona, grupo, empresa, institución pública o privada, grupos de interés sindical, individuos que poseen recursos turísticos o aquellos que ejercen influencia y opinión. Además, deben cumplir dos características fundamentales:

1. **Característica formal**, lo que significa que el actor debe pertenecer a uno de los grupos ya descritos.
2. **Característica funcional**, implica que sus acciones impactan directamente en el sistema turístico local en su conjunto.

¹ A partir del capítulo “Gestión pública del turismo. La gobernanza” del libro *Gestión Estratégica Sostenible de Destinos Turísticos* por Pulido, J.I. y López, Y. (Eds.) (2013). Universidad Internacional de Andalucía.

Siguiendo esta línea, Merinero (2009:31-32) define las funciones de un actor turístico que están directamente relacionadas con el proceso productivo turístico local, que incluye la creación, gestión, promoción y comercialización del producto turístico, así como otras funciones enumeradas a continuación:

- Definir los elementos que forman parte del producto turístico, incluyendo recursos (culturales y naturales), los servicios turísticos y los equipamientos que conformarán los factores principales de atracción de visitantes.
- Caracterizar cada recurso, servicio y equipamiento turístico en el sistema turístico local.
- Gestionar el sistema turístico, incluyendo criterios de gestión y funciones relacionadas con la atención a los turistas.
- Promover el turismo, mediante estrategias y actividades para dar a conocer el producto turístico a los posibles demandantes.
- Comercializar el producto turístico, facilitando su venta a los consumidores finales.
- Realizar funciones complementarias destinadas a mejorar la ejecución y realización de otras funciones turísticas, como formación, investigación, transferencia de conocimientos y la creación de normativas e incentivos para la actividad turística.
- Proporcionar y adaptar infraestructuras necesarias para el uso turístico del territorio, abordando temas de accesibilidad, servicios energéticos, agua, limpieza, saneamiento, seguridad y gestión de desechos.

El autor también señala que la relación entre los actores se basa en el principio de la cooperación, considerando que los esfuerzos conjuntos pueden lograr resultados positivos para todos los participantes, dependiendo de áreas de trabajo, los recursos, conocimientos, objetivos y las organizaciones involucradas en la actividad turística (Merinero, 2009).

Del mismo modo, el éxito de las relaciones de colaboración entre los actores en el desarrollo de un proyecto turístico depende de cuatro condiciones básicas, según Greer (2002, citado en Merinero, 2009: 182-183):

- **Condiciones contextuales**, que incluyen el beneficio mutuo y el respeto.
- **Condiciones de los actores**, evitando desequilibrios de poder y manteniendo la autoridad, determinación, compromiso y vitalidad de los actores para el proyecto.
- **Condiciones de la toma de decisiones**, promoviendo la participación de todos los actores a través de comunicación formal e informal y canales abiertos de comunicación.

- **Condiciones de funcionamiento**, estableciendo una estrategia clara, una definición de los problemas y un diseño de procedimientos acorde a los recursos disponibles.

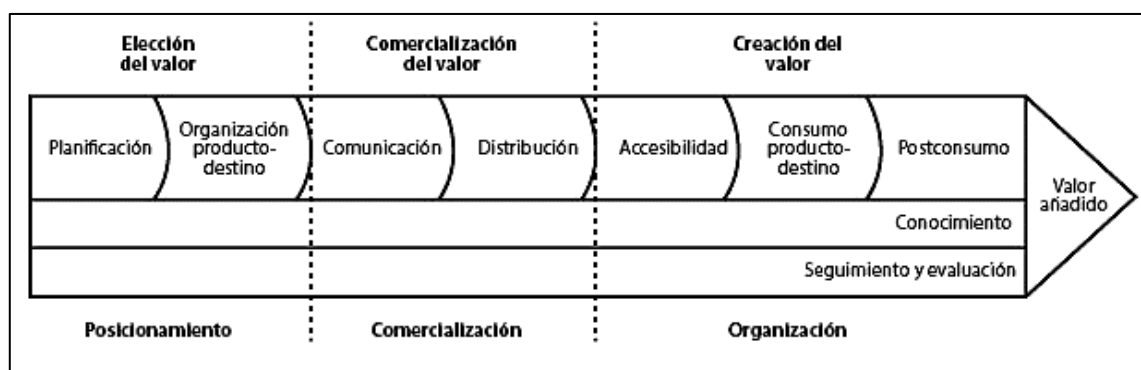
2.7 Cadena de valor del turismo

Según Zhao et al. (2009, como se citó en Pulido, 2013:534)², la cadena de valor del turismo se puede definir como “el proceso de transferencia de los productos turísticos desde los proveedores hasta los consumidores, que generalmente está compuesto por productos turísticos, intermediarios turísticos –tradicionales o de comercio electrónico- y los turistas.

Pulido (2013:539) propone una configuración de la cadena de valor del turismo en tres etapas con nueve eslabones, organizados en una secuencia lógica. A continuación, se explican estas etapas en función de la Figura 2, junto con un breve análisis de sus eslabones:

Figura 2

Cadena de valor del turismo



Fuente: Tomado del capítulo “Gestión de la cadena de valor del destino turístico”, por Pulido, 2013, en Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos, Universidad Internacional de Andalucía, p.539 (<https://dspace.unia.es/handle/10334/3636>). De dominio público.

2.7.1 Primera etapa: Elección del valor

En la primera etapa, el objetivo principal es posicionar el destino en el mercado turístico. Para lograr esto, es fundamental llevar a cabo una serie de acciones que implican la adecuación del territorio, la planificación del destino, la identificación del público objetivo y la definición del valor que se ofrecerá en el mercado. Además, se requiere organizar el destino mediante la creación de una oferta turística que satisfaga las necesidades de la demanda y se ajuste a las condiciones del territorio. Los eslabones de esta etapa son los siguientes:

² A partir del capítulo “Gestión de la cadena de valor del destino turístico” del libro *Gestión Estratégica Sostenible de Destinos Turísticos* por Pulido, J.I. y López, Y. (Eds.) (2013). Universidad Internacional de Andalucía.

- **Planificación**

La planificación en el ámbito turístico es un proceso crucial para alcanzar el desarrollo exitoso de un destino. Moreno et al. (2018) enfatizan que el turismo se relaciona estrechamente con otras disciplinas, como la hostelería, la gastronomía y las actividades de ocio. Por lo tanto, es necesario evaluar estas interacciones al planificar y seleccionar un modelo de desarrollo turístico adecuado. Además, señalan que la planificación turística busca integrar todos los componentes del sistema turístico, tanto los aspectos relacionados con la demanda como con la oferta, así como los elementos físicos e institucionales. Al adoptar un enfoque integral, el sistema turístico funcionará de manera más eficaz y logrará los beneficios deseados.

Hernández (1982) propone dos niveles de planificación turística: la planificación económica y la planificación física. La planificación económica del turismo se centra en el análisis de la actividad turística en un área específica, su desarrollo histórico, y la creación consciente de un modelo integral para su futuro. Es fundamental establecer objetivos claros y herramientas efectivas para promover el desarrollo económico en el contexto de la actividad turística.

La planificación física del turismo, por otro lado, implica la organización, dirección y control de las actividades turísticas en el territorio. Se enfoca en los recursos turísticos, actividades, equipamientos, instalaciones y la red de actores que conforman un destino turístico. Este nivel busca asegurar que las infraestructuras y el espacio estén adecuados para el desarrollo del turismo.

Rivas y Magadán (2012) sugieren que la planificación turística estratégica debe tener en cuenta varios aspectos, como la naturaleza y alcance del turismo, estrategias de comercialización del producto turístico, la gestión del medio ambiente como un atractivo y la protección contra impactos negativos, la promoción de aspectos socioculturales como atractivos y la implicación de actores políticos, institucionales y empresariales en las acciones y compromisos resultantes de la planificación.

- **Organización del producto-destino turístico**

Este eslabón comprende todas las actividades que conforman los productos y servicios que el destino posee como parte de su oferta turística. Esto incluye la infraestructura turística,

recursos culturales, naturales, equipamientos e instalaciones destinados a satisfacer las necesidades de los visitantes (Pulido, 2013)³.

Siguiendo la definición de Pearce (1989), la ordenación del producto–destino turístico se refiere a una combinación de productos y servicios disponibles en una ubicación específica, capaces de atraer visitantes de diversas procedencias y proporcionar una experiencia integral a los consumidores (citado en Pulido, 2013).

Estos dos eslabones, la planificación y la organización del producto-destino turístico, son fundamentales en la primera etapa para posicionar un destino en el mercado turístico y garantizar una experiencia satisfactoria para los visitantes.

2.7.2 Segunda etapa: Comercialización del valor

Esta etapa se caracteriza por el desarrollo de estrategias destinadas a comunicar y dar a conocer la oferta establecida en el destino a la demanda objetivo. Además, se identifican dos componentes esenciales: la comunicación y la distribución:

- **Comunicación (Promoción)**

La promoción en la actividad turística implica la planificación y ejecución de estrategias diseñadas para dar a conocer la oferta de un destino turístico a los posibles turistas, con el fin de lograr un posicionamiento deseado en un mercado determinado. La comunicación se considera un componente esencial del marketing, y sus objetivos básicos, según Sánchez et al., (2019), son los siguientes:

- Informar acerca de las características del destino, destacando sus ventajas competitivas que satisfacen las necesidades del visitante.
- Persuadir al turista para que elija un destino determinado sobre otros.
- Recordar la existencia del destino para mantener su presencia en la mente del consumidor.

Según Navarro et al. (2020), en el ámbito turístico, los profesionales de la comunicación son responsables de seleccionar estrategias comunicativas que se adapten a la realidad social, a las necesidades identificadas, a las normativas sectoriales y a las preferencias del público objetivo. Estas estrategias pueden incluir publicidad, promoción, gestión de imagen,

³ A partir del capítulo “Gestión de la cadena de valor del destino turístico” del libro *Gestión Estratégica Sostenible de Destinos Turísticos* por Pulido, J.I. y López, Y. (Eds.) (2013). Universidad Internacional de Andalucía.

lanzamiento de productos y servicios, posicionamiento, alianzas y relaciones públicas, ya sea utilizando medios de comunicación tradicionales o medios innovadores basados en internet. El objetivo final es avanzar en el sector turístico y transformar la comunicación masiva en una comunicación efectiva y positiva.

Por lo tanto, los gestores públicos deben considerar todos estos elementos para elaborar un plan operativo y funcional que no solo establezca objetivos de venta dirigidos a los turistas, sino que también promueva el bienestar de todos los actores involucrados en la industria turística.

- **Distribución**

Al igual que en otras áreas, la intermediación desempeña un papel fundamental en la industria turística al conectar a los proveedores de servicios con los consumidores. En este contexto, se distinguen dos tipos de canales de distribución: canales directos e indirectos, según describe Pulido (2013)⁴:

- **Canales directos:** Estos canales implican transacciones sin intermediarios entre el proveedor de servicios y el comprador, eliminando la intervención de un tercero en el proceso de compra. Las transacciones directas pueden darse en el propio lugar de la prestación de servicio o mediante métodos como correo, mensajería, llamadas telefónicas o medios electrónicos.
- **Canales indirectos:** Estos canales involucran a varios agentes intermediarios, y la longitud de la cadena puede variar según el número de intermediarios. Entre los intermediarios tradicionales se incluyen los turoperadores y agencias de viajes. Es importante destacar que, en la era de Internet, el proceso de distribución puede ser virtual a través de centrales de reserva y Sistemas de Distribución Global (GDS).

2.7.3 Tercera etapa: Creación del valor

En la tercera etapa, la gestión se centra en mantener la coherencia entre la planificación inicial y el producto turístico final ofrecido. A pesar de que esta etapa se denomina “creación de valor”, es importante destacar que el proceso de creación de valor comienza desde las etapas iniciales del desarrollo turístico. Esta fase se compone de los siguientes elementos:

⁴ A partir del capítulo “Gestión de la cadena de valor del destino turístico” del libro *Gestión Estratégica Sostenible de Destinos Turísticos* por Pulido, J.I. y López, Y. (Eds.) (2013). Universidad Internacional de Andalucía.

- **Accesibilidad**

Para llevar a cabo con éxito la actividad turística, es fundamental contar con la infraestructura necesaria para permitir la movilización de los turistas durante su estancia en el destino. En este contexto, el transporte desempeña un papel crucial, ya sea terrestre, fluvial o aéreo.

Acorde a Castaño y Valencia (2016), el transporte turístico cumple dos funciones. La primera se enfoca en su utilidad como medio de conexión entre distintas regiones, donde los turistas consideran factores como el coste y el tiempo de viaje. En la segunda función, el transporte adquiere un valor intrínseco, convirtiéndose en una motivación en sí mismo para el viaje del turista. En este caso, se busca ofrecer una experiencia turística memorable y un servicio de alta calidad.

- **Consumo**

El consumo turístico se refiere a la adquisición de productos o servicios por parte de los turistas antes de su desplazamiento y durante su estancia en el destino elegido. Además, el consumo turístico involucra factores económicos, sociales y culturales que influyen en el comportamiento del turista. Según Guzmán et al., (2009), las mercancías turísticas que se consumen consolidan una forma predominante de consumo que da forma a la práctica del turismo.

- **Post-consumo**

Este es el eslabón de evaluación y retroalimentación, donde los turistas comparten y valoran su experiencia en el destino. De esta retroalimentación dependerá la fidelización del cliente y, en consecuencia, la proyección del territorio ante posibles visitantes. La gestión de esta etapa, como señala Pulido (2013)⁵, plantea un desafío, ya que permite conocer el grado de satisfacción de los turistas y, posteriormente, da paso a la implementación de correcciones y diversas estrategias de mejora continua.

- **Eslabones Comunes:**

Los tres eslabones que se consideran relevantes en todas las etapas de la cadena de valor del turismo son fundamentales para la gestión de un destino. Estos elementos se relacionan con

⁵ A partir del capítulo “Gestión de la cadena de valor del destino turístico” del libro *Gestión Estratégica Sostenible de Destinos Turísticos* por Pulido, J.I. y López, Y. (Eds.) (2013). Universidad Internacional de Andalucía.

el conocimiento necesario para la toma de decisiones a lo largo de todo el proceso, así como los mecanismos de seguimiento y evaluación que son imprescindibles para evaluar la eficacia de las acciones implementadas y su contribución a la consecución de los objetivos establecidos desde la planificación del destino.

Según Gallegos (2009), una gestión activa de los eslabones de la cadena de valor de un destino turístico permite:

“Concentrar los esfuerzos en aquellas actividades en los que la generación de valor para el turista es mayor; identificar los factores clave que aumentan la generación de valor; gestionar el destino como un todo, que es como lo percibe el turista; influir sobre todas las etapas del itinerario de consumo del turista y alcanzar la satisfacción del turista, cuya capacidad de prescripción contribuirá a la mejora de la imagen del destino”. (citado en Yumisaca et al., 2020:89)

2.8 Calidad Turística

La calidad turística podría estar asociada con la satisfacción de los requerimientos de los turistas y con la evaluación de los servicios recibidos, según el cumplimiento de estándares contemplados en sistemas de gestión de calidad establecidos. Acorde a la OMT (2008), la calidad turística puede ser definida como:

“El resultado de un proceso que implica la satisfacción de todas las necesidades, requisitos y expectativas del consumidor con respecto a los productos y servicios turísticos, a un precio aceptable, de conformidad con unas condiciones contractuales mutuamente acordadas, y factores subyacentes implícitos, tales como la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la comunicación, la infraestructura y las instalaciones y servicios públicos. Implica también aspectos relacionados con la ética, la transparencia y el respeto por el entorno humano, natural y cultural”. (Sección de Glosario de Términos de Turismo, párr.14)

Para Herrera y López (2021) la calidad turística representa más que una ventaja competitiva, ya que es de vital importancia para el turismo contar con una correcta gestión de los procesos, los cuales están sujetos a las necesidades, expectativas y a los constantes cambios de la demanda turística.

En la actualidad existen una serie de certificaciones para distintos ámbitos del turismo, así como para destinos de manera integral. Resulta clave contar con estos sellos de calidad,

debido a que representan la responsabilidad de los gestores turísticos para con su mercado objetivo, convirtiéndose en un valor añadido dentro del proceso de compra. Sin embargo, la calidad no se traduce solamente en el cumplimiento de estándares e índices de calidad, sino en acciones sostenibles con efectos reales mantenidos en el tiempo (Sánchez y Anzola, 2021).

CAPÍTULO III

MARCO NORMATIVO

Conforme a lo descrito en el capítulo I, las prácticas fueron realizadas en la Unidad de Cultura y Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Biblián. De manera que, en este capítulo se analizará la normativa correspondiente a las entidades públicas y sus responsabilidades en relación a la actividad turística.

3.1 Competencias Turísticas de los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Ecuador

Según el Código Orgánico de Organización Territorial y Autonomía Descentralizada (COOTAD), las funciones de los GADS Municipales son: “regular, controlar y promover el desarrollo de la actividad turística cantonal en coordinación con los demás gobiernos autónomos descentralizados, promoviendo especialmente la creación y funcionamiento de organizaciones asociativas y empresas comunitarias de turismo” (2010, art. 54).

Además, el Consejo Nacional de Competencias, establece otras funciones como la elaboración de planes, proyectos y programas turísticos, los cuales deben estar en concordancia con planes nacionales emitidos por el Ministerio de Turismo como ente rector nacional. En cuanto a la regulación de la actividad, tienen la obligación de expedir ordenanzas y resoluciones que apoyen al progreso turístico local, así como el control de los servicios turísticos a través del registro de los prestadores turísticos, la emisión de licencias, patentes y permisos, y la aplicación de sanciones correspondientes al incumplimiento de los requisitos determinados por la ley (Resolución 1, 2016, Sección II).

Sobre la gestión turística, otra de las competencias de las autoridades cantonales consiste en la actualización del catastro nacional de establecimientos turísticos, la elaboración de los inventarios turísticos con los recursos culturales y naturales del territorio, el desarrollo de productos turísticos, la promoción turística, la formación y capacitación técnica a servidores y la dotación de facilidades a sitios denominados como turísticos (Resolución 1, 2016, Sección II).

En la misma línea, la Ley de Turismo estipula la coordinación de los diferentes niveles del Gobierno Nacional y los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos perseguidos en la planificación nacional. En adición, concierta que los gobiernos municipales “podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e

interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones” (2014, art. 33).

Por lo tanto, el GAD de Biblián obedece a estos cuerpos legales y tiene la facultad de coordinar la actividad turística con base en las necesidades de su territorio, población y prioridades de desarrollo, siempre y cuando, se alineen a los objetivos y metas nacionales.

3.2 Ordenanza para la regulación de la actividad turística del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Biblián

De acuerdo a lo analizado anteriormente, dentro de su jurisdicción administrativa, el GAD de Biblián tiene la competencia de emitir ordenanzas destinadas a procurar el desarrollo de la actividad turística, acogiendo las funciones que los distintos códigos y leyes determinan dentro de sus responsabilidades.

Por consiguiente, la Ordenanza para la planificación, regulación, control y gestión para el desarrollo de las actividades turísticas del cantón Biblián, emitida en 2021, establece que, a través de la Jefatura de Cultura y Turismo se asume “las facultades de planificación, regulación, control y gestión del desarrollo de la actividad turística cantonal, conforme a principios, derechos y obligaciones contempladas en la presente ordenanza” (Ordenanza para la Regulación de las Actividades Turísticas del Cantón Biblián, 2021, art.3).

Asimismo, se especifican las funciones que la Jefatura de Cultura y Turismo debe cumplir (Ordenanza para la Regulación de las Actividades Turísticas del Cantón Biblián, 2021):

- Elaboración y ejecución de proyectos para el desarrollo cultural y turístico.
- Formulación de políticas y acciones para promover el crecimiento cultural y turístico.
- Promoción cultural y turística.
- Implementación de medidas para proteger el patrimonio cultural y natural del cantón.
- Realización de campañas de difusión cultural.
- Gestión de recursos para la ejecución de la planificación departamental.
- Control de los procesos correspondientes a la obtención de permisos de funcionamiento para operar en el sector privado.
- Cooperación con otras instituciones públicas en cuanto a requerimientos nacionales como la actualización de catastros turísticos y fichas de atractivos turísticos.
- Elaboración de planes de desarrollo turístico cantonal.
- Asistencia a turistas.

- Creación de circuitos turísticos.
- Coordinación de la prestación de servicios turísticos.

Adicionalmente, en el literal l del Artículo 11 de la Ordenanza Municipal, se agrega la función de:

“Procurar la ampliación de las posibilidades de permanencia y variedad de destinos turísticos, mediante la promoción del multidespido a través de convenios con otros municipios: programas de intercambio turístico, así como la creación de mancomunidades o consorcios con otros Municipios a fin de optimizar los servicios y unificar esfuerzos en la solución de problemas que les sean comunes”. (Ordenanza para la Regulación de las Actividades Turísticas del Cantón Biblián, 2021)

En efecto, el cantón Biblián pertenece a la Mancomunidad del Pueblo Cañari desde el año 2012, institución creada bajo las bases de la legislación ecuatoriana y cuyos ejes de acción son: la gestión de agua y ambiente, el desarrollo turístico y cultural, y la gestión integral de desechos sólidos. Esta institución pública supramunicipal tiene como miembros a los cantones de Cañar, Suscal, Tambo y Biblián, y persigue el objetivo de consolidar un modelo de gestión y ordenamiento territorial articulado, para mejorar la aplicación de las competencias exclusivas de los GADS asociados (Mancomunidad Cañari, s.f.).

Dentro de sus funciones consta la promoción turística articulada, a través de la difusión del Corredor Turístico del Pueblo Cañari, formado por los principales atractivos turísticos de los cuatro cantones, así como la asistencia a ferias nacionales y el apoyo a distintas iniciativas planteadas por cada GAD (Mancomunidad Cañari, s.f.).

Igualmente, la Mancomunidad se encarga de la ejecución de proyectos de desarrollo local con financiamiento internacional. En este caso, reciben el soporte de Fons Valencià per la Solidaritat, una asociación española que trabaja por la igualdad de oportunidades mediante la cooperación internacional. Las actividades conjuntas que realizan se centran principalmente en la formación técnica y el apoyo financiero a la Cooperativa “Padre Rafael González” (Bibilak), integrada por artesanas dedicadas a la elaboración del tradicional sombrero de paja toquilla (Fons Valencià per la Solidaritat, s.f.).

Esto ha significado un gran aporte al turismo local, debido a que uno de los emblemas turísticos del cantón es este sombrero artesanal, el cual ha sido exportado a España e Italia y

que, gracias a la apertura de esta ventana internacional, este producto ha estado presente en ferias internacionales.

Además, durante todo el año reciben la visita de técnicos especialistas en varios campos con el fin de brindar asesoramiento en temas de competitividad y desarrollo socioeconómico. Uno de sus más recientes proyectos para el turismo se enfoca en la creación de un observatorio turístico para los cantones miembros, que servirá como una fuente de información para la toma de decisiones (L. Calle, comunicación personal, 14 de julio de 2023).

3.3 Estructura y Funcionamiento de la Unidad de Cultura y Turismo del Cantón Biblián

Acorde a lo establecido en la Ordenanza Turística previamente detallada, la Jefatura de Cultura y Turismo funge como órgano rector de la actividad turística en el cantón Biblián. Lleva a cabo sus actividades dentro de la Unidad de Cultura y Turismo, la cual se ubica en el centro histórico del cantón entre las calles Mariscal Sucre y Cañar, en un inmueble independiente al edificio municipal principal (ver Figura 3). Este espacio fue diseñado para cumplir una doble función, ya que sirve como sede administrativa y como centro de información turística.

De igual modo, esta unidad no solamente está conformada por el jefe de cultura y turismo, sino que también cuenta con la asistencia de un técnico o promotor turístico, quienes en conjunto son responsables del cumplimiento de las funciones descritas en la ordenanza de regulación de la actividad turística. En este caso, el jefe de la unidad se encarga de los procedimientos legales y financieros, así como de la aprobación de la planificación departamental, mientras que el técnico realiza la gestión de las actividades y las propuestas para la agenda cultural y turística (M. Rivera, comunicación personal, 20 de junio de 2023).

Figura 3

Oficina de Cultura y Turismo de Biblián

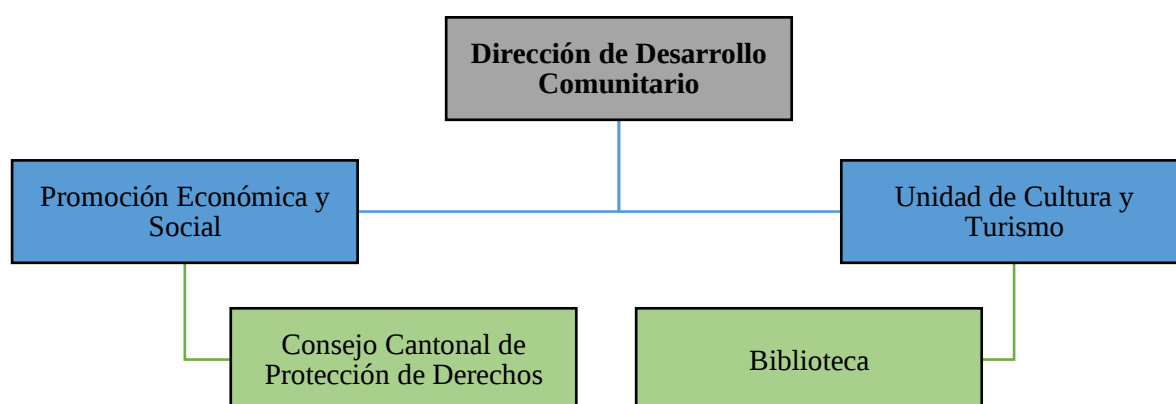


Fuente Propia

Por otro lado, la Unidad de Cultura y Turismo se debe a la siguiente estructura administrativa municipal en términos generales:

Figura 4

Jerarquía de procesos para la gestión turística del cantón Biblián



Fuente: Adaptado del Reglamento Orgánico Funcional por procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Biblián, 2014. (<http://www.gadbiblian.com>).

Como se observa en la Figura 4, la Unidad de Cultura y Turismo pertenece a la Dirección de Desarrollo Comunitario y tiene a su cargo el manejo de biblioteca municipal de

manera complementaria a sus actividades principales. Este departamento en conjunto con la Dirección de Obras Públicas, se incluye dentro de los procesos municipales agregadores de valor que tienen la responsabilidad de administrar y controlar productos y servicios destinados a usuarios externos a la institución (Gobierno Autónomo Descentralizado de Biblián, 2014).

Además, dentro del campo de acción de la Unidad de Cultura y Turismo consta el desarrollo del siguiente portafolio de productos y servicios (Gobierno Autónomo Descentralizado de Biblián, 2014):

- Presupuesto Operativo Anual de actividades de la unidad
- Políticas culturales
- Convenios de actividades productivas en el cantón
- Anteproyectos de estatutos y reglamento de las asociaciones
- Giras de observación para intercambiar experiencias dentro y fuera del cantón.
- Proyectos sociales
- Plan cantonal de turismo

En cuanto a este último producto, la Unidad de Cultura y Turismo con el apoyo de la Universidad de Cuenca y la Asociación de Municipios del Ecuador (AME) presentaron el Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Biblián 2022-2025, en el cual se visualizan 6 programas ligados a temas de capacitación, señalización, marketing, cultura y ecoturismo. Este plan rige el calendario de actividades a realizarse anualmente dentro del marco de su vigencia (2022).

Adicionalmente, presenta un estudio de los atractivos culturales y naturales contenidos en las fichas de atractivos perteneciente al Ministerio de Turismo, complementados por una descripción espacial de los centros de emisión y los centros periféricos importantes para el planteamiento de estrategias en turismo. Igualmente, proporciona un análisis del perfil del turista que visita Biblián, añadiendo características necesarias para la consecución de los objetivos y actividades propuestas dentro del cronograma (Unidad de Cultura y Turismo, 2022).

CAPITULO IV

ANÁLISIS DEL SECTOR

En este capítulo se llevará un estudio sobre la situación del turismo a nivel internacional, nacional y local, enfocándose principalmente en el desarrollo turístico de Biblián, complementando la información con datos estadísticos. Es necesario señalar nuevamente que las prácticas se realizaron en la Unidad de Cultura y Turismo (sector público) que regula las actividades turísticas del cantón Biblián. Por lo tanto, este análisis recogerá datos generales sin centrarse en una tipología específica.

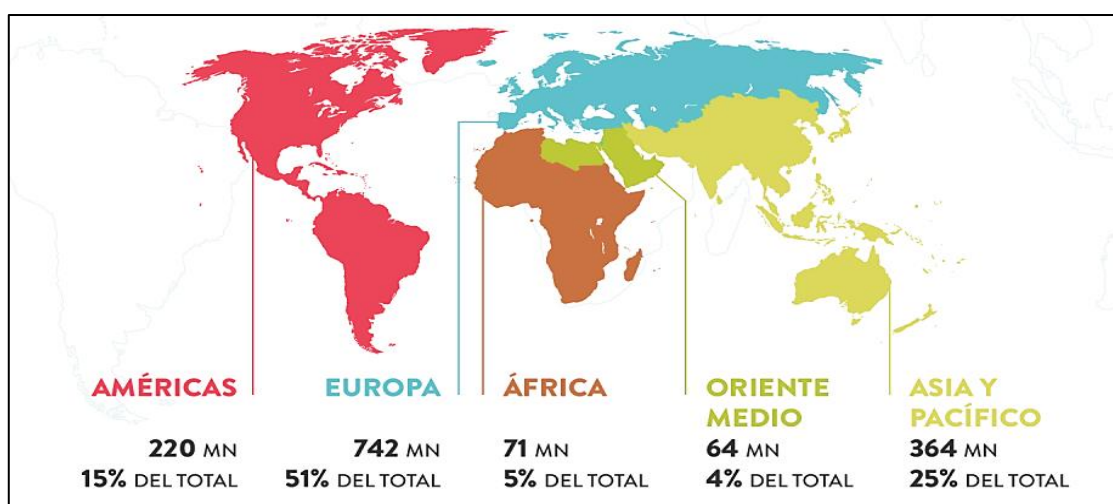
4.1 Sector turístico a nivel mundial

Este análisis del sector turístico a nivel mundial parte de los niveles prepandémicos, ya que la crisis por COVID-19 marcó un antes y un después en los desplazamientos turísticos por los distintos continentes. En el año 2019, hubo 1500 millones de ingresos de turistas a nivel internacional, con 4 millones de llegadas por día, convirtiéndose en el décimo año consecutivo de crecimiento sostenible (OMT, 2020).

Como se observa en la Figura 5, el continente con mayor porcentaje de arribos internacionales fue Europa (51%), seguido de Asia y Pacífico (25%), las Américas (15%), África (4%) y Oriente Medio (4%).

Figura 5

Llegadas internacionales de turistas por región en 2019

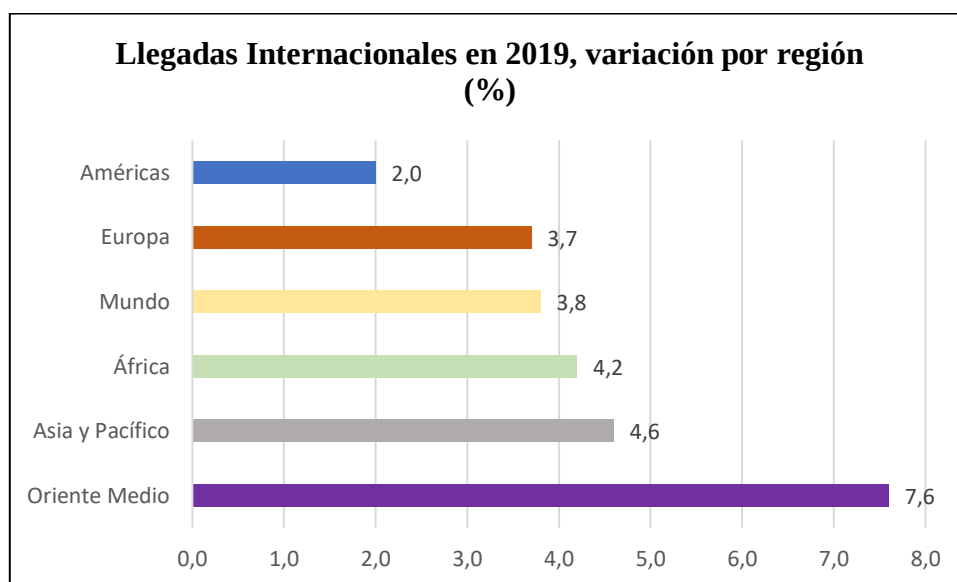


Fuente: Tomado de *Infografía de Resultados de Turismo 2019*, por Organización Mundial de Turismo (OMT), 2020. (<https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/Infografia-ES.pdf>).

Además, según la Figura 6, Europa mantuvo el número de ingresos internacionales de años anteriores, pero sorprendió el aumento de llegadas turísticas de Oriente Medio con una variación por región de 7.6%, superando a la media mundial de 3.8%. Con América sucedió lo contrario dado que disminuyeron las llegadas debido a disturbios sociales y políticos con una variación del 2%. En el caso de Asia y Pacífico y África, mantuvieron registros positivos (OMT, 2020).

Figura 6

Crecimiento de llegadas internacionales en 2019, variación por región (%)



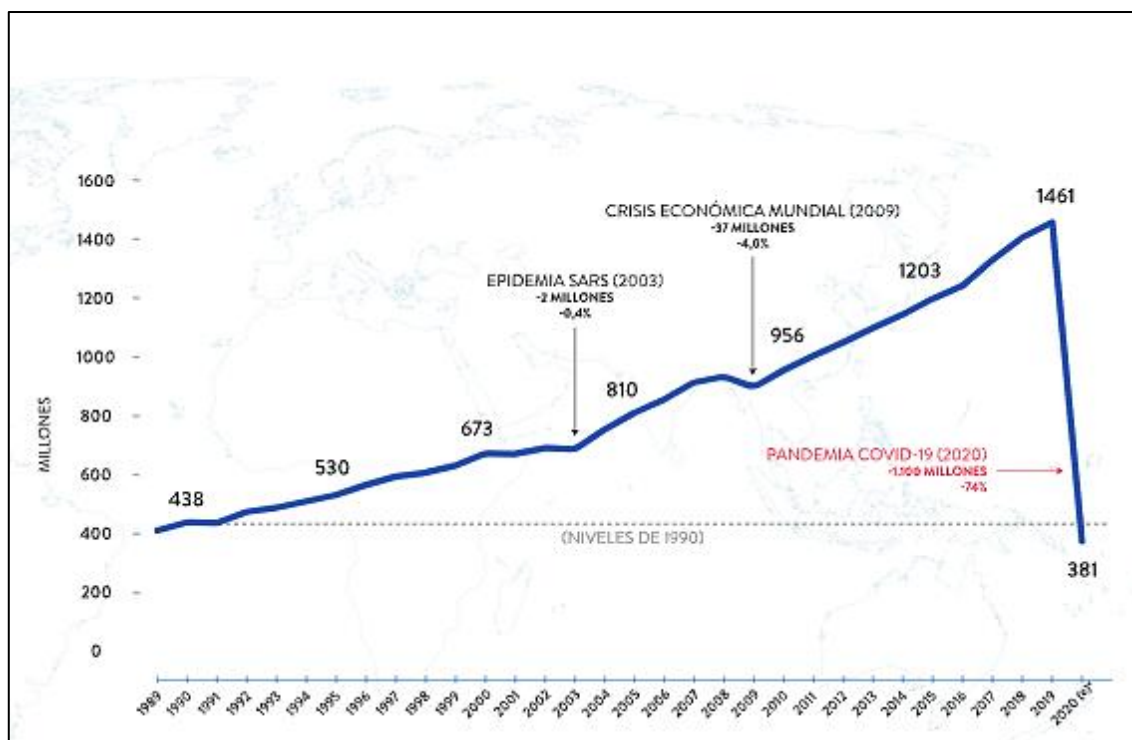
Fuente: Adaptado de *Infografía de Resultados de Turismo 2019*, por Organización Mundial de Turismo (OMT), 2020. (<https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/Infografia-ES.pdf>).

Estas cifras auguraban un crecimiento económico significativo de las regiones para el año 2020, especialmente en países que eran sedes de eventos de importancia mundial como los Juegos Olímpicos de Tokio 2020 y la Expo 2020 de Dubái. Sin embargo, la actividad turística entró en crisis a causa de la pandemia por Covid-19, lo que desencadenó la toma de medidas extremas para la protección de la salud pública como la paralización total del tráfico aéreo en casi el 96 % de países, el cierre de fronteras y el confinamiento domiciliario obligatorio (Vega et al., 2020).

En comparación de la crisis por SARS en 2003 (-0.4%) y la crisis económica mundial en 2009 (-4%), la Covid-19 ocasionó una caída sin antecedentes del turismo internacional del -74%, lo que significa que en 2020 solo se movilizaron a nivel mundial 381 millones de turistas tal como lo refleja la Figura 7 (OMT, 2021).

Figura 7

Impactos en el turismo internacional por crisis mundiales



Fuente: Tomado de “2020: Análisis del Año”, por Organización Mundial de Turismo (OMT), 2021. (<https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>).

Las repercusiones más significativas dentro de la industria incluyeron la pérdida de 1.1 billones de ingresos por turismo internacional, la eliminación de entre 100 a 120 millones de empleos directos en el turismo y un retroceso de 30 años en el desarrollo turístico, según datos de la Organización Mundial de Turismo (2021). Además, Vega et al., (2020) exponen el colapso económico de empresas influyentes como Latam Airlines, la pérdida de 113.000 millones de dólares en el sector aéreo y el cierre temporal de algunos establecimientos hoteleros y de restauración.

Posterior al tercer trimestre de 2020, comenzó la fase de reactivación turística en la que las tendencias evolucionaron volcando las soluciones al turismo doméstico, a las actividades al aire libre dejando de lado aquellas que impulsaban el turismo de masas. Existió un cambio demográfico, puesto que el segmento joven viajaba con más frecuencia en comparación con los segmentos senior y jubilados. De igual manera, las motivaciones de viaje se centraron en destinos sostenibles, auténticos, seguros y confiables (OMT, 2021).

La presente crisis demandó el trabajo conjunto de responsables públicos y privados mediante la aplicación de metodologías proactivas para recuperar sobre todo la confianza en el desplazamiento seguro de turistas, ejecutando cambios necesarios que permitieran paulatinamente regresar a las cifras prepandémicas. Andreu et al., (2020), citan algunas iniciativas adoptadas:

- Plan operativo de marketing con colaboración de compañías aéreas, hoteleras y tour operadoras.
- Actualización de información en portales digitales oficiales pertenecientes a las instituciones públicas responsables del manejo turístico del destino.
- Oferta de paquetes turísticos personalizados.
- Difusión de imágenes positivas del destino complementadas por certificaciones de bioseguridad y sostenibilidad.
- Relanzamiento del turismo bajo el paraguas de varios eventos.
- Plan de marketing nacional adaptado a la situación particular de cada región de procedencia del turista.

Para el año 2021, se obtuvo solamente un incremento del 4% en las llegadas internacionales, manteniéndose un 72% por debajo de los datos de 2019. Como se indica en la Tabla 1, esto se traduce a 429 millones de llegadas internacionales con ingresos económicos de 728.000 dólares y con un producto interno bruto directo del turismo de 2,2 billones de dólares (OMT, s.f.-c).

Tabla 1

Cifras turísticas pre y post pandémicas

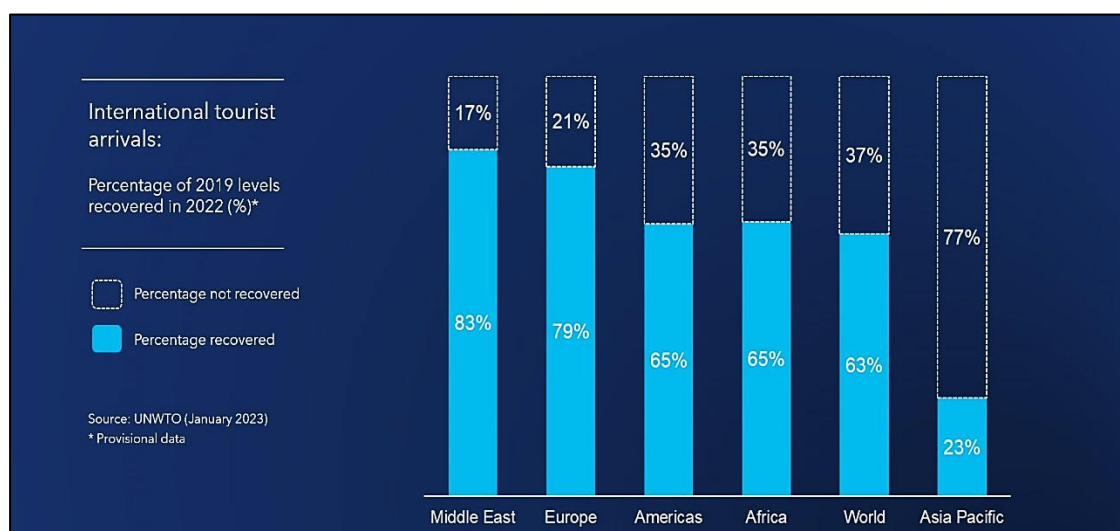
	2019	2020	2021
Llegadas de turistas internacionales	1.500 millones	406 millones	429 millones
Ingresos de exportación derivados del turismo internacional	1,7 billones USD	651.000 millones USD	728.000 millones USD
Producto interior bruto directo del turismo	3,5 billones USD	1,7 billones USD	2,2 billones USD

Fuente: Tomado de “El turismo internacional se situó en 2022 al 63% del nivel previo a la pandemia con Europa y Oriente Medio a la cabeza”, por Organización Mundial de Turismo (OMT), s.f.-c (<https://www.unwto.org/es/evaluacion-del-impacto-de-la-covid-19-en-el-turismo-internacional>).

En 2022 la situación mejoró con respecto a las llegadas internacionales a nivel mundial en un 63%, alcanzando 900 millones de turistas internacionales, pero todavía con un 37% menos que en 2019. En la Figura 8, se evidencia que Medio Oriente tuvo un porcentaje de recuperación de 83% con relación a los niveles previos a la pandemia, seguido de Europa con un 79%, las Américas y África con 65%, y, Asia y Pacífico con 23% debido a las restricciones aún conservadas en la región (OMT, s.f.-c).

Figura 8

Porcentajes de Recuperación de Arribos Internacionales en 2022



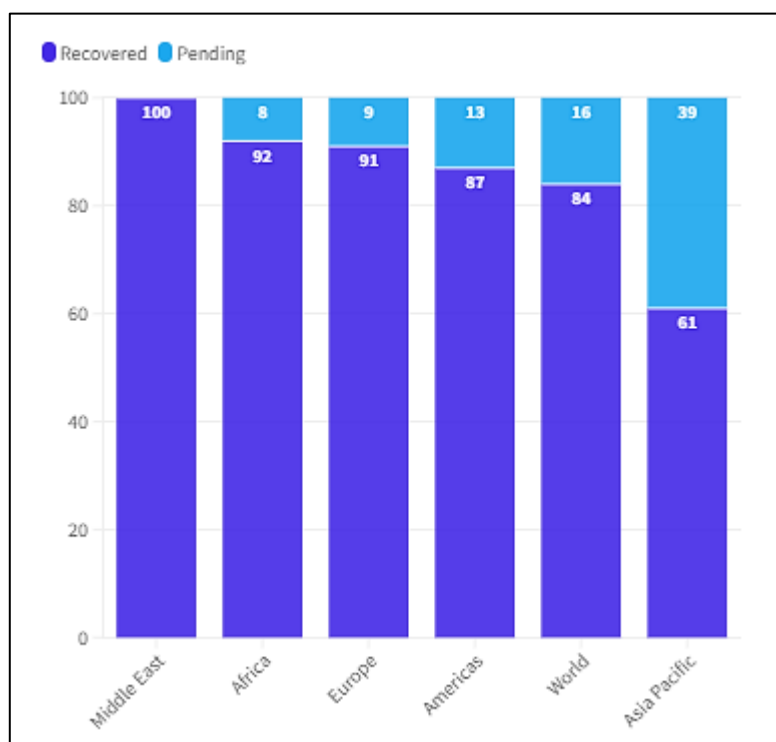
Fuente: Tomado de “El turismo internacional se situó en 2022 al 63% del nivel previo a la pandemia con Europa y Oriente Medio a la cabeza”, por Organización Mundial de Turismo (OMT), s.f.-c (<https://www.unwto.org/es/evaluacion-del-impacto-de-la-covid-19-en-el-turismo-internacional>).

Por otro lado, la situación hasta el segundo trimestre de 2023 presenta cifras que se acercan aún más a una recuperación total. Solamente en este periodo se movilizaron 235 millones de turistas (84%) en viajes internacionales, superando a 2022. A nivel regional (ver Figura 9), Medio Oriente tuvo los mejores resultados con una recuperación del 100%, luego se posiciona África con un 92%, Europa con 91%, Américas con el 87% y finalmente Asia y Pacífico con 61% (OMT, 2023).

Asimismo, el gasto de los turistas internacionales logró el 64 % de los números prepandémicos, -36 % respecto a 2019. El panorama para este año es satisfactorio, no obstante, los conflictos bélicos y las actuales olas migratorias pueden frenar el progreso conseguido hasta ahora por posibles nuevos impedimentos de movilización (OMT, 2023).

Figura 9

Llegada de turistas internacionales: Porcentaje de los niveles de 2019 recuperados en el primer trimestre de 2023



Fuente: Tomado de “Nuevos datos apuntan a una recuperación total del turismo con un vigoroso arranque en 2023”, por Organización Mundial de Turismo (OMT), 2023. (<https://www.unwto.org>).

4.2 Sector Turístico del Ecuador

Con el objetivo de analizar la evolución del turismo en el Ecuador, se partirá de un breve recuento histórico para luego exponer estadísticas que reflejen la situación actual de la industria.

En primer lugar, el interés por el desarrollo turístico de Ecuador surgió en 1926 durante el gobierno de Isidro Ayora, mediante la designación de delegaciones en embajadas y consulados para brindar información y promoción turística a nivel internacional. Para 1935, ya se contaba con la primera Ley de turismo cuyo objetivo era la protección de los turistas en el territorio y la conservación de la flora y fauna nacional especialmente la contenida en las Islas Galápagos (Llugsha y Camacho., 2021).

Años después, en 1992, se creó el Ministerio de Turismo como órgano rector de la actividad a nivel nacional. Posteriormente, se desarrollaron otros marcos legales, subrayando la importancia de la planificación y el control de la oferta turística. Este proceso evolucionó hacia la descentralización de las competencias turísticas a cargo de cada Gobierno Autónomo

Descentralizado, adjudicándoles la responsabilidad de ejecutar estrategias en el marco de los objetivos determinados a nivel país (Llugsha et al., 2021).

Por otro lado, al igual que en otros países de Sudamérica, el Ecuador se ha visto afectado por conflictos políticos y de seguridad que han incidido en la variación de las cifras turísticas tanto a nivel nacional como internacional. A pesar de ello, no existe duda que una de las crisis que marcó la actividad de manera significativa fue la pandemia por Covid-19.

Antes de la aparición del Coronavirus, las estadísticas de llegadas internacionales se mantuvieron estables durante cinco años. En la Figura 10, con base en la información del Ministerio de Turismo (2023a), se observa que, en el año 2015, se recibieron 1.544.463 turistas; en 2016, 1.418.159; en 2017, 1.608.473; en 2018, 2.427.660 y en 2019, 2.043.993 visitantes.

Es notorio el descenso de las cifras durante los años 2016 y 2017, esto debido al terremoto ocurrido en abril de 2016, aunque se visualiza una recuperación positiva para los años 2018 y 2019.

Figura 10

Llegadas Internacionales a Ecuador de 2015 a 2019



Fuente: Adaptado de *Entradas Internacionales Anuales*, por Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), 2023a. Visualizador de Información Turística del Ecuador. (<https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>).

Igualmente, el turismo se convirtió en la tercera fuente de ingresos no petroleros después del banano y el camarón contribuyendo en 2019 con \$2.288 millones de dólares a la economía ecuatoriana, con una participación total del 2,2% sobre el PIB nacional. Además, se crearon

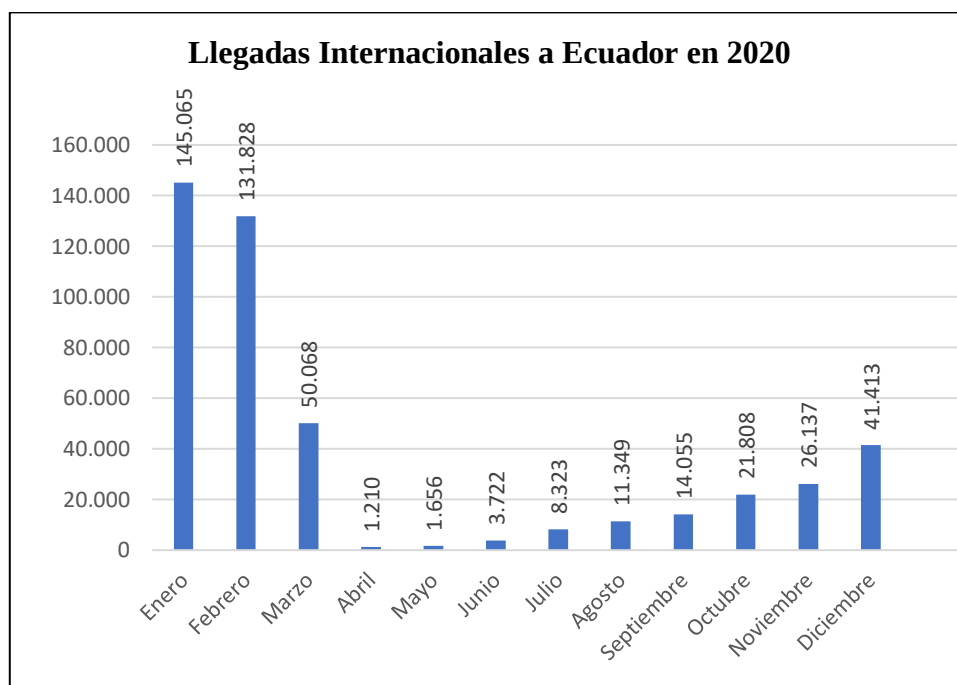
cerca de 477.382 empleos en los sectores de restauración y hotelería (Ministerio de Turismo, 2020).

Este escenario cambió totalmente para 2020 con las restricciones impuestas a nivel mundial como se detalló en el apartado anterior. Esto provocó un decremento de 70,2% en la llegada de extranjeros con respecto al año 2019, lo que equivale a un total de 456.634 llegadas en el año (Ministerio de Turismo, 2021).

En la Figura 11, se puede apreciar que las cifras de los meses de enero y febrero son altas en comparación con marzo, abril y mayo a causa del cierre de fronteras y la suspensión de vuelos comerciales, medidas declaradas el 18 de marzo de 2020. Desde el mes de junio, los números empiezan a crecer gradualmente a consecuencia de la apertura de fronteras aéreas para vuelos domésticos e internacionales (Ministerio de Turismo, 2021), cerrando el año con el arribo internacional de 41.413 turistas.

Figura 11

Llegadas Internacionales mensuales a Ecuador en 2020



Fuente: Adaptado de *Llegada de extranjeros (Millones de movimientos)*, por Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), 2021. Informe de Rendición de Cuentas de 2020. (<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-2020.pdf>).

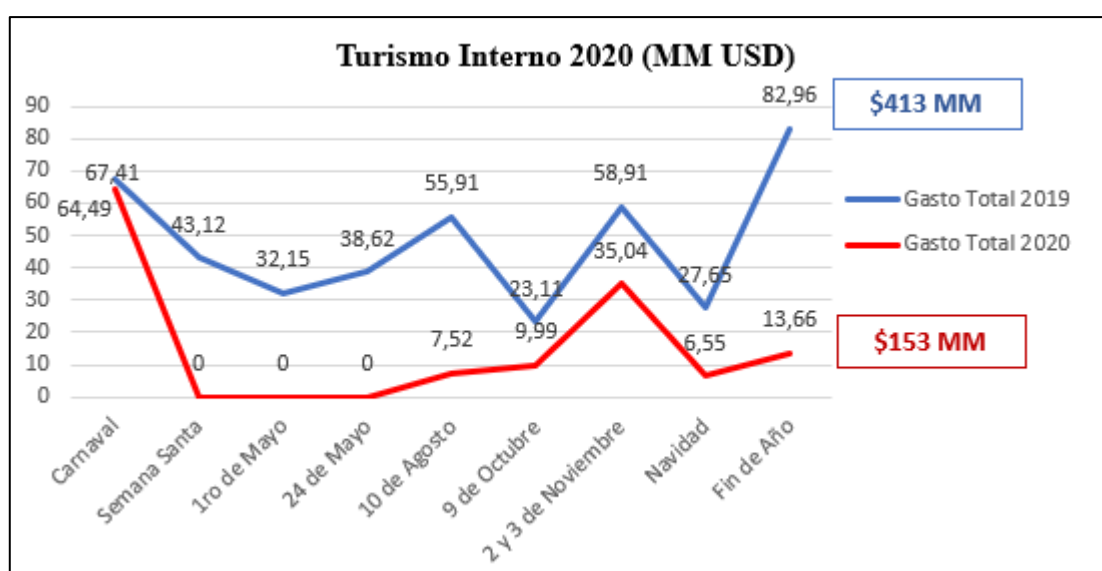
Durante ese año, los ingresos por turismo representaron la sexta fuente de ingresos no petroleros, contribuyendo con \$524 millones de dólares. Además, la contribución directa del

turismo al PIB nacional alcanzó el 1,2%. También, existió una disminución de 31,81% con proporción a diciembre 2019 en el empleo turístico (Ministerio de Turismo, 2021).

En cuanto al turismo interno, se estima que se realizaron cerca de 1,5 millones de viajes a nivel nacional, aportando a la economía nacional \$153 millones de dólares (Ministerio de Turismo, 2021). Como se visualiza en la Figura 12, en 2019 el turismo interno recaudó por gasto turístico \$413 millones de dólares, presentando una variación considerable con respecto al 2020.

Figura 12

Gasto Turístico Interno en 2019 y 2020



Fuente: Los datos presentados se basan en la encuesta de alojamiento y gasto durante feriados nacionales del Departamento de Inteligencia de Mercados del MINTUR. Adaptado de *Turismo Interno 2020*, por Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), 2021. Informe de Rendición de Cuentas de 2020. (<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-2020.pdf>).

Para afrontar esta situación el Ministerio de Turismo en conjunto con el Comité Nacional de Operaciones de Emergencia acordaron ejecutar las siguientes resoluciones para reactivar el sector turístico (Ministerio de Turismo, 2021):

- Apertura de operaciones aéreas
- Apertura de las diferentes Áreas Protegidas (se incluye el Parque Nacional Galápagos)
- Reapertura progresiva de balnearios
- Levantamiento de medidas de restricción en relación a reuniones corporativas y académicas de menos de 25 personas.

- Utilización total del aforo en alojamientos, excepto en espacios comunes para los que se establece un aforo del 30%.

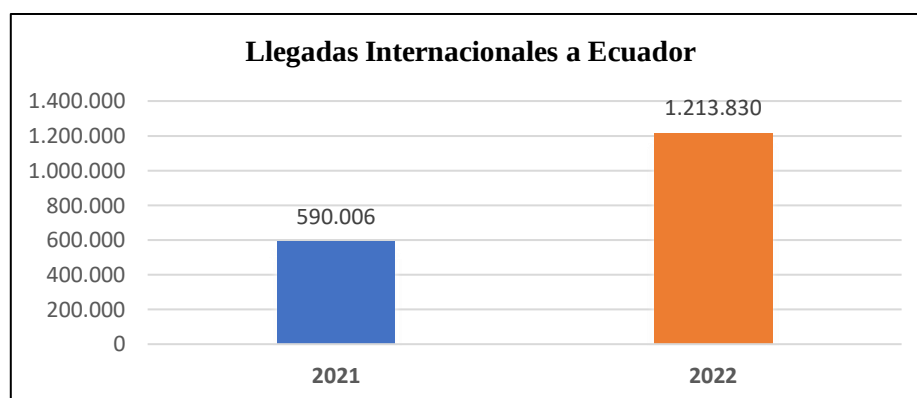
En el caso de las operaciones aéreas, el 14 de septiembre de 2020 se abrieron al 100% los servicios nacionales e internacionales con el 70% de aerolíneas activas, convirtiéndose en el segundo país de Latinoamérica con mayor recuperación en la conectividad aérea (Ministerio de Turismo, 2021).

Por otra parte, se implementaron capacitaciones para el manejo bioseguro de negocios turísticos y el uso de e-commerce y marketing digital para la optimización de ventas. Además, se establecieron protocolos para todas las actividades incluidas dentro la oferta turística nacional, lo que permitió en agosto de 2020 obtener el sello “Safe Travels” como Destino Turístico Seguro, otorgado por World Travel & Tourism Council (Ministerio de Turismo, 2021).

En los años subsiguientes, se percibe una recuperación progresiva en el número de llegadas de turistas internacionales como se muestra en la Figura 13.

Figura 13

Llegadas Internacionales en 2021 y 2022



Fuente: Adaptado de *Informe de Rendición de Cuentas de 2022*, por Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), 2023b. (<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/Informe-Rendicion-de-Cuentas-2022-Textual.pdf>).

Para 2021, llegaron 590.006 visitantes extranjeros a Ecuador, teniendo un crecimiento de 25.8% sobre 2020. En 2022, esta cifra alcanzó 1.213.830 arribos internacionales con un incremento de 105,7% con relación al año 2021 (Ministerio de Turismo, 2023b).

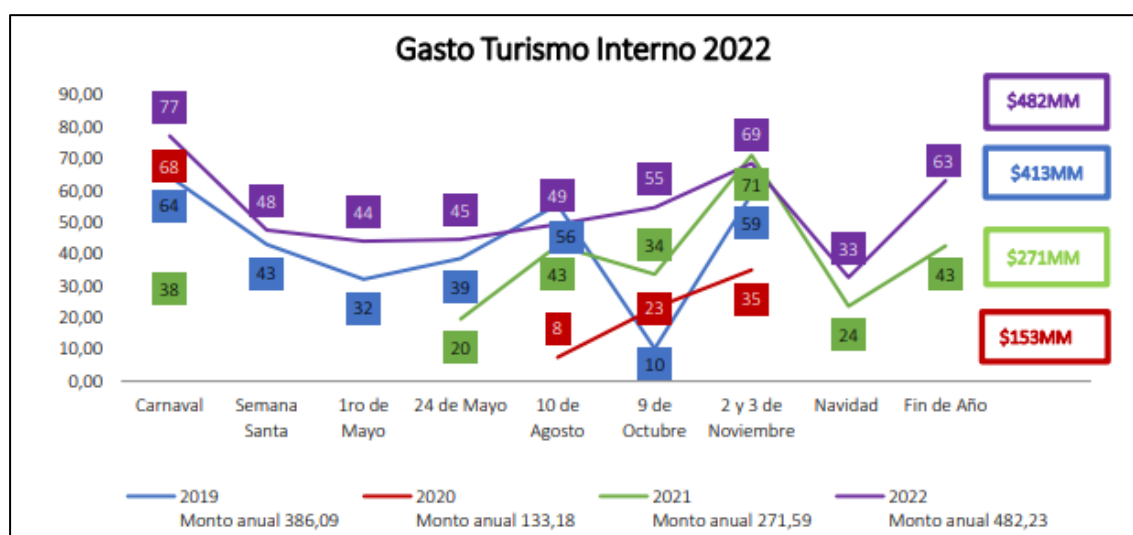
Acerca del aporte económico a la economía nacional, en 2021 la actividad contribuyó con \$ 678,68 millones de dólares posicionándose como la quinta fuente de ingresos no

petroleros. En el año 2022 el turismo tuvo una recuperación respecto al año 2021, pues representó la tercera fuente de ingresos no petroleros, proporcionando \$1.802,80 millones de dólares. De igual manera, el empleo en el sector turístico sumó 532.908 puestos en 2022, superando los niveles prepandémicos (Ministerio de Turismo, 2023b).

Continuando con la participación del turismo interno (ver Figura 14), en 2022 se alcanzó \$482 millones de dólares en gasto turístico durante los nueve feriados nacionales, sobrepasando los \$413 millones de 2019 y con un incremento del 17% sobre 2021 (Ministerio de Turismo, 2023b).

Figura 14

Análisis del Gasto Turístico Interno desde 2019



Fuente: Los datos presentados se basan en la encuesta de alojamiento y gasto durante feriados nacionales del Departamento de Inteligencia de Mercados del MINTUR. Tomado de *Gasto Turismo Interno 2022*, por Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR), 2023b. Informe de Rendición de Cuentas de 2022. (<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/Informe-Rendicion-de-Cuentas-2022-Textual.pdf>).

En lo que va del año 2023, se ha obtenido 1.060.535 millones de visitas internacionales. Asimismo, el Ministerio de Turismo puso en marcha el Plan de Promoción 2023, que tiene el objetivo de duplicar las cifras turísticas de 2022, con una inversión de 7,5 millones de dólares para las distintas estrategias de marketing, como la asistencia a eventos internacionales y el fortalecimiento de programas como “Emprende Turismo” destinado a pequeñas y medianas empresas del sector (Ministerio de Turismo, 2023c).

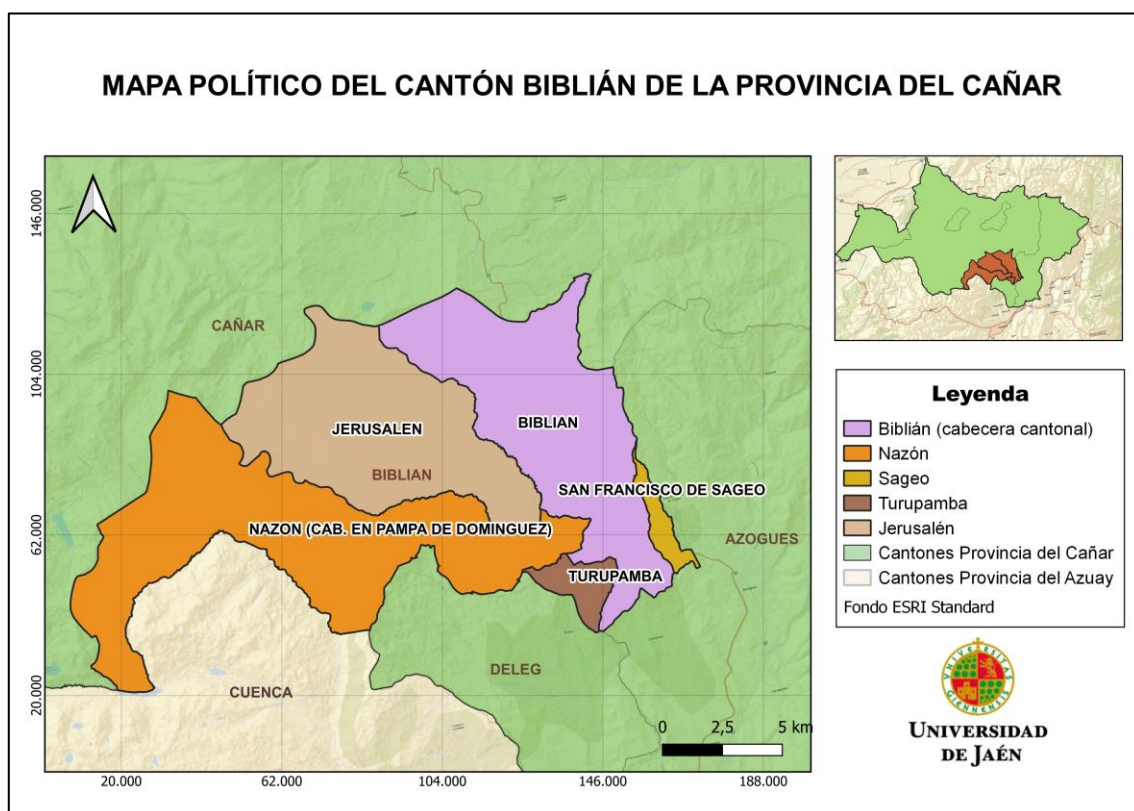
Según el World Travel & Tourism Council (2023), se estima que el sector turístico de Ecuador representará el 4,4% de la economía nacional al finalizar en año, valor que se traduce

a más de 5 millones de dólares. Al mismo tiempo, se proyecta que se superará los 410 mil empleos creados en el país en torno a esta industria.

4.3 Sector Turístico de Biblián

Figura 15

Mapa del Cantón Biblián



Fuente: Elaboración propia a partir de las capas de información geográfica básica del IGM de libre acceso, por Instituto Geográfico Militar, 2013.

El cantón Biblián se ubica en la provincia de Cañar, al sur del Ecuador, abarcando una superficie de 232 km. Limita con el cantón Cañar al norte y oeste, al sur con los cantones Délé y Cuenca y al este con Azogues. Administrativamente, se divide en una parroquia urbana que corresponde a su cabecera cantonal, Biblián, y cuatro parroquias rurales que incluyen Nazón, San Francisco de Sageo, Turupamba y Jerusalén como se observa en la Figura 15 (Unidad de Cultura y Turismo, 2022).

Según proyecciones del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2022), Biblián cuenta con 24.025 habitantes, representando el 16.8% del total provincial. Dentro de Las principales actividades económicas incluyen la agricultura y la ganadería, con un significativo 45 % de la población económicamente activa involucrada en estos sectores,

seguido de las industrias manufactureras con el 9%, el comercio 9%, la construcción 7%, transporte 5% y actividades de alojamiento y restauración 1% (Unidad de Cultura y Turismo, 2022).

Gracias a sus condiciones ambientales y campos fértiles, las actividades ganaderas y agrícolas son las más desarrolladas a nivel cantonal, convirtiéndose en un referente de la producción de lácteos y derivados en el país. Este auge económico ha generado varios empleos directos e indirectos convirtiéndose en el sector con mayor peso socioeconómico en la zona. Por ello las principales estrategias planificadas para la gestión turística del cantón se centran en la diversificación de la oferta basada en el agroturismo (M. Rivera, comunicación personal, 17 de julio de 2023).

En cuanto al desarrollo del turismo en Biblián por parte del sector público, se puede considerar que es una tendencia relativamente reciente. Esto se evidencia con la designación oficial de la técnica de turismo, Ing. Micaela Rivera, por parte de la Unidad de Turismo y Cultura en 2021 y la adecuación de la oficina para información turística (ITUR). Posteriormente, se publica la ordenanza para la regulación de las actividades turísticas y se implementa el plan de desarrollo turístico cantonal, el cual fue elaborado con un enfoque de recuperación postcovid en concordancia con los planes pilotos del Ministerio de Turismo, teniendo en cuenta las fortalezas de Biblián como un destino natural y cultural (Unidad de Cultura y Turismo, 2022).

1.1. Oferta Turística de Biblián

El cantón Biblián posee en su inventario 17 atractivos turísticos distribuidos entre las cinco parroquias y que constan dentro de las fichas aprobadas por el Ministerio de Turismo. A continuación, se enlistan en la Tabla 2:

Tabla 2

Atractivos Turístico de Biblián

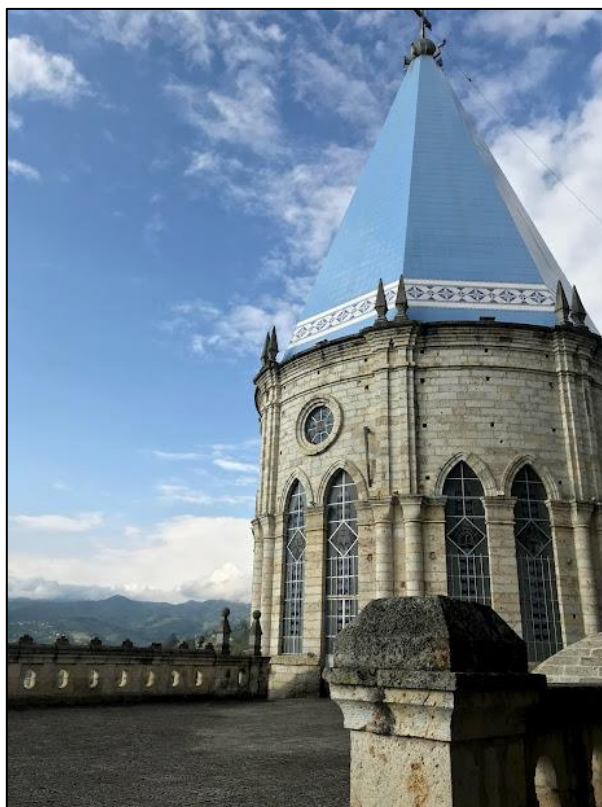
Nombre del Atractivo	Categoría	Parroquia de localización
Cerro Charón Ventanas	Atractivo Natural	Biblián (Cabecera Cantonal)
Fiesta de Carnaval	Manifestación Cultural	Nazón
Centro Histórico de Biblián	Manifestación Cultural	Biblián (Cabecera Cantonal)
Fabricación de Productos Lácteos	Manifestación Cultural	Biblián (Cabecera Cantonal)
Granja Burgay	Manifestación Cultural	Jerusalén
Iglesia de San José de Biblián	Manifestación Cultural	Biblián (Cabecera Cantonal)
Laguna Tushín Burgay	Atractivo Natural	Jerusalén
Línea Férrea	Manifestación Cultural	Biblián (Cabecera Cantonal)
Obelisco de Verdeloma	Manifestación Cultural	Nazón
Playas de Fátima	Atractivo Natural	Nazón
Sombreros de paja toquilla	Manifestación Cultural	Biblián (Cabecera Cantonal)
Cerro Padre Rumi	Atractivo Natural	Jerusalén
Hormado de sombreros	Manifestación Cultural	Biblián (Cabecera Cantonal)
Fiesta de la Virgen del Rocío	Manifestación Cultural	Biblián (Cabecera Cantonal)
Las Cascaritas (gastronomía)	Manifestación Cultural	Biblián (Cabecera Cantonal)
Santuario de la Virgen del Rocío	Manifestación Cultural	Biblián (Cabecera Cantonal)
Área de Bosque y Vegetación	Atractivo Natural	San Francisco de Sageo
Protectora Cubilán		

Fuente: Tomado de *Fichas para el levantamiento y jerarquización de atractivos turístico*, por Unidad de Cultura y Turismo del Cantón Biblián, 2023. Acorde al formato delimitado por el Ministerio de Turismo del Ecuador para todos los cantones.

De entre estos atractivos, el más destacado es el Santuario de la Virgen del Rocío (ver Figura 16), siendo denominado como el producto estrella del cantón debido a su historia, importancia religiosa, riqueza arquitectónica y las facilidades turísticas que posee como accesibilidad universal, guianza bilingüe, señalización y senderos demarcados. Además, en este espacio se llevan a cabo importantes eventos culturales siendo escenario de conciertos de música clásica y recorridos temáticos.

Figura 16

Santuario Virgen del Rocío



Fuente propia

Con respecto a su planta turística, ésta se compone de 1 hotel, 4 establecimientos de restauración, 5 centros de intermediación y operación, 1 balneario y 1 sala de recepciones y banquetes. De manera adicional, se citan los servicios complementarios del cantón como 9 establecimientos de seguridad (8 unidades de policía y 1 estación de bomberos), 4 centros de salud, 5 instituciones bancarias y 2 gasolineras (Unidad de Cultura y Turismo, 2022).

Sobre la infraestructura de conexión, existen tres vías de enlace interestatal de primer y segundo orden que son la Autopista, Avenida Alberto Ochoa y la Panamericana Sur y, por otra parte, la red secundaria local formada por alrededor de 300 vías designadas como vías de tercer y cuarto orden. Acerca de la comunicación, Biblián cuenta con 8 empresas operadoras de telefonía e internet. Igualmente, cuenta con sistemas de sanidad, alcantarillado, servicios de luz, agua y recolección de desechos, concentrados mayormente en la parte urbana (Unidad de Cultura y Turismo, 2022).

4.3.1 Demanda Turística

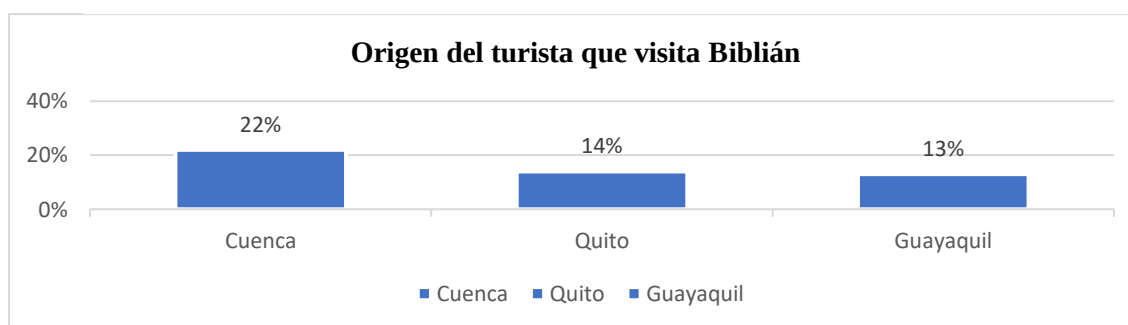
La Unidad de Cultura y Turismo al encontrarse en fase de organización no cuenta con un sistema para la recolección de datos estadísticos que mida el flujo turístico y su

caracterización como tal, por lo que solo se dispone de un perfil de turista construido en 2022 a partir de la colaboración académica con la Universidad Nacional de Chimborazo para la elaboración de un Plan de Marketing Turístico para el cantón.

Acorde a este estudio estadístico, el turista que visita Biblián es nacional, proveniente de las provincias de Guayas, Pichincha y Azuay, en especial de la ciudad de Cuenca con un 22% de visitantes entrevistados (ver Figura 17), esto debido a su cercanía con esta ciudad. Además, la mayoría de turistas se encuentran en el rango de 21-30 años de edad representando un 48%, seguido de turistas de 31-40 años con un porcentaje del 24%, con ingresos mensuales aproximados de \$700 a \$1000 dólares y cuyos medios de información suponen las recomendaciones familiares y redes sociales (67%) (Orozco y Sarmiento, 2022).

Figura 17

Ciudades de las que proviene el turista que visita Biblián



Fuente: Adaptado de *Propuesta de Plan de Marketing Turístico para el Cantón Biblián*, por Orozco y Sarmiento, 2022. Universidad Nacional de Chimborazo.

Su principal motivación de traslado es el turismo y recreación, viajan en familia, sin embargo, el 73% afirma que no pernocta en la ciudad, convirtiendo a este lugar en un destino de paso con un gasto turístico de entre \$20 y \$30 dólares durante su estancia. Por otro lado, se conoce que los atractivos más visitados son el Santuario de la Virgen del Rocío, los tejidos de paja toquilla y las cascaritas como la parte gastronómica, calificando a su experiencia como buena en cuanto calidad de servicios y precio (95%) (Orozco y Sarmiento, 2022).

Con relación a su situación actual, la tipología turística más desarrollada es la religiosa, a razón de la concurrencia al Santuario de la Virgen del Rocío sobre todo en el mes de agosto, en donde se lleva a cabo las festividades en su honor, siendo notoria una mayor afluencia durante esta época del año. También tienen importancia las tipologías: cultural, ecoturística y comunitaria, para las cuales se destinaron ciertos programas del plan de desarrollo turístico cantonal y que se encuentran en su segundo año de ejecución (Unidad de Cultura y Turismo, 2022).

Hay que destacar que la Unidad de Cultura y Turismo tiene el objetivo a largo plazo de implementar las tipologías gastronómica y agroturística con el fin de incentivar y promover las principales actividades socioeconómicas del cantón. En otro orden, se trabaja para la incorporación de Biblián al programa nacional de Pueblos Mágicos, por lo que se ha propuesto la impartición de capacitaciones para servidores turísticos y el seguimiento reglamentario ordenado por el Ministerio de Turismo para la obtención de licencias de funcionamiento, en conjunto con los proyectos mantenidos dentro la Mancomunidad Cañari y Fons Valencià (M. Rivera, comunicación personal, 17 de julio de 2023).

CAPITULO V

DESCRIPCIÓN Y RESULTADO DE LAS PRÁCTICAS

En este capítulo se detallarán las distintas actividades realizadas durante las 200 horas de prácticas dentro de la Unidad de Cultura y Turismo del cantón Biblián. Se proporcionará información detallada de las tareas asignadas, así como documentación visual.

5.1 Atención al turista

Como se mencionó anteriormente, la oficina turística opera dentro de la Unidad de Cultura y Turismo. Este espacio se encarga de suministrar toda la información necesaria para el turista durante su estancia como mapas, recomendaciones, rutas sugeridas y horarios de atención (ver Figura 18). Para la ejecución de esta actividad, se me realizó una inducción sobre la información contenida en cada folleto y los puntos específicos a explicar dependiendo del objetivo de la visita y los intereses del turista.

Figura 18

Estudiante prestando servicios de información turística

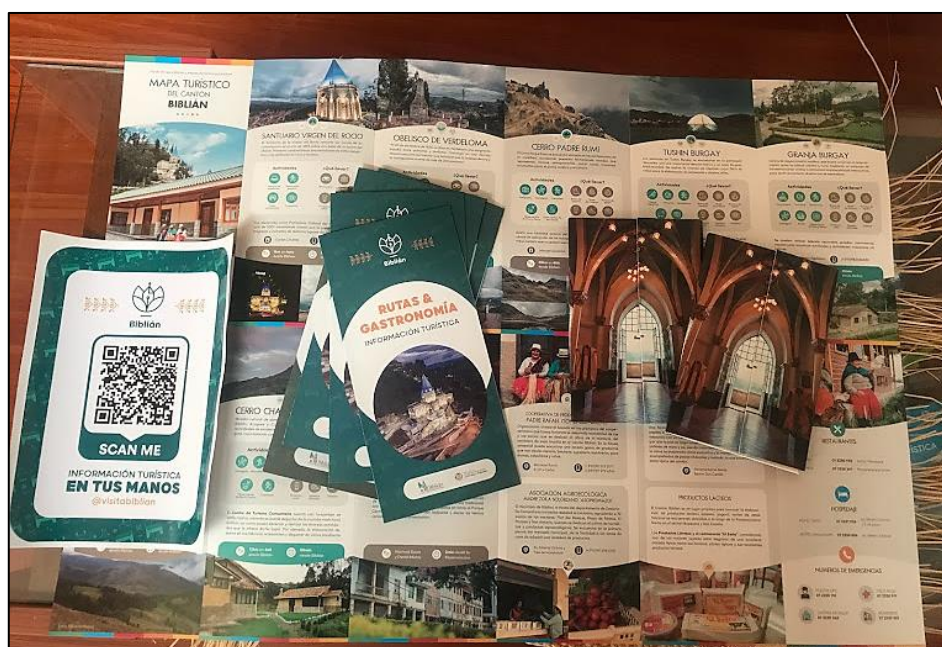


Fuente propia

En este sentido, se dispone de material sobre los sitios turísticos existentes, su localización y las actividades a realizar. Mi trabajo consistió en la preparación del kit de información, como se aprecia en la Figura 19, que incluye un mapa turístico oficial de Biblián, un folleto detallando rutas y opciones gastronómicas, un paquete de postales representativas del cantón y un volante escaneable con enlace a la oferta de restauración y servicios de transporte terrestre. Posterior a la entrega de los impresos descritos, se redireccionaba al turista al parque central ubicado a 200 metros de la oficina para el inicio de su recorrido.

Figura 19

Material turístico promocional de Biblián



Fuente propia

De forma complementaria, se proporcionó información específica para estudiantes e investigadores y este servicio se vinculaba estrechamente con la Biblioteca Municipal, en el caso de necesitar datos históricos. Además, se ofrecían recomendaciones para la conservación ambiental dentro de espacios naturales y se comunicaban las prohibiciones establecidas para la visita a zonas protegidas.

5.2 Organización de rutas turísticas en colaboración con la Mancomunidad Cañari

Durante mi periodo de prácticas, se llevaron a cabo dos rutas turísticas académicas organizadas bajo un convenio interinstitucional con la Mancomunidad Cañari y el Centro de Educación Inicial UNAE, con el objetivo de dar a conocer los atractivos turísticos de la provincia del Cañar (ver Anexo 1). En este contexto, Biblián, como miembro de la

Mancomunidad Cañari contribuyó a través de la Unidad de Cultura y Turismo, con la planificación y ejecución de la ruta concerniente a sus recursos turísticos cantonales.

Como practicante, me correspondió diseñar el itinerario, establecer el presupuesto, y gestionar la logística relacionada con la alimentación, el transporte y la comunicación con los diversos servicios turísticos necesarios para este proyecto. La programación de las actividades se llevó a cabo en colaboración con la técnica de turismo de la Mancomunidad Cañari, quien se encargó de contactar y gestionar los permisos con las autoridades de la institución educativa.

Ambas rutas estuvieron dirigidas a niños de entre 6 a 8 años, estableciendo un recorrido breve que incluyó el centro histórico de Biblián, una visita a una escuela local y una guía por la Granja Burgay. En cuanto al tema de proveedores, se desarrolló un acuerdo para utilizar el servicio de transporte turístico en forma de chiva tipo tren (ver Figura 20), operada por emprendedores locales, incluyendo refrigerios y servicios de guía en el trayecto. En la Granja Burgay, se coordinó la visita a corrales, jardines botánicos y senderos naturales, culminando con una charla sobre educación ambiental (ver Figura 21).

Figura 20

Chiva tipo tren dentro de las rutas turísticas académicas



Fuente propia

Figura 21

Recorrido por corrales de la Granja Burgay



Fuente propia

Con relación a la operación de la ruta, se me asignó la bienvenida a los visitantes, la explicación del itinerario, el establecimiento de reglas y la entrega de material promocional, además del manejo de pagos a proveedores y el cumplimiento de horarios establecidos para cada actividad. Posterior a la finalización del recorrido, se llenó un informe de actividades externas en la plataforma municipal como parte protocolaria del sistema administrativo central.

5.3 Colaboración en eventos culturales del cantón Biblián

En el mes de mayo se desarrolló la transición de alcalde para el periodo 2023-2027, para lo cual la Unidad de Cultura y Turismo participó dentro de la organización del evento de posesión oficial de la nueva alcaldesa electa, Tnlga. Amelia Idrovo. Mi labor consistió en la preparación de la logística correspondiente a la supervisión del protocolo ceremonial establecido, así como la asistencia a la técnica de turismo en la coordinación con los proveedores designados (ver Figura 22).

Figura 22

Evento de posesión de nuevas autoridades del Cantón Biblián



Fuente propia

El segundo evento en el que colaboré por medio de la Unidad de Cultura y Turismo, fue el pregón por los 79 años de Cantonización de Biblián. Para esta fiesta se acostumbra a organizar un desfile cívico en alusión a las tradiciones del cantón, haciendo partícipe a instituciones educativas, empresas públicas y personajes destacados de la ciudadanía. En este sentido, yo tuve a cargo la sincronización de los grupos folklóricos, musicales y establecimientos participantes con los espacios y horarios definidos para cada uno (ver Figura 23). Al mismo tiempo, asumí la responsabilidad de guiar a visitantes y brindarles información sobre la historia y costumbres del lugar.

Figura 23

Grupo Folklórico en desfile cívico



Fuente propia

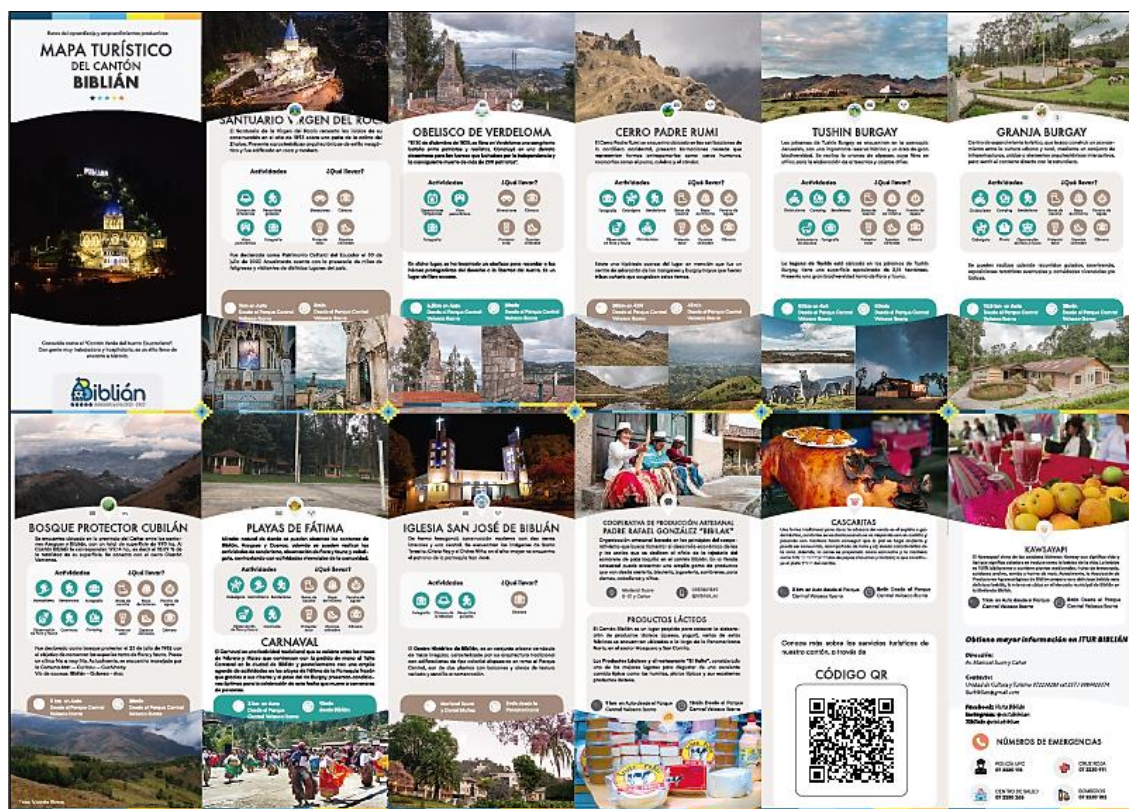
5.4 Actualización de material turístico promocional para la Oficina de Información Turística de Biblián (ITUR)

Dentro de la planificación mensual de la Unidad de Cultura y Turismo, se contemplaba la actualización de los folletos turísticos destinados a los visitantes del cantón, específicamente para el evento de celebración del Día Mundial del Turismo en septiembre.

Se me asignó la tarea de recopilar información para contrastarla con la ya existente en las fichas de atractivos turísticos de la Unidad de Cultura y Turismo. En este proceso, llevé a cabo la actualización del Mapa Turístico del Cantón Biblián (ver Figura 24), incorporando descripciones de recursos, distancias, actividades recreativas, recomendaciones para la visita y contactos de información. Para el diseño y la diagramación, conté con el apoyo del Departamento de Comunicación del GAD de Biblián, con quienes colaboré en la definición de las fotografías y la configuración para posterior impresión.

Figura 24

Mapa Turístico de Biblián actualizado



Fuente propia

De igual manera, organicé la información del catastro turístico del cantón (planta turística) para crear un folleto informativo para completar el kit turístico (ver Figura 25). Este material no existía en el ITUR, por lo que realicé trabajo de campo para verificar direcciones e

información de contacto de aquellos servidores turísticos que no constaban en los archivos administrativos.

Figura 25

Folleto de Catastro Turístico de Biblián actualizado



Fuente propia

En relación al folleto de Rutas y Gastronomía (ver Figura 26), añadí información concerniente a los itinerarios de recorridos, especificaciones como la distancia, duración, información climatológica y recomendaciones generales. Estos datos fueron obtenidos por medio de la información existente en proyectos comunes con el Ministerio de Turismo Zonal de Cañar. Hay que señalar que el Departamento de Comunicación participó en el proceso de diseño de todo el material promocional actualizado, al que se sumaron otros souvenirs.

Adicionalmente, estos diseños fueron insertados en las redes sociales oficiales de turismo de Biblián, @visitabiblian, para promover los productos turísticos cantonales bajo una misma propuesta gráfica, lo cual contribuye a que los mercados objetivos identifiquen la marca Biblián de manera efectiva.

Figura 26

Folleto de Rutas y Gastronomía actualizado



Fuente propia

5.5 Difusión de información entre servidores turísticos para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)

La emisión de la Licencia Única Anual de Funcionamiento es una de las competencias de la Unidad de Cultura y Turismo, que tiene por objeto la verificación de los servicios de los prestadores turísticos y el cumplimiento de los requisitos técnicos obligatorios a nivel nacional. Como parte de las funciones de las autoridades de turismo, consta la difusión de información sobre esta licencia y la orientación en su proceso de obtención.

En el mes de abril se aprobó una modificación en la Ordenanza de Turismo con respecto a los requisitos para la adquisición de la LUAF, específicamente un requerimiento sobre el uso de suelo municipal, reemplazándolo por un informe de compatibilidad de uso de suelo, lo cual facilita el desarrollo del trámite en la Dirección de Planificación Cantonal. Además, se incorporó la observancia del Código de Prevención de la Explotación Sexual de Niñas, Niños y Adolescentes en los establecimientos de alojamiento.

Mi participación en esta actividad implicó visitar todos los proveedores turísticos registrados en los archivos municipales para darles a conocer estas reformas, ya sea para la

obtención o renovación de la LUAF (ver Figura 27). Posteriormente, se me asignó la tarea de preparar las carpetas, asegurándome de la veracidad de todos los documentos presentados, y después enviarlos a la ventanilla única municipal para la emisión de la licencia oficial.

Figura 27

Visita técnica a operadora de turismo concerniente a la LUAF



Fuente propia

5.6 Gestión interinstitucional en materia de capacitaciones para servidores turísticos

En el contexto del cumplimiento del programa de capacitación contemplado en el Plan de Desarrollo Turístico de Biblián, se desarrollaron dos gestiones para la obtención de capacitaciones dirigidas a los emprendedores turísticos del cantón. Para esta actividad, me responsabilicé del levantamiento de necesidades de los establecimientos sobre los temas que podrían complementar la formación de sus colaboradores, resultando tres cuestiones centrales en relación a las ventas online, importantes para la innovación empresarial:

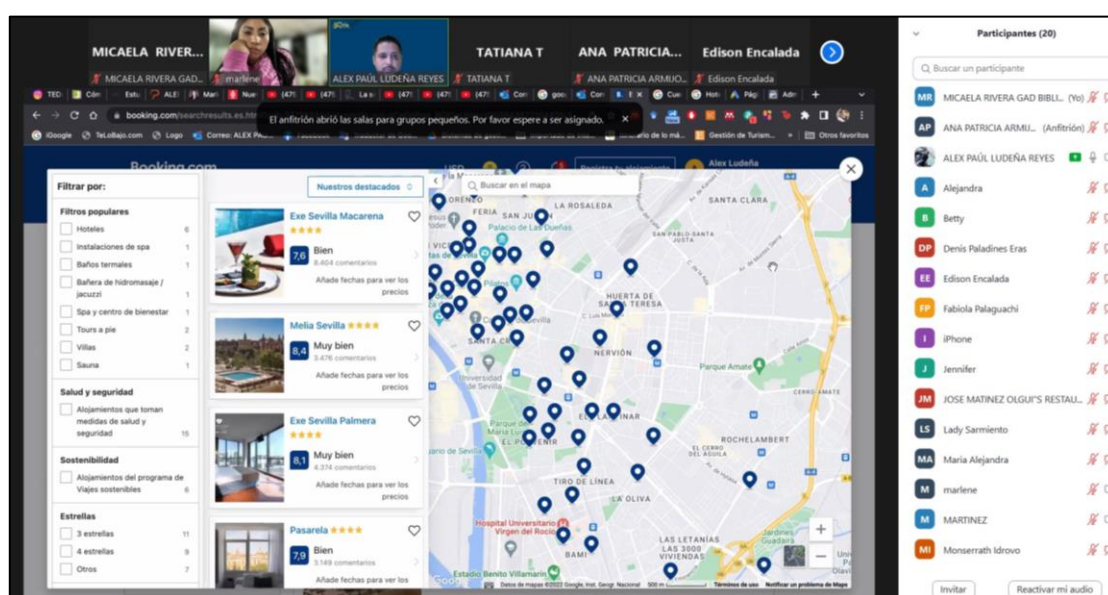
- Gestión de ventas online
- Plataformas de comercio electrónico

- Pago electrónico

Asimismo, gestioné la aplicación del convenio de cooperación interinstitucional entre la Universidad Técnica Particular de Loja y el GAD Municipal de Biblián mantenido desde el año 2021 para la coordinación e impartición de las capacitaciones. Para aquello, fue necesario la creación de oficios y la planificación de reuniones para concretar detalles. Las capacitaciones certificadas se llevaron a cabo del 18 al 20 de septiembre de 2023 en modalidad online (ver Figura 28).

Figura 28

Capacitación sobre uso de herramientas online para ventas



Fuente propia

La segunda gestión se realizó con la Alianza Francesa de Cuenca para la formación de guías locales en el aprendizaje del francés orientado al turismo. En este caso, esta capacitación se planea efectuar el próximo año debido al proceso para la formalización de convenios interinstitucionales con entidades públicas.

5.7 Elaboración de matrices requeridas para la postulación al programa “Pueblos Mágicos”

El programa “Pueblos Mágicos” surge como un modelo de gestión que busca promover e impulsar el rescate de la identidad cultural como una base fundamental para la implementación de servicios, productos y experiencias turísticas. Este programa fue establecido a través de una alianza con la Secretaría de Turismo de México en el año 2018. Actualmente,

se incorporó el programa de “Rincones Mágicos” dirigido a localidades con población mayor a 100.000 habitantes (Ministerio de Turismo, s.f.).

A este programa pueden postular los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales por medio de sus departamentos turísticos persiguiendo beneficios como (Ministerio de Turismo, s.f.):

- Promoción a nivel nacional e internacional, gracias a la difusión de los productos turísticos en ferias, workshops y campañas promocionales.
- Asistencia técnica especializada para el fortalecimiento del sector turístico y la calidad turística.

Acorde a la Guía Metodológica del Ministerio de Turismo (2022), un destino turístico puede alcanzar la declaratoria si logra acumular de entre 80 a 100 puntos dentro de las cuatro fases del proceso, las cuales son:

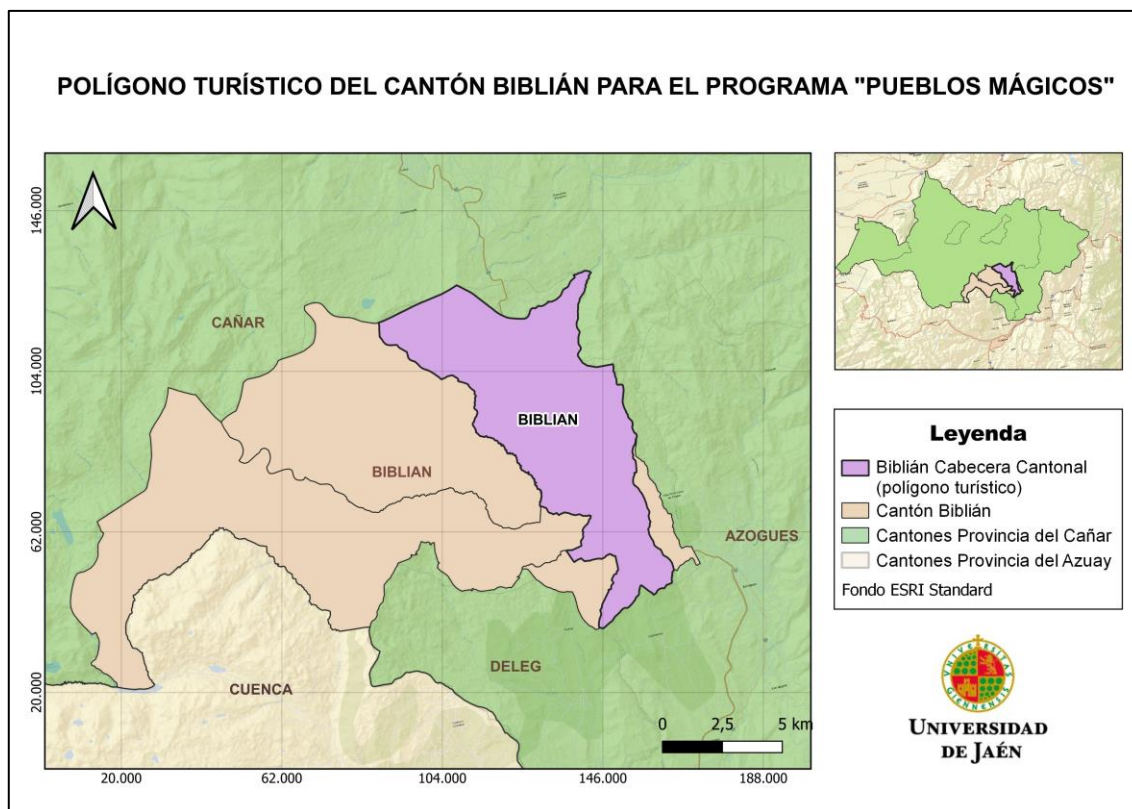
1. Presentación de documentación requerida
2. Evaluación de cumplimiento de requisitos
3. Visita técnica de inspección
4. Emisión de informe técnico

En caso de que se obtenga un puntaje de entre 61 a 80 puntos, existe la opción de presentar un Plan de Mejora, que será supervisado por el Ministerio de Turismo, con el objetivo de ingresar posteriormente al programa en una próxima evaluación.

En relación a Biblián, dado que cuenta con una población de menos de 100.000 habitantes y no ostenta la condición de capital de provincia, le corresponde postular para el programa “Pueblo Mágico”. En este sentido, la Unidad de Cultura y Turismo me encargó la preparación de las 11 matrices requeridas para la primera fase del proceso. Esta actividad la cumplí durante todo el periodo de prácticas debido a la demanda de información que necesitaba, para lo cual tuve que recopilar datos por medio de reuniones, entrevistas a actores directos y fuentes primarias.

Figura 29

Polígono Turístico



Fuente: Elaboración propia a partir de las capas de información geográfica básica del IGM de libre acceso, por Instituto Geográfico Militar, 2013.

El proceso se inició con la delimitación del territorio para la presentación de la postulación como se aprecia en la Figura 29. Con base en las directrices de la Guía Metodológica, herramienta empleada para este fin, se eligió la parroquia urbana Biblián (cabecera cantonal) como el polígono turístico⁶ sobre el cual se trabajaron las demás matrices que a continuación serán descritas:

- I. Identidad del Pueblo Mágico:** Descripción sobre los atributos culturales y naturales que le otorgan valor al territorio y los rasgos que se pretenden fomentar con la declaratoria (ver Figura 30):

⁶ Es la zona urbana desarrollada en una determinada área de la localidad, que delimita tanto su valoración y el uso de suelo de comercial, comercial – residencial y absolutamente residencial (MINTUR, 2022).

Figura 30

Primera matriz

1. IDENTIDAD DEL PUEBLO O RINCÓN MÁGICO	
NOMBRE DEL PUEBLO O RINCÓN MÁGICO PROPUESTO	BIBLIÁN
IDENTIDAD DEL PUEBLO O RINCÓN MÁGICO	Biblián es un encantador lugar situado en la provincia del Cañar, conocido por su gran riqueza cultural y belleza natural. Uno de sus principales atractivos es el impresionante Santuario de la Virgen del Rocío, cuya arquitectura e historia cautivan a visitantes locales, nacionales e internacionales. Además, la habilidad artesanal de las talentosas tejedoras de paja toquilla ha permitido la producción de sombreros y diversos accesorios de alta calidad, los cuales actualmente se exportan a países como España e Italia. La gastronomía de Biblián forma parte esencial de su tradición, destacando platos como las deliciosas cascaritas, los lácteos y los bocaditos típicos, que son imperdibles durante una visita a la localidad. Su entorno natural, adornado por majestuosos cerros y montañas, ofrece un escenario ideal para la práctica de actividades de ecoturismo. Aquí, los amantes de la naturaleza pueden disfrutar de hermosos paisajes y participar en emocionantes experiencias al aire libre.

Fuente propia

- II. Atractivos turísticos del Pueblo Mágico:** Registro de la información de todos los atractivos turísticos que estén dentro de la parroquia Biblián. Para esta matriz se utilizaron las Fichas de Atractivos Turísticos registradas en el Ministerio de Turismo (ver Figura 31). Además, se observó que la mayoría de atractivos no disponen de señal ética.

Figura 31

Segunda matriz

2. ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL PUEBLO O RINCÓN MÁGICO PROPUESTO							
Registrar la información de todos los atractivos turísticos del Pueblo o Rincón Mágico propuesto.							
No.	Nombre del atractivo	Nombre del propietario o administrador	Número de contacto	Correo electrónico	Días y horarios de funcionamiento	Jerarquía (*Según ficha de atractivos turísticos MINTUR)	¿Se relaciona con la identidad propuesta del Pueblo o Rincón Mágico? (SI-NO)
1	Santuario de la Virgen del Rocío	Padre Carlos Chu	(+593) (7) 230246	pesanjoseb191@hotmail.com	Todos los días / 9:00 a 18:00	III	SI
2	Fiestas de la Virgen del Rocío	Padre Carlos Chu	(+593) (7) 230247	pesanjoseb191@hotmail.com	Todos los días (Septiembre) / 9:00 a 18:00	III	SI
3	Iglesia de san José de Biblián	Padre Carlos Chu	(+593) (7) 230248	pesanjoseb191@hotmail.com	Todos los días / 7:00 a 20:00	III	
4	Centro Histórico de Biblián	Propietarios de las Viviendas				III	SI
5	Sombreros de Paja Toquilla	Lourdes Cárdena	(+593)992527827	cooprafaelg@gmail.com	Todos los días / 9:00 a 17:00	III	SI
6	Hormado de Sombreros	Luis Naula	(+593)984871049		Todos los días / 8:00 a 17:00	III	SI
7	Las Cascaritas	Leonor Sarmiento	(+593)984338347		Todos los días / 8:00 a 22:00	III	SI

Fuente propia

- III. Establecimientos turísticos y /o productos del Pueblo Mágico:** Detalle de establecimientos relacionados a servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico, operación e intermediación y centros de turismo comunitario. La información se apoyó en el Catastro Turístico de servidores registrados a nivel cantonal (ver Figura 32). Una debilidad que se detectó en el proceso fue la falta de certificaciones acerca de prácticas sostenibles dentro de los establecimientos.

Figura 32

Tercera matriz

3. ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS Y/O PRODUCTIVOS DEL PUEBLO O RINCÓN MÁGICO.						
Registrar la información de todos los establecimientos del Pueblo o Rincón Mágico propuesto relacionados a servicios de alojamiento, alimentos y bebidas, transporte turístico						
No.	Nombre del establecimiento	Tipo de establecimiento	Nombre del propietario	Número de contacto	Correo electrónico	RUC-RIMPE
1	Camping Sageo El	Sala de Recepciones y	Valdivieso Herrera María Luisa	(593) 984904023	inghosteria@gmail	MPE-01016948340
2	Zhalaotours	Transporte Terrestre	Sanango Reinoso Diego	(593) 998210807	uelmalo27@gmail	RUC-019036649900
3	Restaurante El Buen Sabor	Restaurante	Ortiz Alencastro Mérida	(593) 986342112	511ortiz@hotmail	MPE-03007787430
4	Hotel Oasis	Hotel	Dután Tacuri Samuel	(593) 987147296	usticiero69@hotmail	MPE-03012496600
5	Restaurante Manila	Restaurante	Espinoza Campoverde	(593) 072231793	ardoespinoza@hotmail	MPE-03012679510
6	Leo Marisquería	Restaurante	Altamirano Peralta	(593) 992712809	107aperalta86@gmail	MPE-03017315190
7	Rosamelany Tours	Agencia de Viajes Intern	Carrillo Idrovo Carlos Fern	(593) 995652116	nyidrovo@hotmail	MPE-03910056800
8	Tours Ecuayasuní	Operador Turístico	Paladines Eras Denis Oswa	(593) 999253788	uayasuni@hotmail	MPE-03910156350
9	Biblián Tours	Agencia de Viajes Intern	Rivera Martínez Karina	(593) 998168217	antours@hotmail	MPE-03910162670
10	Travelcity - Tour S.A	Agencias de Vajes Dual	Sanango Campos Carlos	(593) 995977344	sanango83@yahoo	MPE-03910224530
11	Agencia de Viajes y Visas	Agencia de Viajes Intern	Torres Mora Tatiana Kath	(593) 962963227	oagenciadeviajes	MPE-03910312740
12	Olguis Restaurant	Restaurante	Inga Cárdenas Olga	(593) 987778499	kinezhiguano@gmail	MPE-03013900190

Fuente propia

- IV. Itinerarios:** Registro de las rutas turísticas ya promocionadas por la Unidad de Cultura y Turismo relacionadas con el polígono turístico que son: Ruta Tren Turístico- Golden Tour, Ruta Tren Turístico - City tour, Ruta de los Quesos y Ruta Tayta Charón Ventanas– Cubilán (ver Figura 33). Se recomendó implementar otras rutas relacionadas a la gastronomía local y el agroturismo para diversificar los productos turísticos existentes.

Figura 33

Cuarta matriz, ejemplo Ruta de los Quesos

4. ITINERARIOS		
NOMBRE DE LA RUTA:		Ruta de los Quesos
DESCRIPCIÓN DE LA RUTA		Recorrido turístico de 26,38 km a bordo del Tren
DURACIÓN (Días):		1 día
PUNTO MÁS ALTO (Altitud):		3,126 m.
TIEMPO DE LA RUTA (h/min/s):		5 horas / 30 minutos
TEMPERATURA (°C):		13 °C
DISTANCIA DE LA RUTA (Km.):		26,38
DIFICULTAD (Alta, Media o Baja):		Media
A	Arte y arquitectura	X
C	Manifestaciones culturales	X
T	Gastronomía	X
I	Paisajismo	
V	Observación de fauna	
I	Observación de flora	
A	Fotografía	
O	Otros	
I	Alojamiento	
O	Alimentación	X
S	Parqueo	X
ITINERARIO		
Hora de inicio	Hora de Fin	Actividades
1. 9h00	1. 9h45	1. Salida desde el Barrio L
2. 9h45	2. 10h00	2. Llegada a la Hacienda E
3. 10h00	3. 10h10	3. Recibimiento y bienven
4. 10h10	4. 11h00	4. Inicio del recorrido inte
5. 11h00	5. 11h45	5. Degustación de quesos
6. 11h45	6. 13h00	6. Recorrido en la Granja de la Hacienda El Bueste
7. 13h00	7. 13h45	7. Almuerzo en la Hacienda El Bueste
8. 13h45	8. 14h30	8. Fin del recorrido y reto
RECOMENDACIONES		
Calzado cómodo, ropa abrigada, y bloqueador solar.		
AGENCIAS DE VIAJES QUE COMERCIALIZAN EL PRODUCTO		
Operadora de turismo Ecuayasuni		

Fuente propia

- V. Iniciativas Locales:** Propuestas y emprendimientos relacionados a la gestión turística del pueblo mágico (ver Figura 34). Para esta matriz tuve el soporte de la Dirección de Desarrollo Económico, que ha impulsado iniciativas como la Tienda Artesanal Bibilak (artesanías en paja toquilla) y Biotienda Bibilak (productos medicinales artesanales). Resulta evidente la falta de iniciativas locales desde el sector privado, lo que se relaciona con la ausencia de inversión turística.

Figura 34

Quinta matriz

5. INICIATIVAS LOCALES				
Iniciativas de souvenirs, artesanías, productos locales, alimentos, bebidas relacionados con la temática del Pueblo o Rincón Mágico				
Nombre del emprendimiento	Nombre del emprendedor	Número de contacto	Correo electrónico	Productos/servicios que oferta
Tienda Artesanal Bibilak	Sra. Sara Lema	0969020116	cooprafael@gmail.com	sombreros, bolsos, accesorios y art.
Biotienda Bibilak	Sra. Trinidad Lema	0969005019		Productos medicinales artesanales,

Fuente propia

- VI. Eventos culturales, gastronómicos, deportivos, recreativos y turísticos desarrollados en el Pueblo Mágico:** Se puntualizan los eventos relacionados con la temática de la zona, refiriendo su temporalidad y su presupuesto estimado (ver Figura 35).

Figura 35

Sexta matriz

6. EVENTOS CULTURALES, GASTRONÓMICOS, DEPORTIVOS, RECREATIVOS Y TURÍSTICOS DESARROLLADOS EN EL PUEBLO O RINCÓN MÁGICO							
Nro.	Actividad	Número de asistentes previsto	Monto	Institución responsable	Fecha de inicio	Fecha de Fin	Temporalidad (Esporádica o permanente)
1	Ferías de Carnaval	2500	8.000	Unidad de Cultura y Turismo	Febrero -marzo	Febrero -marzo	Permanente
2	Biblián Foto Fest	300	500	Unidad de Cultura y Turismo	1-may	2-may	Esporádica
3	Conmemoración de la Declaración	500		Unidad de Cultura y Turismo	30-jul	30-jul	Permanente
4	Fiestas de Cantonización del C	2500	50.000	Unidad de Cultura y Turismo	30-ago	16-ago	Permanente
5	Feria por el Día Mundial del T	200	1.500	Unidad de Cultura y Turismo	27-sep	27-sep	Permanene
6	Noche de luces - Inauguración	500	1.000	Unidad de Cultura y Turismo	15-dic	15-dic	Permanente

Fuente propia

- VII. Acciones promocionales del Pueblo Mágico:** Para esta matriz se utilizó toda la programación de la Unidad de Cultura y Turismo relacionada a la promoción en el mercado nacional e internacional como fam trips y ferias turísticas (ver Figura 36). En este punto se detectó que no existe seguimiento y una posterior evaluación sobre las acciones promocionales, lo que dificulta conocer su efectividad.

Figura 36

Séptima matriz

7. ACCIONES PROMOCIONALES DEL PUEBLO O RINCÓN MÁGICO						
Nro.	Actividad	Resultado esperado	Monto	Institución responsable	(Local, nacional, extranjero)	Ciudad(es)
1	Foto Fest Biblián 2021	Incremento del número de turistas	\$500.00	Unidad de Cultura y Turismo	nacional y extranjero	
2	Foto Fest Biblián Segunda Edición	Incremento del número de turistas	\$600.00	Unidad de Cultura y Turismo	nacional y extranjero	
3	Fam Trip Biblián	Difusión de la oferta turística de Bi	\$100.00	Unidad de Cultura y Turismo	nacional	Azuay
4	Distribución de material turístico	Aumentar la visibilidad y el conocer	\$100.00	Unidad de Cultura y Turismo del GAD de B	Cuenca	
5	Entur 2021	Promoción de la oferta turística de	\$200.00	Unidad de Cultura y Turismo	Nacional	
6	Entur 2022	Promoción de la oferta turística de	\$200.00	Unidad de Cultura y Turismo	nacional	

Fuente propia

- VIII. Estado de seguridad turística del Pueblo Mágico:** Se enlistan todas las instituciones en temas de salud, seguridad ciudadana, accesibilidad, conectividad y protección al turista, que se asientan dentro del territorio delimitado (ver Figura 37). Esta matriz no pudo completarse al no existir un protocolo correspondiente a la seguridad turística.

Figura 37

Octava matriz

8. ESTADO DE SEGURIDAD TURISTICA DEL PUEBLO O RINCÓN MÁGICO		
1. SALUD PÚBLICA.	1.1. ¿El Pueblo o Rincón Mágico cuenta con Establecimientos del Sistema Nacional de Salud?	Si, cuenta con dos Centros de Salud localizados en la cabecera; y el otro establecimiento vía a Nazón;
	1.1.1. Geolocalización primer nivel de atención MÉDICO.	Centro de Salud de Biblián (-2.7090898, -78.8951357) / C...
	1.2. Servicios médicos prestados en el Pueblo o Rincón Mágico:	Servicios de medicina general y/o familiar, odontología, ob...
2. DOTACIÓN DE SERVICIOS DE SEGURIDAD CIUDADANA	2.1. El Pueblo o Rincón Mágico cuenta con unidades de Policía Comunitaria:	1 Unidad de Policía Comunitaria
	EN ZONAS TURÍSTICAS	NO
	EN ZONAS PERIFÉRICAS	SI
	2.2. El Pueblo o Rincón Mágico cuenta con HOT SPOT:	NO
3. ARTICULACION INTERINSTITUCIONAL PARA LA CONSOLIDACIÓN DE LA SEGURIDAD DEL PUEBLO MÁGICO.	2.3.1 VEHÍCULOS: DETALLE	1 vehículo
	3.1. EL GAD en relación a la coordinación interinstitucional y planificación territorial que permita fortalecer la gestión de la Seguridad Turística ha generado:	SI, Ministerio de Turismo
4. RELACION CONTRACTUAL CON LAS PERSONAS USUARIAS DE SERVICIOS TURÍSTICOS	4.1. Con la finalidad de garantizar los derechos de los consumidores al momento de utilizar servicios turísticos el Pueblo o Rincón Mágico a través del GAD facilita al usuario:	El cumplimiento de las sanciones estipuladas en la Ordenanza de las Actividades Turísticas del Cantón Biblián
	4.2. En el caso de que el GAD no cuente con alguno de estos mecanismos de gestión de denuncias y quejas, ¿qué estrategias o acciones ha desarrollado con la finalidad de garantizar los derechos de los usuarios de servicios turísticos?	

Fuente propia

IX. Información Adicional (espacio público): En este caso se describe todo lo concerniente a servicios básicos como la cobertura de agua, luz y recolección de basura como se representa en la Figura 38. Los datos de esta matriz se respaldaron con la información contenida en los distintos departamentos de la Dirección de Obras Públicas.

Figura 38

Novena Matriz

9. INFORMACIÓN ADICIONAL (ESPACIO PÚBLICO)				
No	INDICADOR	INFORMACIÓN		NOMBRE DE DOCUMENTO DE RESPALDO
11	% de cobertura de servicios básicos del Pueblo o Rincón Mágico.	Agua potable	100%	PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO
		Alcantarillado	82%	PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO
		Energía eléctrica	98.4%	PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO
13	% de cobertura de recolección regular de residuos sólidos en el Pueblo o Rincón Mágico.		100%	PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN BIBLIÁN 2020 - 2030
14	% de ornato de edificaciones que incorporan elementos (ornamentales) acorde a la identidad del Pueblo o Rincón Mágico.			
15	% de cobertura de iluminación pública en el Pueblo o Rincón Mágico.			
17	% de cobertura de servicio de internet.		95.6%	PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN BIBLIÁN 2020 - 2030

Fuente propia

Cabe mencionar, que solo se realizaron 9 de las 11 matrices propuestas. La primera matriz faltante se liga a la inversión turística en el cantón que por el momento es nula y la segunda matriz, representa una delimitación territorial cuyos planos pertenecen al Departamento de Planificación Municipal.

5.8 Colaboración en las visitas técnicas de turismo de la Asociación Fons Valencià

En el mes de julio, la Unidad de Cultura y Turismo recibió a un delegado de la Asociación Fons Valencià como parte del trabajo conjunto que realizan a través de la Mancomunidad Cañari. El propósito principal de la visita se centraba en la creación de un observatorio turístico para la provincia de Cañar. Mi responsabilidad dentro de esta actividad se enfocó en la realización de un itinerario para dar a conocer los principales atractivos turísticos del cantón, así como la participación en reuniones para la exposición de proyectos ya implementados en el cantón (ver Figura 39) (ver Anexo 2).

Figura 39

Reunión con técnico de la Asociación Fons Valencià



Fuente: Tomado del Archivo fotográfico de Facebook, por Mancomunidad Cañari, 2023, Facebook (https://www.facebook.com/photo.php?fbid=261010509894919&set=pb.100079579167739.-2207520000&type=3&locale=es_LA).

5.9 Resultados obtenidos

Antes de iniciar el período de prácticas en la Unidad de Cultura y Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado de Biblián, se establecieron cinco objetivos afines a las

competencias y tareas destinadas a promover el desarrollo turístico del cantón a través de la administración pública. Además, el propósito principal de estas prácticas era aplicar de manera efectiva los conocimientos adquiridos durante el Máster de manera efectiva en el ámbito real de la gestión turística local.

A continuación, se evaluará el cumplimiento de estos objetivos, haciendo un balance del trabajo llevado a cabo en las prácticas externas:

- a) **Apoyar en los distintos procesos de la Unidad de Cultura y Turismo.** Este objetivo se cumplió a cabalidad, ya que participé activamente tanto en actividades operativas como administrativas. Formé parte de la organización de eventos, iniciativas turísticas y proporcioné información en el ITUR cantonal.
- b) **Participar en las operaciones de normalización de los establecimientos turísticos del cantón Biblián.** En cuanto a este objetivo, como se detalló anteriormente, cumplí con la difusión de información y posterior emisión de los permisos correspondientes.
- c) **Colaborar en el análisis de documentación, ofreciendo sugerencias para su reconfiguración y mejora.** Específicamente, este objetivo se llevó a cabo en la elaboración de matrices para la postulación de “Pueblos Mágicos”. A través de esta actividad, se detectaron ciertas debilidades que impidieron continuar con el proceso, siendo necesarias proponer mejoras.
- d) **Asistir en actividades interinstitucionales.** En este sentido, me responsabilicé de la implementación de capacitaciones para servidores turísticos y de la creación de itinerarios de visita para la Mancomunidad Cañari y la Asociación Fons València.
- e) **Proponer estrategias sostenibles para la implementación de proyectos.** Este objetivo se consideró en la actividad de “Pueblos Mágicos”, mediante la formulación de propuestas que permitieran presentar al cantón como un candidato idóneo para la obtención de la declaratoria. Sin embargo, existieron proyectos de los que no pude participar debido a limitaciones de tiempo.

En definitiva, las prácticas fueron muy provechosas obteniendo un resultado satisfactorio en función de la aplicación de los conocimientos del Máster y la adquisición de experiencia en temas de gestión pública. Este proceso resultó de gran beneficio para mi vida profesional, concediéndome la oportunidad de ampliar mi campo laboral.

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

- **Conclusiones**

A lo largo de este Trabajo de Fin de Máster, se ha buscado reflejar los aspectos clave abordados durante el periodo de prácticas en la Unidad de Cultura y Turismo del Cantón Biblián, centrándose en la labor del gestor turístico dentro de la administración pública.

En relación a las actividades realizadas, es importante resaltar que pude aplicar conceptos y enfoques aprendidos durante el Máster para elaborar propuestas de mejora y cambio, contando con la apertura de mi tutora de prácticas para acoger mis sugerencias. Además, tuve la oportunidad de adquirir conocimientos adicionales inherentes a la gestión pública y el turismo, tales como:

- Procesos financieros para la ejecución de proyectos y actividades planificadas dentro de la agenda cultural y turística
- Coordinación con autoridades nacionales y zonales de turismo para la puesta en marcha de proyectos cantonales
- Trabajo colaborativo entre distintos departamentos municipales
- Procedimientos afines a la creación de convenios interinstitucionales
- Planificación de actividades turísticas con entidades a nivel nacional como el programa “Pueblos Mágicos”
- Los beneficios de la cooperación internacional
- Responsabilidades como miembros de la Mancomunidad Cañari
- Las operaciones correspondientes a la regulación y control de las actividades y servidores turísticos

Igualmente, comprendí que el rol del profesional en turismo en el ámbito gubernamental es esencial, ya que su trabajo se centra en el aprovechamiento óptimo de los recursos de un territorio en beneficio del progreso socioeconómico de su población. Por lo tanto, la formulación de estrategias se vuelve imprescindible para fomentar el diálogo y brindar herramientas que persigan un desarrollo sostenible y equitativo.

En el caso de Biblián, la existencia de un departamento municipal especializado en turismo, ha permitido la implementación de otras tipologías turísticas o la mejora de aquellas ya consolidadas como la religiosa y cultural. De igual forma, la elaboración del Plan de

Desarrollo Turístico ha posibilitado obtener una visión clara del contexto actual, tanto en la parte urbana como en la rural, y la estructuración de proyectos orientados a respaldar el desarrollo productivo del cantón a través del agroturismo.

A pesar de que la intervención pública en la actividad turística en Biblián sea relativamente reciente, se han logrado notables avances, como la regulación de los servidores turísticos, la esquematización de rutas turísticas y la colaboración entre las diversas entidades vinculadas al cantón.

Por otro lado, debo destacar que fue una experiencia valiosa aprender sobre la estructura interna de una mancomunidad, algo con lo que no estaba familiarizada. Para Biblián, ha sido un desafío posicionarse dentro del mercado turístico nacional, ya que históricamente se lo ha encasillado como un destino de tránsito hacia centros turísticos importantes como Cuenca y Azogues. No obstante, gracias al apoyo de la Mancomunidad Cañari, a pesar de que las competencias se mantienen separadas por cada cantón, la promoción conjunta como un producto turístico único ha propiciado la atracción de flujos turísticos y la participación en eventos y ferias nacionales.

A esto se suma la cooperación internacional con la Asociación Fons Valencià, con quienes se han mantenido proyectos sociales con resultados positivos. En referencia a Biblián, el apoyo más relevante se ha dirigido a las tejedoras locales, quienes han establecido con éxito una cooperativa autogestionada, con la guía de GAD municipal. Esta iniciativa ha tenido un efecto indirecto en el turismo, dado que el sombrero de paja toquilla es el segundo producto emblemático de Biblián, lo que ha producido un mayor interés entre los visitantes.

Desde la parte turística, Fons Valencià trabaja en el establecimiento de un observatorio turístico dado que ninguno de los gobiernos miembros cuenta con un sistema de recolección de datos. Para esto, se ha empezado con el reconocimiento de la planta turística de cada cantón. Personalmente, pude involucrarme activamente en la organización de la visita del especialista de la asociación a Biblián. Esto reforzó mi convicción sobre la importancia del trabajo con la red de actores locales, puesto que son el fundamento para la puesta en marcha de cualquier propuesta.

Considerando otro aspecto, una de las actividades que significó un desafío para mí durante el periodo de prácticas fue la elaboración de las matrices para la postulación al programa “Pueblos Mágicos”, lo cual resultó ser un análisis para comprender la situación de Biblián en el plano nacional e identificar las áreas que requieren atención como la inversión

turística, servidores turísticos y la iniciativa local. La experiencia de trabajo en terreno me brindó la oportunidad de conocer la realidad de una comunidad que aún no percibe el turismo como un motor económico potencial, pero que está dispuesta a participar en diversos proyectos, siempre y cuando se tomen en cuenta sus necesidades y se respeta su patrimonio cultural y natural.

En definitiva, los objetivos planteados para esta etapa de prácticas fueron cumplidos satisfactoriamente, siendo provechosa mi participación en el Máster y permitiéndome incorporar nuevos conocimientos a mi perfil profesional. Además de contribuir con la realización de mi trabajo de fin de Máster, pude profundizar sobre las claves del desarrollo, comprendiendo que es posible lograr un equilibrio entre las tres dimensiones de la sostenibilidad, en tanto que la dimensión institucional asuma el liderazgo, ajuste su planificación a la vocación turística del destino y conozca de forma integral a sus actores y los objetivos que persiguen, manteniendo la horizontalidad en el sistema de gobierno.

- **Propuestas**

Durante la fase de prácticas, como se ha detallado en los anteriores capítulos, se han identificado procesos efectivos en cuanto a la gestión turística de Biblián. Sin embargo, considero pertinente formular algunas propuestas con base en las actividades realizadas, que permitan el mejoramiento del sector turístico en el cantón:

- Optimizar la gestión de información turística en los sitios web oficiales del cantón mediante la inclusión de detalles acerca de rutas, descargables de folletos y sugerencias para los visitantes.
- Implementar un sistema de recolección de datos del turista que permita la elaboración de informes mensuales, aportando a la información estadística nacional contenida en el Ministerio de Turismo y la posterior constitución del observatorio turístico provincial.
- Crear un calendario permanente de capacitaciones con temáticas en torno a la innovación tecnológica, idiomas, marketing, buenas prácticas sostenibles y conservación, gestión de crisis, seguridad turística y gestión de la hospitalidad.
- Trabajar en la adecuación de espacios y servicios turísticos con el fin de brindar una atención ajustada a las necesidades de grupos prioritarios, asegurando la accesibilidad e inclusión turística.

- Integrar dentro de los planes de seguridad del cantón, acciones de protección al turista que permitan al visitante contar con la asistencia necesaria durante todas las etapas de su itinerario.
- Instaurar un protocolo para la gestión de quejas y denuncias, que garantice los derechos del consumidor al momento de adquirir servicios turísticos.
- Intervenir en la mejora de la infraestructura turística para facilitar el trabajo de los servidores turísticos que precisan de espacios óptimos para el desarrollo de sus actividades.
- Incentivar la formación de emprendimientos turísticos locales relacionados con la identidad del cantón, mediante la aplicación de incentivos estipulados en la Ley de Turismo y la Ordenanza Turística Cantonal.
- Considerar la red de actores y sus relaciones, para ejecutar los proyectos señalados en el Plan de Desarrollo Turístico Cantonal.
- Priorizar las actividades interinstitucionales que fomenten la investigación en el turismo o la estructuración de programas en favor del desarrollo de la población local.
- Plantear como objetivo a largo plazo, la obtención de una certificación turística que refuerce la credibilidad y confianza en la calidad de los servicios y la gestión del destino. Además, esta certificación puede significar una oportunidad para atraer la inversión turística, requisito necesario para el ingreso al programa de “Pueblos Mágicos”.
- Establecer acciones promocionales que permitan enlazar la oferta turística del cantón con la red de operadores turísticos nacionales.
- Incentivar el aprovechamiento de los recursos turísticos naturales apoyados por un estudio que demarque las limitaciones pertinentes para evitar la degradación de los mismos.
- Impulsar el desarrollo del turismo gastronómico creando rutas temáticas, que resalten la identidad y el patrimonio alimentario del cantón.
- Diseñar productos turísticos considerando el eslabón de seguimiento y evaluación de la cadena de valor, para lo cual se deberán generar mecanismos de valoración que reflejen resultados precisos.
- Promover la adhesión de más servidores turísticos al catastro turístico cantonal, con el objetivo de regular sus actividades y encaminarlos a la calidad turística.

- Plantear mesas de trabajo con los presidentes parroquiales, con el fin de que cada gobierno rural pueda dar continuidad a los proyectos turísticos y se pueda realizar un trabajo conjunto con el GAD central de Biblián.
- Dar continuidad al proceso para la postulación de “Pueblos Mágicos”, efectuando las correcciones necesarias en las áreas identificadas.
- Propiciar el uso de herramientas tecnológicas para los procesos de regulación y control de actividades turísticas, de manera que se reduzca el uso de papel dentro de la unidad.

BIBLIOGRAFÍA

- Andreu, L., Palomo, J., & Stojanovic, I. (2020). Recuperar la confianza de los turistas: medidas a implementar. In Universidad de Salamanca (Ed.), *El Turismo después de la pandemia global análisis, perspectivas y vías de recuperación* (primera).
- Aguilar, L. F. (2007). El aporte de la Política Pública y de la Nueva Gestión Pública a la gobernanza. *Revista Del CLAD Reforma y Democracia*, 39, 5–32.
- Altimira, R., & Muñoz, X. (2007). El turismo como motor de crecimiento económico. *Anuario Jurídico y Económico Escurialense*, 40, 677–710.
- Arévalo Martínez, J., & Armas Arévalos, E. (2019). Pueblos Mágicos: Implicaciones para el desarrollo local. *Universidad Nacional Autónoma de México*, 633–650. <http://ru.iiec.unam.mx/cgi/oai2>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2010, 19 de octubre). *Código Orgánico de Organización Territorial y Autonomía Descentralizada [COOTAD]*. Registro Oficial Suplemento n.º 303. <https://www.cpccs.gob.ec/wp-content/uploads/2020/01/cootad.pdf>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2014, 29 de diciembre). *Ley de Turismo*. Registro Oficial Suplemento n.º 733. <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Azcué Vigil, I., Cruz, G., & Varisco, C. (2018). Impactos Económicos del Turismo. *Universidad Nacional de Mar Del Plata*.
- Cardoso Jiménez, C. (2006). Turismo Sostenible: una revisión conceptual aplicada. *El Periplo Sustentable*, 11, 5–21.
- Castaño, V., & Valencia, A. (2016). El papel del transporte en el desarrollo de la actividad turística: un análisis bibliométrico. *Revista Geográfica Venezolana*, 57(2). <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347750606007>
- Castillo Martín, P. (2011). Política Económica: Crecimiento Económico, Desarrollo Económico, Desarrollo Sostenible. *Revista Internacional Del Mundo Económico y Del Derecho*, 3, 1–12.
- Consejo Nacional de Competencias. (2016, 23 de marzo). *Resolución 1- Facultades de los Gobiernos Autónomos en el Desarrollo de Actividades Turísticas*. <https://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/2016/04/Reg%C3%BAlense-las-facultades-y->

atribuciones-de-los-GADs-Municipales-MetropolitanosProvinciales-y-Parroquiales-Rurales-respecto-al-desarrollo-de-actividades-tur%C3%ADsticas.pdf

Fons València per la Solidaritat. (s.f.). *Àreas de Trabajo*. <https://fonsvalencia.org/es/>

Gamborota, D., & Lorda, M. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*, 58(2), 346–359.

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Biblián. (2021, 15 de octubre). *Ordenanza para la planificación, regulación, control y gestión para el desarrollo de las actividades turísticas del Cantón Biblián*. Gaceta Oficial. <https://gadbiblian.gob.ec>

Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Biblián. (2014, 16 de diciembre). *Reglamento Orgánico Funcional por procesos del Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Biblián*.
<http://www.gadbiblian.com/web/GADBiblian/docs/transparencia2015/oimpresa/reglamento.pdf>

González Reverté, F., & Miralbell Izard, O. (2007). *Guía de gestión pública del turismo* (1ra ed.). Eureka Media. <https://blog.facialix.com/wp-content/uploads/2022/05/uoc-gestion-turismo.pdf>

Guzmán, C., Garduño, M., & Zizumbo, L. (2009). Reflexión crítica sobre el consumo turístico. *Estudios y Perspectivas En Turismo*, 18(6), 691–706.
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180713900004>

Hernández Díaz, E. A. (1982). *Planificación turística. Un enfoque metodológico* (1ra ed., Vol. 4). <https://www.entornoturistico.com/>

Hernández, G., Bojórquez, A., & Pedraza, C. (2020). Gestión Pública del Turismo: Un enfoque de gobernanza local en la Huasteca Potosina (México). *Turismo y Sociedad*, 27, 77–94.
<https://www.redalyc.org/journal/5762/576265775004/html/#B33>

Herrera, P., & López, M. (2021). El turismo: la gestión de la calidad y sus costos. *COFIN HABANA*, 15(2). <http://orcid.org/0000-0003-2623-5804><https://orcid.org/0000-0002-3300-4150>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2022). *Sistema Nacional de Información*. Estimaciones y Proyecciones de Población. <https://sni.gob.ec/proyecciones-y-estudios-demograficos>

Ivars, Josep., (coord.), Vera, R., Juárez, C., Ramón, A., Torres, F., Navalón, M., Such, M., Baños, C., Martínez, J., Triviño, A., López, N., Latorre, J., García, A., Pumares, P., Tolón, A., Rivas,

- S., Lois, R., Santos, X., ... Bote, V. (2001). *Planificación y Gestión del Desarrollo Turístico Sostenible: Propuestas para la creación de un sistema de indicadores*. Universidad de Alicante.
- Lalangui, J., Espinoza Carrión, C., & Pérez Espinoza, M. (2017). Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: Sus inicios, características y desarrollo. *Universidad y Sociedad [Seriada En Línea]*, 9, 148–153. <http://rus.ucf.edu.cu/>
- Llugsha, V., & Camacho. Sheyla. (2021). Ecuador: una visión ex ante del turismo y los efectos de la pandemia COVID 19. In V. Llugsha (Ed.), *Turismo y desarrollo desde un enfoque territorial y el Covid-19* (Primera).
- Madrid Flores, F. (2014). *Gobernanza turística. El caso de los Pueblos Mágicos de México* (1ra ed.). Universidad Anáhuac México Norte. https://www.academia.edu/14333549/Gobernanza_tur%C3%ADstica_El_caso_de_los_Pueblos_M%C3%A1gicos_de_M%C3%A9xico
- Mancomunidad del Pueblo Cañari. (s.f.). Lineamientos. <http://www.mancomunidadcanari.gob.ec/>
- Mancomunidad del Pueblo Cañari (2023). *Reunión con técnico de la Asociación Fons Valencià en Biblián* [Fotografía]. Facebook. https://www.facebook.com/photo.php?fbid=261010509894919&set=pb.100079579167739.-2207520000&type=3&locale=es_LA
- Martínez, A. (2021). *Modelo de Sostenibilidad con enfoque de gestión de proyectos para un desarrollo endógeno* [Tesis doctoral, Universidad EAN]. <http://hdl.handle.net/10882/10794>.
- Merinero Rodríguez, R. (2009). *Las redes de actores en la gestión participativa del turismo en el ámbito local: el caso de las ciudades medias del interior de Andalucía: modelos estrategias y resultados* (C. y D. Consejería de Turismo & Junta de Andalucía, Eds.; 1ra ed.) [Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla]. <https://www.juntadeandalucia.es/servicios/publicaciones/detalle/79011.html>
- Merinero Rodríguez, R., & Zamora Acosta, E. (2009). La colaboración entre los actores turísticos en ciudades patrimoniales. Reflexiones para el análisis del desarrollo turístico. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 7(2), 219–238. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2009.07.016>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (s.f.). *Pueblos y Rincones Mágicos*. <https://servicios.turismo.gob.ec/pueblos-y-rincones-magicos/>

- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2020). *Informe de Rendición de Cuentas 2019*.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/02/Informe-de-Rendici%C3%B3n-de-cuentas-2019-vf9.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2021). *Informe de Rendición de Cuentas 2020*.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/Informe-de-Rendicio%CC%81n-de-Cuentas-2020.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2022). *Guía Metodológica Programa Pueblos y Rincones Mágicos*.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023a). *Turismo en cifras entradas y salidas internacionales*. Visualizador de Información Turística Del Ecuador. <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023b). *Informe de Rendición de Cuentas 2022*.
<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/Informe-Rendicion-de-Cuentas-2022-Textual.pdb>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2023c, 21 de abril). Boletín de Prensa MINTUR. *El Plan de Promoción 2023 Prevé Duplicar Las Acciones de Impulso al Turismo Con Respecto a 2022*.
<https://www.turismo.gob.ec/el-plan-de-promocion-2023-preve-duplicar-las-acciones-de-impulso-al-turismo-con-respecto-a-2022/>
- Moreno, A., Sariego, I., & Reyes, B. (2018). La planificación y la gestión como herramientas de desarrollo de los destinos turísticos. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 11(25).
<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes25gestion-destinos>
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., & Hernández, N. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(1).
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28063104009>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.-a). *Entender el turismo: Glosario básico*. 2008. Recuperado 17 septiembre, 2023, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial de Turismo. (s.f.-b). *Desarrollo Sostenible*. Recuperado 18 septiembre, 2023, de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>
- Organización Mundial del Turismo. (s.f.-c). *El turismo internacional se situó en 2022 al 63% del nivel previo a la pandemia con Europa y Oriente Medio a la cabeza*. Recuperado 12 octubre,

2023, de <https://www.unwto.org/es/evaluacion-del-impacto-de-la-covid-19-en-el-turismo-internacional>

Organización Mundial del Turismo. (2023, 9 de mayo). *Nuevos datos apuntan a una recuperación total del turismo con un vigoroso arranque en 2023*. <https://www.unwto.org/es/news/nuevos-datos-apuntan-a-una-recuperacion-total-del-turismo-con-un-vigoroso-arranque-en-2023#:~:text=Los%20ingresos%20del%20turismo%20internacional,repunte%20de%20los%20viajes%20internacionales>.

Organización Mundial de Turismo. (2020a). *Infografía de Resultados de Turismo 2019*. <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-01/Infografia-ES.pdf>

Organización Mundial de Turismo. (2020b, enero 23). *El turismo internacional sigue adelantando a la economía global*. <https://www.unwto.org/es/el-turismo-mundial-consolida-su-crecimiento-en-2019>

Organización Mundial de Turismo. (2021). *2020: Análisis del Año*. <https://www.unwto.org/es/covid-19-y-sector-turistico-2020>

Orozco, Y., & Sarmiento, Lady. (2022). *Propuesta de Plan de Marketing Turístico para el Cantón Biblián*. Universidad Nacional de Chimborazo.

Pulido Fernández, J. I. (2013). Gestión de la cadena de valor del destino turístico. En J. I. Pulido Fernández & Y. Sánchez López (Eds.), *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (3rd ed., pp. 522–577). Universidad Internacional de Andalucía. <https://dspace.unia.es/handle/10334/3636>

Pulido Fernández, J. I., & López Sánchez, Y. (2013). Propuesta de contenidos para una política turística sostenible en España. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 11(4), 525–546. www.pasosonline.org

Pulido Fernández, J. I., & López Sánchez, Y. (2014). Turismo y cambio climático. Propuesta de un marco estratégico de acción. *Revista de Economía Mundial*, 36, 257–283.

Pulido Fernández, J. I., & Pulido Fernández, M. C. (2015). ¿Sigue vigente el paradigma del turismo sostenible? Reflexiones a la luz de la literatura reciente. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 13(6), 1315–1335. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2015.13.092>

Rivas, J., & Magadán, M. (2012). *Planificación turística y desarrollo sostenible*. Septem Ediciones.

- Sánchez, E., Rodríguez, M., Juanatey, Ó., & Martínez, V. (2019). La comunicación de los destinos turísticos en los medios sociales: el caso de la España Verde. *Revista Espacios*, 40(11), 11.
- Sánchez, G., & Anzola, O. (2021). Desarrollo y sostenibilidad: una discusión vigente en el sector turístico. *Letras Verdes. Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*, 29, 29–47. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.29.2021.4702>
- Torres, J., Navarro, E., & Guevara, A. (2019). Desarrollo local y turismo: conceptualización, metodologías y aplicaciones. *Revista Espacios*, 40(25), 13.
- Unidad de Cultura y Turismo del Cantón Biblián. (2022). *Plan de Desarrollo Turístico del Cantón Biblián, Provincia de Cañar 2022-2025*. Asociación de Municipalidades Ecuatorianas [AME].
- Vegas Meléndez, H. (2017). Políticas públicas y gobernanza: Articulación para una gestión pública local autónoma. *Revista Latinoamericana*, 48, 155–172.
- Vega Falcón, V., Castro Sánchez, F., & José Romero Fernández, A. (2020). Impacto de la Covid-19 en el turismo mundial. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(S1), 207–216.
- Velasco González, M. (2010). *Gobernanza del Turismo: Retos y Estrategias de las redes de destinos turísticos*. <https://aecit.org/uploads/public/congresos/15/C15.pdf>
- Velasco González, M. (2011). La Política Turística. Una Arena de Acción Autónoma. *Cuadernos de Turismo*, 27, 953–969.
- Velasco González, M. (2013). Gestión pública del turismo. La gobernanza. In J. I. Pulido Fernández & Y. Sánchez López (Eds.), *Gestión estratégica sostenible de destinos turísticos* (3rd ed., pp. 470–519). Universidad Internacional de Andalucía. <https://dspace.unia.es/handle/10334/3636>
- Velasco González, M. (2016). Entre el poder y la racionalidad: gobierno del turismo, política turística, planificación turística y gestión pública del turismo. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 577–594. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.038>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (s.f.). *Investigación de Impacto Económico*. Recuperado 11 septiembre, 2023, de <https://wttc.org/research/economic-impact>
- World Travel & Tourism Council (WTTC). (2023). *Sector de viajes y turismo de Ecuador representará el 4,4% de la economía nacional al cierre de 2023*. <https://wttc.org/news-article/sector-de-viajes-y-turismo-de-ecuador-representara-el-4-4-de-la-economia-nacional-al-cierre-de-2023>

Yumisaca, J., Bohórquez, E., Mendoza, E., & Gonzabay, J. (2020). Cadena de valor del destino Dos Mangas como herramienta para el análisis de la sostenibilidad de la oferta turística. *Universidad y Sociedad*, 12(1), 88–96.

ANEXOS

ANEXO 1. PROGRAMA DE MOVILIDAD “RECORRIENDO LOS CANTONES DE LA MANCOMUNIDAD DEL PUEBLO CAÑARI”



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
EDUCACIÓN



Nro.	Lugar	Fecha	Participantes	Responsables	Grupos	Centros educativos del lugar	Número de participantes aproximados
1	El Tambo	Viernes 28/04/2023	Estudiantes de la UNAE-Ed. Inicial	Docentes UNAE Mancomunidad GAD del Tambo	Tercer ciclo P1 Tercer ciclo P3	No incluye visitas a una Unidad Educativa	68
2	El Tambo	Viernes 05/05/2023	Estudiantes de la UNAE-Ed. Inicial	Docentes UNAE Mancomunidad GAD del Tambo	Tercer ciclo P2 Tercer ciclo P4	No incluye visitas a una Unidad Educativa	67
3	Biblían	Jueves 11/05/2023	Niños de la escuela EEBI UNAE	Directivos y docentes Escuela UNAE Mancomunidad GAD de Biblían	Preparatoria y segundo de EGB	Unidad Educativa España	70
4	Biblían	Viernes 19/05/2023	Niños de la escuela EEBI UNAE	Directivos y docentes Escuela UNAE Mancomunidad GAD de Biblían	Tercer y cuarto grado de EGB	Unidad Educativa España	56
	Suscal	Viernes 23/06/2023	Estudiantes de la UNAE-Ed. Inicial	Docentes UNAE Mancomunidad GAD de Suscal	2do ciclo P1 2do ciclo P2 2do ciclo P3 2do ciclo P4	Unidad educativa Comunitario Intercultural Bilingüe Suscal	120
5	Cañar	Viernes 07/07/2023	Estudiantes de la UNAE-Ed. Inicial	Docentes UNAE Mancomunidad GAD de Cañar	2do ciclo P1 2do ciclo P2 2do ciclo P3 2do ciclo P4	No incluye visitas a una Unidad Educativa	120
4	Cañar	Viernes 14/07/2023	Estudiantes de la UNAE-Ed. Inicial	Docentes UNAE Mancomunidad GAD de Cañar	Tercer ciclo P1 Tercer ciclo P2 Tercer ciclo P3 Tercer ciclo P4	No incluye visitas a una Unidad Educativa	135

ANEXO 2. CRONOGRAMA DE VISITAS DE TÉCNICOS DE FONS VALENCIA



AGENDA DE VISITA TÉCNICA IGNACIO VILA DE FONS VALENCIA

Fecha: 07 de julio de 2023

HORA	ACTIVIDAD	RESPONSABLE	LUGAR
08:00 a 09:00	Bienvenida por parte de la Sra. Alcaldesa, Tnlga. Amelia Idrovo.	Unidad de Cultura y Turismo y la Unidad de Comunicación	Alcaldía
08:30 a 09:30	Introducción sobre la actividad turística del cantón Biblián.	Unidad de Cultura y Turismo	Unidad de Cultura y Turismo
09:45 a 12:00	Visita al Santuario de la Virgen del Rocío, torre y criptas.	Unidad de Cultura y Turismo	Santuario de la Virgen del Rocío
12:30 a 13:30	Almuerzo	Mancomunidad del Pueblo Cañari y la Unidad de Cultura y Turismo	Olguis Restaurante
14h00 a 17:00	Visita a las parroquias de Jerusalén y Turupamba	Unidad de Cultura y Turismo	Parroquias de Jerusalén y Turupamba

Cronograma de visitas Loli Vincés	
12/7/2023	14h00 Movilización desde el aeropuerto de Cuenca a la Mancomunidad del Pueblo Cañar 15h30 Reunión con el Coordinador de la Mancomunidad para tratar el tema de inventarios, merchandising y los eventos mancomunados de turismo. 17h00 Alojamiento.
13/7/2023	Cañar. 08h00 Salida de la Hostería Cuna del Sol 08h30 Entrevista con el técnico de Turismo de Cañar Remigio Ortiz. 09h00 Visita Cerro Narrio proyecto implementado. 10h00 Visita Parque Guantug, 10h30 Visita a los establecimientos de alimentación y alojamiento capacitados Restaurantes: Soda Bar Doña Chelo por paseo de los cañaris, restaurante La Estación av. 24 de mayo, 10 agosto, Restaurante Milagreño, El ídolo Restaurante, Restaurante Chifa Fun Hua, Restaurante El Fogonazo, Restaurante Fernandita. (El bar escolar no se puede definir cuál fue capacitado). Se está solicitando al compañero técnico nos apoye con algunos establecimientos nuevos a los que podamos entrevistarles, así como datos de artesanos capacitados. 13h00 Almuerzo 15h00 Reunión de trabajo con el MINTUR Al retorno podremos revisar algunas vallas implementadas como corredor turístico que se encuentran en Biblián o se prevé que la compañera técnica nos visite en la mancomunidad.
14/7/2023	Suscal. 08h00 Salida de la Hostería Cuna del Sol 09h00 Reunión con el señor alcalde (Se adjunta ficha de evaluación) 10h00 Entrevista con el técnico delegado de turismo del GAD. (Se adjunta ficha de evaluación) 11h00 Visita a establecimientos turísticos capacitados Cafetería Leo, Rincón Suscaleño, Restaurante La Churonita. (Se puede incluir entrevistas a las cafeterías cercanas a más de las detalladas). No se dispone base de datos de artesanos capacitados por la mancomunidad. 13h00 Almuerzo 14h00 Revisión de la señalética turística en Cerro Wayrapalte, ingreso Cerro Matanza, sector Cruz Pata y Sector El Sharo. La técnica delegada de turismo nos ayudará. 16h00 Movilización a la Hostería Cuna del Sol 17h00 Alojamiento
15/7/2023	Biblián. 09h00 Visita al Obelisco de Verdeloma para verificar las plantas ornamentales 11h00 Visita a Tushin Burgay para el tema de señalética. 13h00 Culminar recorrido
16/7/2023	Domingo
17/7/2023	Cañar. 08h30 Visita proyecto de plantas ornamentales en la subida a San Antonio 10h00 Reunión con el señor alcalde del GAD de Cañar. (Se adjunta ficha de evaluación) 12h00 Visita Ingapirca (Restaurante El Castillo), visita a vallas los GAD El Tambo y Cañar. Se informará sobre el panel Informativo. Visita a las 2 operadoras de turismo de Ingapirca. 15h30: Reunión con dos compañeras guías de turismo formadas con la Mancomunidad. Sisid Anejo. 17h00 Alojamiento