



CARRERA GUÍA NACIONAL DE TURISMO

TEMA:

**“ESTRATEGIAS DE OPERACIÓN PARA
EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL
CENTRO TURÍSTICO MUSHILY, CHIGÜILPE,
SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**

**Proyecto Integrador de grado previo a la obtención del título
Técnico Superior en Guía Nacional de Turismo**

AUTORA: VERÓNICA D. LÓPEZ

DIRECTOR: ING. MARCO CABRERA

D.M. Quito, Noviembre del 2019

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de investigación con mucho amor a mis padres, ya que por ellos estoy terminando esta etapa de mi vida, fueron y serán siempre mi motor para seguir adelante, mis guías en mi vida profesional y sobre todo mi apoyo para seguir superándome día adía.

Aunque mi madre no esté aquí en la tierra sé que desde donde esta ella estará orgullosa de la hija que formó.

Verónica Diana López Carvajal

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a Dios por haberme dado la vida y salud para llegar tan lejos, segundo a mi familia por su apoyo, valor y fuerza para terminar esta etapa de mi vida.

Agradezco a mi mamá por apoyarme a pesar de mis errores y, gracias por sus consejos, por su inmenso amor, a pesar que ya no está aquí me quedan sus enseñanzas para enfrentar los problemas, su fuerza y lucha por la vida y ser mejor persona.

Agradezco a mi padre, por tantos sacrificios, esfuerzos y sudor me sacó adelante, gracias por darme esa oportunidad de superarme y llegar a ser una profesional, por enseñarme lo bueno y lo malo que la vida nos ofrece y saber en qué camino queremos seguir y a donde queremos llegar.

Agradezco a mis amigas por estar siempre ayudándome en lo que necesito y a darme ánimos y no dejarme caer.

A mi tutor le doy las gracias por compartirme su conocimiento, por brindarme su tiempo y sobre todo por la paciencia que tuvo durante la elaboración de este proyecto.

Verónica Diana López Carvajal

AUTORIA

Yo, Verónica Diana López Carvajal, autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

.....

Verónica Diana López Carvajal

Quito, noviembre del 2019

.....

Ing. Marco Cabrera

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Ing. Marco Cabrera

DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICA

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Superior Internacional “ITI”, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

.....

Ing. Marco Cabrera

Quito, Noviembre del 2019

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El Ing. Marco Cabrera y por sus propios derechos en calidad de Director del trabajo fin de carrera; y la Srta. Verónica Diana López Carvajal por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO. - La Srta. Verónica Diana López Carvajal realizó el trabajo fin de carrera titulado: “ESTRATEGIAS DE OPERACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL CENTRO TURÍSTICO MUSHILY, CHIGÜILPE, SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”, para optar por el título de, Técnico en Guía Nacional de Turismo en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de la Ing. Marco Cabrera

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, Ing. Marco Cabrera, en calidad de director del trabajo fin de carrera y la Srta. Verónica Diana López Carvajal, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: “ESTRATEGIAS DE OPERACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL CENTRO TURÍSTICO MUSHILY, CHIGÜILPE, SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: Aceptación. - las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

.....
Ing. Marco Cabrera
Tutor

.....
Verónica Diana López Carvajal
Estudiante

Quito, Noviembre del 2019

ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
AUTORIA	iv
INDICE DE CONTENIDO	vii
INDICE DE TABLA.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
RESUMEN	xiii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN	1
Nombre del proyecto	1
Marco contextual – Antecedentes	1
Análisis de involucrados.....	2
Problema de Investigación.....	3
Idea a defender	3
Objeto de estudio y campo de acción	4
Objeto de estudio.....	4
Campo de acción	4
Justificación	4
Objetivos.....	5
Objetivo General	5
Objetivos Específicos	5
1 CAPÍTULO I FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	7
1.1 Marco contextual.....	7
1.1.1 Comunidad	7
1.1.2 Guía.....	8
1.1.3 Ejes del turismo sostenible	8
1.1.4 Tipos de turismo	10
1.1.5 Planeación Estratégica	11
1.1.6 Centro de Turismo Comunitario.....	12
1.2 Aspectos legales	12
1.2.1 Ámbito internacional	12
1.2.2 Ámbito nacional	19
1.3 Síntesis del capítulo	20
2 CAPÍTULO II METODOLOGÍA	21
2.1 Enfoque de investigación: Mixto	21
2.1.1 Tipología investigación metodológica.....	21
2.2 Universo y muestra.....	23
2.2.1 Universo	23
2.2.2 Muestra.....	23
2.2.3 Fórmula	24
2.2.4 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta	25
2.2.5 Análisis e interpretación de resultados de las entrevistas	37
2.3 Síntesis del capítulo	42
3 CAPÍTULO III PROPUESTA	43
3.1 Título de la propuesta	43
3.2 Localización	43

3.2.1 Macro localización.....	43
3.2.2 Micro localización	45
3.3 Esquema de la propuesta (viabilidad, impacto, recursos).....	45
3.3.1 Viabilidad Ambiental.....	45
3.3.2 Viabilidad Cultural	45
3.3.3 Viabilidad Económica.....	45
3.3.4 Viabilidad Social	46
3.4 Recursos.....	46
3.4.1 Materiales	46
3.4.2 Talento Humano	46
3.5 Desarrollo de la propuesta	47
3.5.1 FODA.....	47
3.5.2 Estrategias	48
3.5.3 Síntesis del capítulo	66
4 CAPÍTULO IV CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	67
4.1 Conclusiones	67
4.2 Recomendaciones	68
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	69
APÉNDICES	73
Anexos	81

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Género	25
Tabla 2. Nacionalidad	26
Tabla 3. Edad.....	27
Tabla 4. Nivel de educación	28
Tabla 5. Motivos de visita	29
Tabla 6. Actividades adicionales dispuestas a realizar	30
Tabla 7. Medio de comunicación preferido para promoción	31
Tabla 8. Principal aporte del proyecto	32
Tabla 9. Respeto de los derechos de la naturaleza en el proyecto	33
Tabla 10. Respeto de los derechos de la naturaleza en el proyecto	34
Tabla 11. Retornaría al Centro	35
Tabla 12. Nivel de satisfacción en la visita	36
Tabla 13. Resumen de la encuesta.....	36
Tabla 14. Materiales.....	46
Tabla 15. Talento Humano	47
Tabla 16. Análisis FODA de la comunidad Mushily.....	47
Tabla 17. Estrategias de la comunidad Mushily.....	48
Tabla 18. Estrategias sostenibles	49
Tabla 19. Desarrollo planificado de la estrategia 1	51
Tabla 20. Precios establecidos dentro del Centro Turístico Mushily Chigüilpe	54
Tabla 21. Valores establecidos de alcance “fan page”	56
Tabla 22. Desarrollo planificado de la estrategia 2	57
Tabla 23. Desarrollo planificado de la estrategia 3	58
Tabla 26. Desarrollo planificado de la estrategia 4	59
Tabla 27. Desarrollo planificado de la estrategia 5	60
Tabla 28. Desarrollo planificado de la estrategia 6	61
Tabla 29. Desarrollo planificado de la estrategia 7	62
Tabla 24. Temas de Capacitación.....	63
Tabla 30. Desarrollo planificado de la estrategia 8	64
Tabla 31. Desarrollo planificado de la estrategia 9	65

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Género	25
Gráfico 2. Nacionalidad	26
Gráfico 3. Edad.....	27
Gráfico 4. Nivel de educación	28
Gráfico 5. Motivos de visita	29
Gráfico 6. Actividades adicionales dispuestos a realizar	30
Gráfico 7. Medio de comunicación preferido para promoción	31
Gráfico 8. Principal aporte del proyecto	32
Gráfico 9. Respeto de los derechos de la naturaleza en el proyecto.....	33
Gráfico 10. Respeto de los derechos de la naturaleza en el proyecto.....	34
Gráfico 11. Retornaría al Centro	35
Gráfico 12. Nivel de satisfacción en la visita	36
Gráfico 13. Ubicación provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en Ecuador....	43
Gráfico 14. Parroquias cantón Santo Domingo	44
Gráfico 15. Fotografías panorámicas del Centro Turístico Mushily Chigüilpe.	53
Gráfico 16. Facebook.....	55

**“ESTRATEGIAS DE OPERACIÓN PARA EL FORTALECIMIENTO
TURÍSTICO SOSTENIBLE DEL CENTRO TURÍSTICO MUSHILY,
CHIGÜILPE, SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”**

**AUTORA: Verónica López
DIRECTOR: Ing. Marco Cabrera**

RESUMEN

El presente trabajo investigativo, tiene como objetivo fundamental, proponer y diseñar estrategias de operación para el fortalecimiento turístico sostenible del Centro Turístico Mushily, Chigüilpe a través de un estudio con enfoque cualitativo y cuantitativo de tipo aplicado, correlacional; en la recolección de datos se utilizaron las técnicas de encuesta por muestreo de población, entrevista y observación, las cuales fueron elaboradas con herramientas informática, logrando determinar que la comunidad es el primer organismo difusor de la oferta turística vinculada al sector de turismo de conservación y cultural, mediante el uso de los medios de comunicación locales, por otra parte; mediante la propuesta se pretende mejorar los ingresos de la comunidad de forma económica sustentable. El fundamento teórico está basado en la calidad de vida, principio de sustentabilidad, desarrollo humano y cuidado ambiental. La conclusión general se refiere al análisis social de la comunidad en su entorno para aprovechar sus potencialidades naturales y culturales a fin de generar una demanda turística por medio de la implementación de un plan con nueve estrategias, con la recomendación de su implementación en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

**PALABRAS CLAVE: CONSERVACIÓN/ CHIGÜILPE/ MUSHILY/
TSÁCHILA/ TURISMO.**

ABSTRACT

The main objective of the research work on Tourism is to Design Operation Strategies for the Mushily Community Tsáchila Project, Chigüilpe, through a qualitative and quantitative approach study, applied, correlational; in the data collection, population sampling, interview and observation using the survey information as part of the techniques. Which were to elaborate with computer tools, being able to determine that the community is the first organism that diffuses the tourist offer linked to the sector of conservation tourism and cultural, with local media, on the other hand. The proposal aims to demonstrate the hypothesis of improving the income of the community in a sustainable economic manner. The theoretical foundation based on the quality of life, the principle of sustainability, human and sustainable development. The general conclusion refers to the social analysis of the community in its environment to take advantage of its natural and cultural potential for tourist demand with a strategical plan compose about 9 strategies. The principal recommendation is the strategies implementation in the province of Santo Domingo de los Tsáchilas.

KEY WORDS: HERITAGE / CHIGÜILPE / MUSHILY / TSÁCHILA / TOURISM.

INTRODUCCIÓN

Nombre del proyecto

“Estrategias de operación para el fortalecimiento turístico sostenible del Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas”.

Marco contextual – Antecedentes

A nivel mundial existen varios proyectos emblemáticos de turismo, por ejemplo, en el caso australiano viviendas prefabricadas acogen a turistas, con la opción de añadir cubiertas ajardinadas y con reciclado de aguas grises. Además, consideran diseños solares pasivos, es decir cuentan con espacios que capturan el calor solar y lo distribuyen hacia el resto de la vivienda en invierno, mientras que en verano bloquean la radiación solar, además de tener una instalación de energía solar térmica y fotovoltaica dirigida por la compañía Archiblox.

A nivel regional la ciudad de México maneja un proyecto de transporte ecológico por una plataforma que permite alquilar o prestar bicicletas para cubrir la necesidad de residentes o turistas que buscan una forma más económica de moverse por la ciudad previniendo atascos.

A nivel nacional, según la perspectiva de Layedra, 2013 la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para su desarrollo recibió la influencia de su ubicación interregional donde el hito histórico por la apertura de la vía Alóag – Santo Domingo (1963) la convirtió en eje de unión entre la Sierra y Costa, consolidado más aún con su ampliación a 4 carriles en el 2012 incrementando el tránsito de transporte pesado; transformando a la ciudad en una zona obligatoria de confluencia para turistas y viajeros, que ha fomentado iniciativas por parte de sus ciudadanos con miras hacia el desarrollo turístico principalmente con la instalación de restaurantes y construcción de balnearios (incluido tipo río) para no considerarse solo un sitio de paso aprovechando el recurso humano de la alta población fluctuante.

En este sentido, se han realizados varios esfuerzos por parte de la etnia Tsáchila;

que si bien, en la actualidad son identificados por su vestimenta y rituales, quieren brindar servicios de valor agregado en el ámbito turístico dentro de sus comunidades.

En la actualidad apuestan por el turismo como propuesta para practicar los principios basados en la conservación de recursos para el futuro de sus miembros comunitarios con el propósito de brindar servicios que cubran las necesidades de visitantes, pero con precaución de sus consecuencias a corto y largo plazo; esto basado en aspectos económicos, sociales y ambientales ligados a la actividad turística

En consecuencia, se ha propuesto estudiar los requerimientos de la demanda potencial hacia este sitio; para fortalecer el accionar de las actividades turísticas que deben estar acompañado de una debida conservación ambiental y realizar todas las actividades de mitigación para aminorar su impacto en los entornos amenazados con la actividad humana cuando se realizan actividades turísticas.

Esto conllevara a que la economía de la etnia Tsáchila mejore debido a la creación de fuentes de empleo, la creación y mejora de infraestructuras, difusión de sus historias, destrezas, habilidades, cultura, gastronomía, medicina natural, danzas, artesanías, shamanismo y creencias de los habitantes de la comunidad, mejorar la producción y comercialización de los productos nativos, ubicar a la comunidad como uno de los destinos turísticos competitivos de la región, que permitan el equilibrio alcanzado el buen vivir (sumak kawsay) de las familias, que es tan anhelado.

Análisis de involucrados

El alcance del estudio tiene la participación necesaria de los actores públicos y privados en el proceso, pues su acceso al mercado turístico por sus líneas de acción, permiten en conjunto reducir la pobreza y adquirir un crecimiento económico para la zona de influencia donde se encuentran ubicados.

Por tanto, formando la cadena de valor turístico promueve el diseño de estrategias de desarrollo del sector que benefician a la localidad, debido a que al definir el mercado se determina la viabilidad de los productos y servicios turísticos en oferta.

Otro aspecto que se debe considerar son posibles nuevos actores directos con la demanda establecida por encuestas de perfil y satisfacción de los turistas, cuya meta se basa en acceder a un nuevo segmento de mercado potencial y como el proyecto de desarrollo debe demostrar la inclusión de actores locales en las actividades turísticas para la reducción de pobreza.

De este modo, lo interesante del estudio será la real aplicación de la cadena de valor del turismo como una herramienta complementaria de desarrollo, debido a que los beneficiarios son los actores locales, ya que según Coppin, 2009, cuando se incluye en el crecimiento social también abarca su distribución de ingresos.

Problema de Investigación

La falta de estrategias operativas para el fortalecimiento del Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas.

El desarrollo turístico de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se debe al bajo nivel de promoción y focalización de recursos del Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) para el desarrollo turístico de la zona por su poco apoyo de publicidad y promoción a los emprendimientos dedicados al impulso de la actividad expresados en productos turísticos. El desconocimiento de turismo comunitario como actividad económica sostenible con los recursos naturales y culturales del entorno.

Las causas señaladas originan un débil desarrollo turístico de la provincia, que tienen efectos como: el desinterés por las actividades turísticas, la falta de visión de la provincia como un producto estrella, dependencia de los ingresos económicos en base hacia su giro comercial por su ubicación estratégica como ciudad de tránsito y el desconocimiento de la provincia como un generador de productos turísticos.

Idea a defender

La actividad turística en el Centro Turístico Mushily Parroquia Chigüilpe en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, se fortalecerá a través de la elaboración de estrategias que permitan operar óptimamente los servicios turísticos,

conservando sus recursos naturales y culturales, permitiendo la prosperidad de las condiciones de vida de su comunidad.

Objeto de estudio y campo de acción

Objeto de estudio

El presente estudio es sobre el ámbito turístico dentro de la Comunidad Mushily a través de la elaboración de estrategias de operación en la parroquia de Chigüilpe que podrá aprovechar sus potenciales recursos.

Campo de acción

El campo de acción es el Centro Turístico Mushily, parroquia Chigüilpe, cantón Santo Domingo, provincia Santo Domingo de los Tsáchilas, en el año 2019.

Justificación

El Ecuador es un Estado pluriétnico y multicultural debe de forma decidida impulsar el turismo sostenible pues permitirá conservar sus culturas, costumbres y etnias, protegiendo sus recursos naturales, garantizando un estándar de calidad a sus visitantes, y generar rentabilidad a sus actores permitiendo la mejora del estilo de vida. Según la Ley de Gestión Ambiental del Capítulo I en lo correspondiente a Desarrollo Sustentable, afirma que:

Art. 7.- La gestión ambiental se enmarca en las políticas generales de desarrollo sustentable para la conservación del patrimonio natural y el aprovechamiento sustentable de los recursos naturales que establezca el Presidente de la República al aprobar el Plan Ambiental Ecuatoriano. Las políticas y el Plan mencionados formarán parte de los objetivos nacionales permanentes y las metas de desarrollo. El Plan Ambiental Ecuatoriano contendrá las estrategias, planes, programas y proyectos para la gestión ambiental nacional y será preparado por el Ministerio de Ambiente del Ecuador (MAE) (Ecuador, Ley de Gestión Ambiental del Capítulo I, Registro Oficial Suplemento 418 de Quito, 2004).

El turismo es una forma de mantener los recursos naturales en buen estado bajo una responsabilidad compartida entre los actores involucrados de la actividad

turística para lo cual el plan que se pretende elaborar está anclado entorno para entender la realidad del centro y desarrollar una propuesta sostenible, es decir que sea duradera en el tiempo.

Buscando el balance y sinergia entre los factores: social, ambiental y económico, siendo estos elementos un punto de encuentro que permitan encontrar nuevas oportunidades, que con el tiempo se convertirán en beneficios tangibles; de la misma manera aportar con estrategias de Operación para el Fortalecimiento Centro Turístico Mushily Chigüilpe, donde se espera que contenga las cualidades para alcanzar el desarrollo local en cuanto a la cultura, tradiciones, costumbres y el medio ambiente, mediante programas de desarrollo adecuados de turismo sostenible donde las costumbres sumadas a los beneficios económicos de conservación de flora, fauna beneficien a su comunidad pues respeta su autenticidad sociocultural contribuyendo al entendimiento y tolerancia intercultural, promoviendo la restauración, conservación y buenas prácticas de turismo.

Por tanto, la implementación de las estrategias de operación para el fortalecimiento comunitario hará énfasis en mejorar el desempeño turístico que beneficiará tanto a la comunidad y turistas, así como mejorar la calidad de vida, tanto económica como socio-culturalmente.

Objetivos

Objetivo General

Establecer Estrategias de Operación para el Fortalecimiento Turístico Sostenible Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas.

Objetivos Específicos

- Fundamentar teóricamente la implementación de estrategias de operación para el fortalecimiento turístico sostenible en Chigüilpe.
- Determinar la metodología y herramientas para el levantamiento de información sobre estrategias de operación para el fortalecimiento turístico.

- Proponer estrategias que permitan su aplicación operativa para el fortalecimiento turístico sostenible Centro Comunitario Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Marco contextual

1.1.1 Comunidad

Una comunidad es una agrupación o conjunto de personas que habitan un espacio geográfico delimitado y delimitable, cuyos miembros tienen conciencia de pertenencia o identificación con algún símbolo local y que interactúan entre sí más intensamente que en otro contexto, operando redes de comunicación, intereses y apoyo mutuo, con el propósito de alcanzar determinados objetivos, satisfacer necesidades, resolver problemas o desempeñar funciones sociales relevantes a nivel local (Dionisio, 2007).

Un grupo social dinámico, histórico y culturalmente constituido y desarrollado, preexistente a la presencia de los investigadores o de los interventores sociales, que comparte intereses, objetivos, necesidades y problemas, en un aspecto y un tiempo determinados y que genera colectivamente una identidad, así como formas organizativas, desarrollando y empleando recursos para lograr sus fines (Ros, y otros, 2017).

“Expresa que como muchas de las palabras clave en el campo de lo social, “comunidad” es un término polisémico, complejo y confuso” (Rodríguez, 1998).

“Según la definición de diccionario el término comunidad se refiere al carácter de lo que es común, similitud, identidad, reunión de personas que viven juntas, que tienen intereses comunes. En otras palabras, comunidad = común unidad” (Varisco, 2007).

Por tanto, el turismo comunitario está compuesto por un conjunto de personas que viven juntas bajo ciertas reglas o que tienen los mismos intereses, como es el caso Chigüilpe es una comunidad que tiene identidad y las ganas de salir adelante manteniendo sus costumbres y tradiciones y compartirlas con las personas que los visitan.

1.1.2 Guía

Se encargan de mostrar los recursos turísticos de una zona determinada del territorio de un país, poseen conocimientos básicos y profundos de cada lugar, así como de idiomas extranjeros, teniendo en consideración para esto el idioma nativo de la mayoría de los visitantes en las estadísticas de turismo receptivo.

Es la persona que tiene conocimientos de un lugar determinado se encuentra capacitada de dar a conocer los recursos turísticos de un país a los turistas en diferentes idiomas. Es decir, todo aquel profesional de turismo el cual indica, conduce e interpreta el patrimonio de un país a turistas nacionales o extranjeros que hace su estadía agradable. Es un líder y verdadero comunicador.

1.1.3 Ejes del turismo sostenible

Según (Mathieson & Wall, 2006) afirma que:

- 1. Ambiental o ecológico.** - La dirección eficiente y racional de las riquezas y servicios ambientales, de modo que sea viable el bienestar de la población actual evitando comprometer la satisfacción de las necesidades básicas y la calidad de vida de las generaciones futuras.
- 2. Económico.** - La ilustración clave es la de “satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades”, garantizando que el progreso se a económicamente eficiente, favorezca a todos los agentes de la región y que los recursos sean gestionados de modo que se conserven para las generaciones futuras.
- 3. Social.** - Establece satisfacer las necesidades de la sociedad tales como la educación, vivienda, salud, alimentación, vestimenta, dar una gran importancia a las dimensiones asociadas a la calidad de vida, disponernos para sustentar a más gente en el futuro, sin dañar nuestro entorno.

1.1.3.1 *Importancia del turismo sostenible*

Radica en el aprovechamiento de recursos de forma óptima satisfaciendo las necesidades actuales, sin comprometer necesidades de futuras generación. Basado en la concientización de una cultura ambiental y propendiendo hacia un medio ambiente de calidad que promueve la equidad social luchando contra la contaminación. Conservando así el patrimonio (incluido el cultural) y recursos naturales.

Ejemplos:

Un ejemplo destacable con este tipo de característica es la parroquia de Salinas (94.590 hab. 2020) en el cantón Guaranda, provincia de Bolívar que, a principios de la década de 1970, era considerada una región en extrema pobreza de vocación agrícola, la extracción de la sal había sido por muchos años la actividad principal. Impulsados por voluntarios italianos de órdenes religiosas salesianas formaron con sus habitantes la Cooperativa de Ahorro y Crédito (COAC) Salinas que ayudó en el impulso de proyectos inversión con capital social esta dinámica económica permitió salir a la parroquia de su situación de extrema pobreza que se encontraba hace 30 años. Los servicios básicos son ahora accesibles, construido caminos, escuelas y un colegio y centro de salud. Construyendo un *modus vivendi* en base a los emprendimientos que atraen afluencia de turistas a la zona.

Dentro de la región amazónica existen tres casos, que revelan modelos de desarrollo sostenibles en la región amazónica son: Napo Wildlife Center, como un modelo basado en el ecoturismo con participación comunitaria; Fundación Yachana Lodge (Napo – Orellana), como un emprendimiento privado con impacto de desarrollo a nivel comunitario; y, Tiinkias Ecotourism Lodge (Pastaza) como proyecto nuevo de desarrollo sostenible, todos con un enfoque comunitario resultante de una alta participación social con políticas sociales conformadas dentro las comunidades que les permitió estrategias de sostenibilidad a los proyectos turísticos que pasaron de depredación a la selva amazónica a la conservación cambiando su condición

en la realidad social, económica y cultural particular de la región amazónica.

1.1.3.2 *Impactos que ocasionaría no tener un turismo sostenible.*

- Degeneración de los recursos naturales.
- Biorritmos de la flora y fauna
- Calidad del aire y el agua.
- Excesivo acopio de basura y residuos
- Contaminación arquitectónica
- Sobrecarga en las infraestructuras y servicios
- Pérdida de identidad cultural
- Conflictos sociales.

1.1.4 Tipos de turismo

Turismo comunitario. - “El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de los miembros de comunidades locales. El turismo comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afro descendiente propias de un país, para generar ingresos complementarios a las actividades económicas diarias, defender, revalorizar los recursos culturales y naturales locales” (Rodríguez, 1998).

Ecoturismo. - “El término ecoturismo empezó a usarse hace cerca de treinta años y ha sido sujeto de gran debate en cuanto a su definición. Actualmente el auténtico ecoturismo representa una opción viable de conservación del patrimonio natural y cultural de los pueblos, fomentando al mismo tiempo la noción del desarrollo económico sustentable” (Rodríguez, 1998).

Turismo Rural. - “Es una actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades (menores a los 1.000 o 2.000 habitantes) o fuera del casco urbano en localidades de mayor tamaño, ofreciendo un servicio de calidad, en ocasiones por los mismos propietarios” (Rodríguez, 1998).

Turismo de Aventura. - “Se trata de la actividad turística que implica un viaje hacia un área remota o que incluye un plan donde pueden acontecer hechos inesperados” (Rodríguez, 1998).

El turismo es el uso del tiempo libre, y una manera especial de relajación., esta actividad está relacionada con la educación, el placer, la recreación, se clasifica de diferentes formas, cada una de ellas encaminada a satisfacer una necesidad específica como por ejemplo el turismo de aventura en el cual se puede vivir diversas emociones fuertes, también está el turismo comunitario y el turismo rural en el cual se puede convivir con los habitantes de la zona visitada conocer sus tradiciones y cultura.

1.1.5 Planeación Estratégica

Toda empresa diseña planes estratégicos para el logro de sus objetivos y metas planteadas, estos planes pueden ser a corto, mediano y largo plazo, según la amplitud y magnitud de la empresa. Es decir, su tamaño, ya que esto implica que cantidad de planes y actividades debe ejecutar cada unidad operativa, ya sea de niveles superiores o niveles inferiores.

La planificación estratégica, es una herramienta de gestión que permite apoyar la toma de decisiones de las organizaciones en torno al quehacer actual y al camino que deben recorrer en el futuro para adecuarse a los cambios y a las demandas que les impone el entorno y lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los bienes y servicios que se proveen (Certo, 2001, pág 35).

Chase (2002) sostiene que “Toda planificación estratégica podría sintetizarse en la siguiente frase: “reflexión ordenada sobre un futuro deseado”, pues incorpora los elementos esenciales del concepto, agregándole una base desde la perspectiva administrativa” (pág. 260).

El proceso de la planeación estratégica suele culminar con la etapa del diseño de los planes estratégicos; sin embargo, en ocasiones también se considera a la etapa de implementación de las estrategias como parte de ésta, ya que de nada sirve formular estrategias si éstas no se ponen en práctica. La implementación de las estrategias consiste en poner en práctica los planes estratégicos previamente diseñados.

1.1.6 Centro de Turismo Comunitario

“Los centros de turismo entendido como un espacio geográfico amplio y adecuado para su promoción turística, bien dotado, y que dejado a la acción espontánea de la iniciativa privada bien pudiera frustrarse en su desarrollo” (Fernández, 2005).

Consiste en un centro (o varios, según las condiciones del medio, como pueden ser extensión, fragilidad ambiental, la vulnerabilidad y amenazas naturales, situación socioeconómica, condición cultural, paisajismo, accesibilidad) en que se concentre el desarrollo de las instalaciones necesarias para la atención del turismo, facilitando el control sobre impactos ambientales, sociales y culturales, así como su ejecución y control (Jaramillo, 2004).

Centro de Turismo Comunitario es un espacio de la organización comunitaria y de aquí surgirá el área turística como los recursos y atractivos turísticos, debe estar debidamente inscrita con todos los requerimientos de ley.

Un Centro de Turismo Comunitario es el que se basa en la cooperación de los habitantes de una comunidad determinada donde se da a conocer las costumbres y tradiciones de dicha zona.

1.2 Aspectos legales

1.2.1 Ámbito internacional

1. Declaración de Berlín

La declaración de Berlín sobre la diversidad biológica y el turismo sostenible firmada en 1997 tiene 7 principios:

- a. Las actividades turísticas deben ser ambiental, económica, social y culturalmente sostenibles.
- b. Todas las partes interesadas deberían promover actividades turísticas que contribuyan directa o indirectamente a la conservación de la naturaleza y la diversidad biológica y que beneficien a las comunidades locales.

- c. Para conservar la naturaleza y la diversidad biológica como un recurso importante de las actividades turísticas, se deben tomar todas las medidas necesarias para garantizar que la integridad de los ecosistemas y los hábitats se respete siempre. Se deben evitarse las cargas adicionales del desarrollo del turismo en áreas donde la naturaleza ya está bajo la presión de las actividades turísticas. Se debe dar preferencia a la modernización y renovación de las instalaciones turísticas existentes.
- d. Medidas que deben incluir el monitoreo de las actividades existentes y la evaluación de los impactos ambientales de las nuevas actividades propuestas.
- e. Las actividades turísticas que utilizan tecnologías ecológicamente racionales para ahorrar agua y energía, prevenir la contaminación, tratar las aguas residuales, evitar la producción de residuos sólidos y fomentar el reciclaje deben promoverse al máximo.
- f. Todas las partes interesadas, incluidos los gobiernos, las organizaciones internacionales, el sector privado y los grupos ambientalistas, deben reconocer sus responsabilidades comunes para lograr formas sostenibles de turismo.
- g. Todas las partes interesadas deben cooperar a nivel local, nacional e internacional para lograr un entendimiento común sobre los requisitos del turismo sostenible. Se debe prestar especial atención a las áreas transfronterizas y áreas de importancia internacional.
- h. Los conceptos y criterios del turismo sostenible deben desarrollarse e incorporarse en los programas de educación y capacitación para profesionales del turismo. El público en general debe ser informado y educado sobre los beneficios de proteger la naturaleza y conservar la biodiversidad a través de formas sostenibles de turismo. (Sustainable Tourism +20, 2015).

2. Declaración de Quebec

En el marco del Año Internacional del Ecoturismo (2002), y bajo el auspicio del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y la Organización Mundial del Turismo (OMT), se declaró:

Reconocen que el ecoturismo abraza los principios del turismo sostenible en relación con los impactos económicos, sociales y medioambientales del turismo. Se adhiere, asimismo a los principios específicos siguientes, que lo diferencian del más amplio concepto de turismo sostenible:

- Contribuye activamente a la conservación del patrimonio natural y cultural,
- incluye a las comunidades locales e indígenas en su planificación, desarrollo y explotación y contribuye a su bienestar,
- interpreta el patrimonio natural y cultural del destino para los visitantes,
- se presta mejor a los viajeros independientes, así como a los circuitos

organizados para grupos de tamaño reducido.

3. Carta del Turismo Sostenible

Los participantes en la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible, reunidos en España Islas Canarias, en abril de 1995 apeló a la comunidad internacional, y en particular instan a los gobiernos, a las demás autoridades públicas, a los decisores y profesionales en materia turística, a las asociaciones e instituciones públicas y privadas relacionadas con el turismo y a los propios turistas, a adoptar los siguientes principios y objetivos de esta declaración, basada en:

- a. El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales.
- b. El desarrollo sostenible es un proceso orientado que contempla una gestión global de los recursos con el fin de asegurar su durabilidad, permitiendo conservar nuestro capital natural y cultural, incluyendo las áreas protegidas.
- c. El turismo tendría que contribuir al desarrollo sostenible, integrándose en el entorno natural, cultural y humano, debiendo respetar los frágiles equilibrios que caracterizan a muchos destinos turísticos, en particular las pequeñas islas y áreas ambientalmente sensibles.
- d. La actividad turística ha de considerar los efectos inducidos sobre el patrimonio cultural y los elementos, actividades y dinámicas tradicionales de las comunidades locales.
- e. La contribución activa del turismo al desarrollo sostenible presupone necesariamente la solidaridad, el respeto mutuo y la participación de todos los actores implicados en el proceso, tanto público como privado.
- f. La conservación, la protección y la puesta en valor del patrimonio natural y cultural, representa un ámbito privilegiado para la cooperación. Por parte de todos los responsables, esta actitud implica un auténtico reto de innovación cultural, tecnológica y profesional, que además exige realizar un gran esfuerzo por crear y desarrollar instrumentos de planificación y de gestión integrados.
- g. Los criterios de calidad orientados a la preservación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, determinados conjuntamente con las comunidades locales y basadas en los principios del desarrollo sostenible, deberían ser objetivos prioritarios en la formulación de las estrategias y proyectos turísticos.

- h. Para participar en el desarrollo sostenible, el turismo debe asentarse sobre la diversidad de oportunidades ofrecidas por la economía local, garantizando su plena integración y contribuyendo positivamente al desarrollo económico local.
- i. Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la mejora de la calidad de vida de la población e incidir en el enriquecimiento sociocultural de cada destino.
- j. Los gobiernos y autoridades competentes, con la participación de las ONG y las comunidades locales, deberán acometer acciones orientadas a la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible
- k. Reconociendo que la cohesión social y económica entre los pueblos del mundo es un principio fundamental del desarrollo sostenible, urge impulsar medidas que permitan un reparto más equitativo de los beneficios y cargas producidos por el turismo.
- l. Los gobiernos y las organizaciones multilaterales deberían priorizar y reforzar las ayudas directas o indirectas a los proyectos turísticos que contribuyan a la mejora de la calidad medioambiental.
- m. Las zonas vulnerables desde el punto de vista ambiental y cultural, tanto las actuales como las futuras, deberán recibir prioridad especial en materia de ayuda financiera y cooperación técnica al desarrollo turístico sostenible.
- n. La promoción de formas alternativas de turismo coherentes con los principios del desarrollo sostenible, así como el fomento de la diversificación de los productos turísticos, constituyen una garantía de estabilidad a medio y largo plazo.
- o. Los gobiernos, la industria turística, las autoridades y las ONG responsables del turismo deberán impulsar y participar en la creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas ambientalmente sostenibles.
- p. La definición de una política turística de carácter sostenible requiere necesariamente el apoyo y promoción de sistemas de gestión turística ambientalmente compatibles, de estudios de viabilidad que permitan la transformación del sector, así como la puesta en marcha de proyectos de demostración y el desarrollo de programas en el ámbito de la cooperación internacional.
- q. La industria turística, en colaboración con los organismos y ONG con actividades relacionadas con el turismo, deberá diseñar los marcos específicos de acciones positivas y preventivas que garanticen un desarrollo turístico sostenible, estableciendo programas que apoyen la ejecución de dichas prácticas.
- r. Habrá de prestarse una atención especial al papel del transporte y sus efectos sobre el medio ambiente en la actividad turística, así como al desarrollo de instrumentos y medidas orientadas a reducir el uso de energías y recursos no renovables, fomentando además el reciclaje y la minimización de residuos

en las instalaciones turísticas.

- s. Con el fin de que el turismo pueda ser una actividad sostenible, es fundamental que se adopten y pongan en práctica códigos de conducta que favorezcan la sostenibilidad por parte de los principales actores que intervienen en la actividad, en particular por los miembros de la industria turística.
- t. Deberán ponerse en práctica todas las medidas necesarias con el fin de sensibilizar e informar al conjunto de las partes implicadas en la industria del turismo, ya sea a nivel local, nacional, regional o internacional, sobre el contenido y los objetivos de la Conferencia de Lanzarote.

4. Carta de Aalborg

El 11 de junio de 2004, los 1.000 participantes en la Cuarta Conferencia Europea de Ciudades y Pueblos Sostenibles, Aalborg+10, adoptaron los “Compromisos de Aalborg” como declaración de la conferencia y representantes de 110 gobiernos locales firmaron el documento sobre el estrado en el pleno de clausura.

Esta positiva respuesta inmediata ha despertado optimismo ante la posibilidad de que los Compromisos de Aalborg generen un fuerte impulso en favor de la acción encaminada a la sostenibilidad. Se espera que los Compromisos de Aalborg ejerzan en los próximos 10 años un papel aún más importante de lo que ha supuesto la Carta de Aalborg en la última década. Los Compromisos de Aalborg fueron elaborados por la Ciudad de Aalborg, el Consejo de municipios y regiones de Europa (CEMR) y el ICLEI – Gobiernos Locales por la Sostenibilidad, con el apoyo de un grupo de redacción y socios de la Campaña Europea de Ciudades y Pueblos Sostenibles.

La evolución del proceso de Aalborg se ha producido al mismo tiempo que la Unión Europea iba preparando la Estrategia Urbana Temática y la Estrategia de Desarrollo Sostenible. Además, hacer efectivos los compromisos de Aalborg equivale a encontrar soluciones en respuesta a la Estrategia de Lisboa. Pueden contribuir a proporcionar insumos (inputs) para asegurar el desarrollo sostenible y la inclusión social, los cuales a su vez impulsarán el crecimiento económico.

5. Convenio de Djerba

Los participantes reunidos en la I Conferencia Internacional sobre Cambio Climático y Turismo, celebrada en Djerba (Túnez) del 9 al 11 de abril de 2003, convocada por la Organización Mundial del Turismo, por invitación del Gobierno de Túnez. Habiendo escuchado las comunicaciones de los representantes acordaron lo siguiente:

1. Apremiar a todos los gobiernos interesados en la contribución del turismo al desarrollo sostenible a que suscriban todos los acuerdos intergubernamentales y multilaterales afines, especialmente el Protocolo de Kyoto, y otros convenios y declaraciones similares sobre cambio climático y las resoluciones asociadas que previenen que la incidencia de este fenómeno se expanda aún más o se acelere,
2. Alentar a las organizaciones internacionales a que estudien e investiguen en mayor medida las implicaciones recíprocas del turismo y el cambio climático, incluyendo los casos de lugares de interés cultural o yacimientos arqueológicos, en cooperación con las autoridades públicas, las instituciones académicas, las ONG y la población local.
3. Instar a los organismos de las Naciones Unidas, internacionales, financieros y bilaterales a que apoyen a los gobiernos de los países en desarrollo, y en particular a los de los países menos adelantados, para quienes el turismo representa un sector económico clave, en sus esfuerzos por afrontar la situación y adaptarse a los efectos adversos del cambio climático y a que formulen planes de acción adecuados,
4. Solicitar a las organizaciones internacionales, los gobiernos, las ONG y las instituciones académicas que apoyen a los gobiernos locales y a las organizaciones de gestión de destinos en la aplicación de medidas de adaptación y mitigación que respondan a los efectos específicos del cambio climático en los destinos locales.
5. Alentar al sector turístico, incluyendo a las empresas de transporte, los hoteleros, los tours operadores, las agencias de viajes y los guías turísticos, a que adapten sus actividades utilizando tecnologías y logísticas más limpias y que entrañen un consumo de energía más racional para minimizar en la medida de lo posible su contribución al cambio climático,
6. Instar a los gobiernos y a las instituciones bilaterales y multiculturales a que conciban y apliquen políticas de gestión sostenible para los recursos hídricos y para la conservación de los humedales y otros ecosistemas de agua dulce,
7. Instar a los gobiernos a que promuevan el uso de fuentes de energía renovables en las empresas y actividades de turismo y transporte, facilitando asistencia técnica y utilizando incentivos fiscales y de otro tipo,

8. Alentar a las asociaciones de consumidores, a las empresas de turismo y a los medios de comunicación a que contribuyan a la sensibilización de los consumidores en los destinos y en los mercados emisores con el fin de modificar los hábitos de consumo y optar por formas de turismo menos dañinas para el clima,
9. Invitar a los grupos interesados públicos, privados y no gubernamentales y a otras instituciones a que informen a la OMT sobre los resultados de cualquier investigación relevante sobre el cambio climático y el turismo para que la OMT actúe como centro de intercambio de información, cree una base de datos sobre el tema y difunda esos conocimientos a escala internacional, y
10. Considerar que esta Declaración constituye un marco para los organismos internacionales, regionales y gubernamentales para el seguimiento de sus actividades y de los planes de acción antes mencionados en este campo.

6. Código de ética del turismo

El Código Ético Mundial para el Turismo es un marco fundamental de referencia para el turismo responsable y sostenible, concebido para orientar a los principales actores del desarrollo turístico, pues se dirige por igual tanto a gobiernos como a empresas turísticas, comunidades y turistas.

Su objetivo principal es ayudar a maximizar los beneficios del sector, minimizando a la vez sus posibles consecuencias negativas para el medio ambiente, el patrimonio cultural y las sociedades de alrededor del mundo y sus objetivos específicos

- Minimizar los efectos negativos del turismo en el medio ambiente y en el patrimonio cultural.
- Aumentar al máximo los beneficios para los residentes de los destinos turísticos.
- Proteger el futuro del sector turístico.
- Aumentar su contribución a la prosperidad económica, a la paz y al entendimiento entre todas las naciones del mundo.
- Promover un orden turístico mundial equitativo, responsable y sostenible, en beneficio mutuo de todos los sectores de la sociedad y en un entorno de economía internacional abierta y liberalizada.

7. Agenda 21

En el ámbito internacional se encontró el Acta de Moyobamba que se la dictó el 28 de mayo del 2018 en Lima Perú la cual destaca el desarrollo de iniciativas con base al desarrollo sostenible, a la vez el desarrollo humano y también el trabajo articulado entre el sector público y privado. En su Capítulo 5 sobre dinámica demográfica y sostenibilidad

- a. Desarrollo y difusión de conocimientos sobre la relación que existe entre las tendencias y los factores demográficos y el desarrollo sostenible;
- b. Formulación de políticas nacionales integradas de medio ambiente y desarrollo teniendo en cuenta las tendencias y los factores demográficos;
- c. Ejecución de programas integrados de medio ambiente y desarrollo a nivel local, teniendo en cuenta las tendencias y los factores demográficos.

1.2.2 Ámbito nacional

En el ámbito nacional se puede encontrar varios artículos en la Constitución dictada el 20 de noviembre del 2008 está en los artículos 71, 72, 74, que constan en el capítulo VII de los Derechos de la Naturaleza menciona que: La naturaleza posee derecho a que sean respetada integralmente su existencia al igual que el mantenimiento y regeneración de sus ciclos vitales, estructura, funciones y procesos evolutivos, es decir que tiene derecho a la restauración. Por lo que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tienen el derecho a beneficiarse del ambiente y de sus riquezas naturales teniendo en cuenta que no serán susceptibles de apropiación.

En el Capítulo segundo de la Constitución está escrito Biodiversidad y recursos naturales de la Sección tercera Patrimonio natural y ecosistemas en su Art. 404. Menciona “El patrimonio natural del Ecuador único e invaluable comprende, entre otras, las formaciones físicas, biológicas y geológicas cuyo valor desde el punto de vista ambiental, científico, cultural o paisajístico exige su protección, conservación, recuperación y promoción”.

El Convenio en la Ciudad de Otavalo el 12 de octubre del 2001 es la Declaración de Otavalo sobre Turismo Sostenible, Competitivo, Comunitario y con Identidad. Los representantes de Bolivia, Ecuador y Perú intervienen en la planificación, promoción, oferta y comercialización de sus productos, para así poder reflexionar sobre los desafíos, el potencial y riesgos que implica la promoción del turismo en comunidades indígenas y municipios rurales, en el marco económico.

1.3 Síntesis del capítulo

En este capítulo se ha realizado una recopilación de conceptos de varios autores donde se determinó términos, como: turismo, turismo sostenible, turismo comunitario, estrategias de operación, tipo de turismo, centro turismo comunitario, comunidad, y guía, términos que de forma necesaria deben ser comprendidos para entender el desarrollo de los capítulos subsecuentes pues tendrá un énfasis en la conjugación del turismo en la comunidad.

Así también se realizó la descripción del ámbito legal del turismo tanto nacional e internacional, dentro de los tres ejes del turismo sostenible que son económicos, sociales y ambientales, al igual de la importancia del turismo sostenible y los impactos que ocasionaría no tener un turismo sostenible, por tanto, se procede a la realización de la metodología del levantamiento de información por medio de una encuesta, así como entrevistas a los líderes comunitarios que servirá para la propuesta del plan a realizarse.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA

2.1 Enfoque de investigación: Mixto

El enfoque mixto visualiza la investigación como una mezcla de enfoques cuantitativos y cualitativos, centrándose más en uno de ellos o dándoles el mismo valor (Hernández S., Fernández C., & Baptista L., 2014).

Este enfoque permitió combinar el método cuantitativo con la aplicación de una encuesta base para la recolección de datos y, realizar al análisis estadístico los turistas actuales que tiene el Centro Turístico Mushily, Chigüilpe y el cualitativo en la realización de las estrategias apoyado por medio de la interpretación de hechos, respectivamente.

2.1.1 Tipología investigación metodológica

En el presente trabajo de investigación se utilizó diversos métodos de investigación científica relacionados al tema, se incluyó fuentes primarias y secundarias, es decir su tipología por fuentes información es bibliográfica, por su recopilación de información documental, revisando artículos científicos, libros y documentos del GAD Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas, y la información de campo se observó acudiendo al sitio mismo donde sucedían los hechos de la actividad comercial para obtener información validada.

Esta investigación se distingue por tener propósitos prácticos inmediatos bien definidos, es decir, se investigó para actuar, transformar, modificar o producir cambios en un determinado sector de la realidad (Carrasco Díaz, 2005). De este modo, se confrontó principios teóricos con hechos del sector turístico en cuanto a la actividad en la zona de influencia, se identificó las necesidades que no están siendo satisfechas para atraer nuevos turistas.

Por su alcance es descriptivo - correlacional pues la investigación correlacional asocia variables mediante un patrón predecible para un grupo o población (Hernández, Fernández, & Baptista, 2010). El estudio es descriptivo correlacional en razón de que se establece la relación que existe entre el turismo y su sostenibilidad dentro del Centro Turístico Mushily, Chiguilpe con el desarrollo turístico de Santo Domingo de los Tsáchilas.

También se utilizó el método inductivo y deductivo que permitió la configuración del conocimiento y la generalización de forma lógica de los datos que se obtengan sobre el conocimiento en turismo comunitario y los métodos utilizados para su aplicación en el centro turístico objeto de estudio.

Se utilizó el método estadístico el que hizo posible la organización de la información obtenida sobre el conocimiento y utilización del turismo comunitario mediante la aplicación de instrumentos de investigación para validar los procesos y confiabilidad de los resultados respaldados con encuestas dirigidas a turistas que visitaron la zona de estudio.

Se realizó una investigación de campo en la comunidad de la Parroquia Chigüilpe, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, Centro Turístico Mushily, con el fin de conocer las condiciones en que los recursos naturales del lugar son tratados; es decir, si se manejan con respeto en su aplicación al turismo comunitario. En cuanto a las técnicas e instrumentos de investigación que se utilizaron fueron la observación, encuesta y entrevista.

En la observación de la comunidad de la Parroquia Chigüilpe, de Santo Domingo, Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, Centro Turístico Mushily se ejecutaron diferentes pasos empezando por determinar la forma con que se van a registrar los datos; observar metódica y críticamente.

También como instrumento de recolección de datos se utilizó recursos adicionales como cámara de vídeos, grabadora de audio, libreta de anotaciones, etc. con los que se pudo obtener mayor precisión de la información recabada para ser analizada, procesada y descrita, se determinó las condiciones de la aplicación de los recursos

naturales en el turismo sostenible en los lugares designados, con el fin de obtener premisas para la elaboración del plan turístico en cuestión.

Se realizó encuestas a los turistas que acuden al Centro Turístico Mushily, se elaboró un cuestionario de 12 preguntas cerradas de las cuales se desprendió información importante para el estudio, a fin de conocer la relación naturaleza-comunidad y con los involucrados, además de saber cómo se muestran en los servicios de turismo que prestan en este centro, así como también la calidad de servicio que se proporciona al turista.

Se realizó una entrevista a Poné Tsáchila Abram Calazacón, así como a la encargada de la Unidad de Turismo del Municipio del GAD Santo Domingo de Tsáchila la Ing. Marianela Sánchez los entrevistados aportaron con información valiosa para el presente proyecto.

Con el fin de ejecutar un análisis y procesamiento de datos obtenidos se seleccionó y clasificó la información, siguiendo criterios cuantitativos y cualitativos finalmente se tabuló logrando conseguir estadísticas, gráficos convirtiéndose en información certera.

2.2 Universo y muestra

2.2.1 Universo

El Universo se toma en cuenta según el número de turistas que ingresan según el anuario de registros que tiene el proyecto Tsáchilas Comunitario Mushily, que alcanza un número de 1.400 entre turismo nacional y receptivo .

2.2.2 Muestra

“Científicamente, las muestras son parte de un conjunto (población) metódicamente seleccionada que se somete a ciertos contrastes estadísticos para inferir resultados sobre la totalidad del universo investigado” (Hernández ,2001).

Población finita, el tamaño de la muestra probabilística aleatoria y simple se obtiene mediante la fórmula:

2.2.3 Fórmula

$$n = \frac{N * p * q * Z^2}{e^2 (N - 1) + Z^2 * p * q}$$

n = Tamaño de la muestra

Z = Margen de seguridad (entre 95 y 100%)

N = número de universo o población total a investigarse (número de visitantes al Centro Turístico = 1400 personas según su anuario)

p = probabilidad pertinente del hecho que se investiga (0.5)

q = probabilidad no pertinente frente al hecho a investigar (0.5)

E²= 5% margen de error (entre 5 y 10%)

$$n = \frac{1400 * 0.5 * 0.5 * 1.96^2}{0.5^2 (1400 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{134.56}{3.4975 + 0.9604}$$

$$n = \frac{134.56}{4.4579}$$

$$n = 301.61 \sim n = 302$$

2.2.4 Análisis e interpretación de resultados de la encuesta

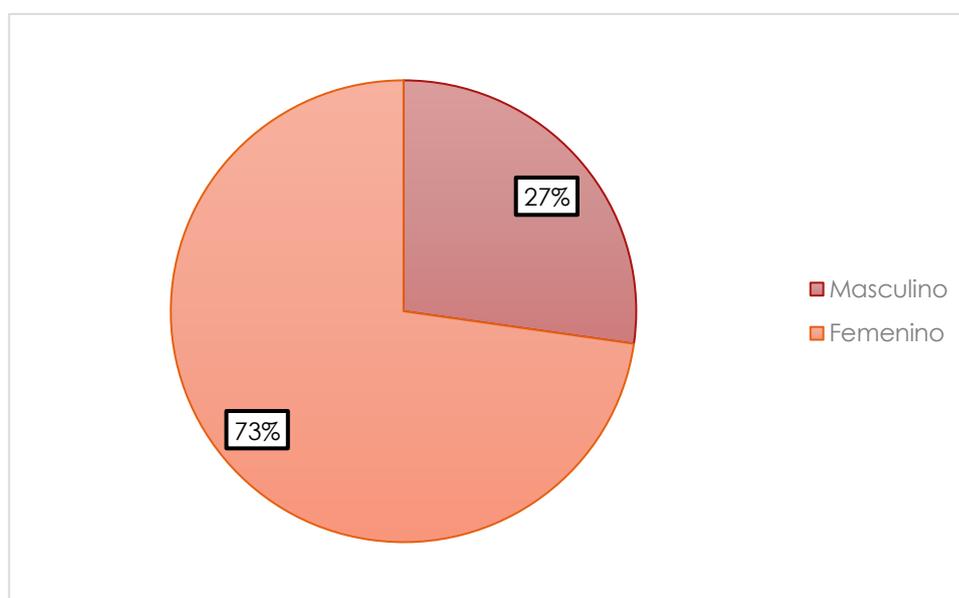
1. Género

Tabla 1. Género

Género	Número	%
Masculino	82	27
Femenino	220	73
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)
Elaborado por: Verónica López

Gráfico 1. Género



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)
Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de personas encuestadas el 73% corresponde al género femenino, mientras que el 27% al género masculino, es decir 3 de cada 4 personas fueron mujeres

2. Nacionalidad

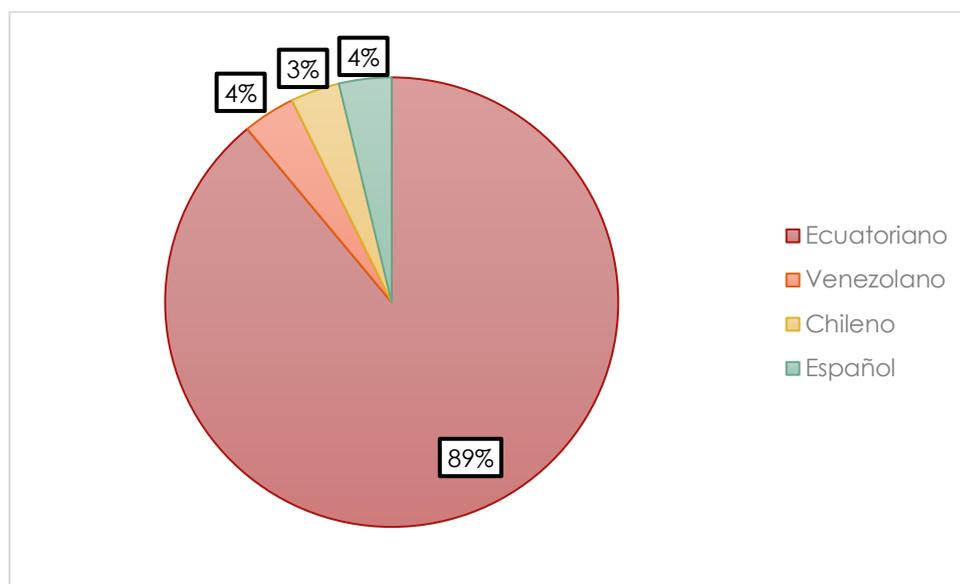
Tabla 2. Nacionalidad

Género	Número	%
Ecuatoriano	269	89
Venezolano	12	4
Chileno	9	3
Español	12	4
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Gráfico 2. Nacionalidad



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de personas encuestadas el 89% corresponde a nacionalidad ecuatoriana, mientras que el 4% es de nacionalidad venezolana, 3% española y un 4% chilena, es decir 9 de cada 10 personas son del Ecuador y se tiene una baja incidencia de personas extranjeras por su poca difusión internacional, así como operadoras turísticas que no trabajan de forma mancomunada.

3. Edad

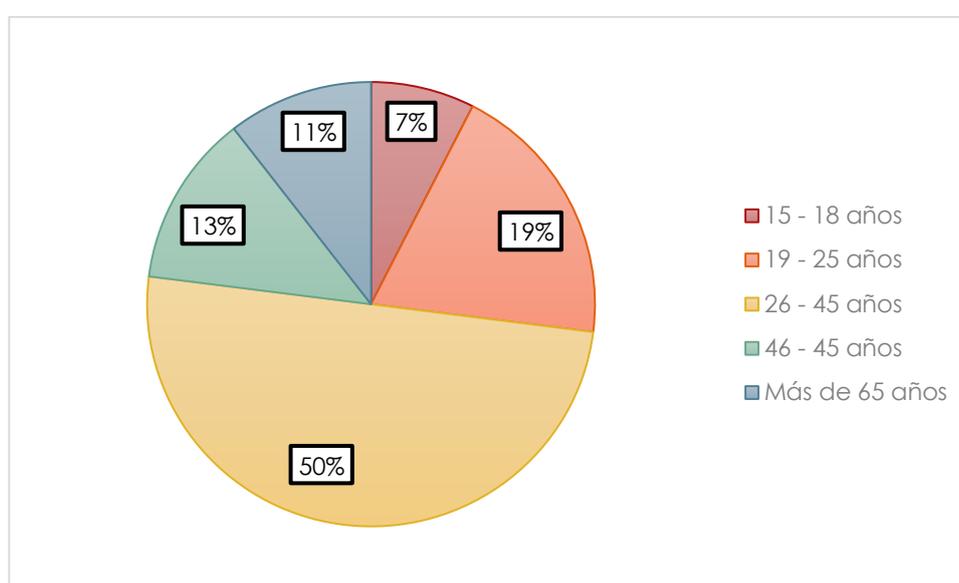
Tabla 3. Edad

Edad	Número	%
15 - 18 años	22	7
19 - 25 años	57	19
26 - 45 años	151	50
46 - 45 años	39	13
Más de 65 años	33	11
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Gráfico 3. Edad



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de 302 encuestas el 7% corresponde al rango de edad entre 15 a 18 años, el 19% al rango entre 19 a 25 años, el 50% al rango entre 26 a 45 años, el 13% al rango entre 46 a 65 años y el 11% al rango de más de 65 años. Esto se debe a que están en la edad más activa turísticamente hablando.

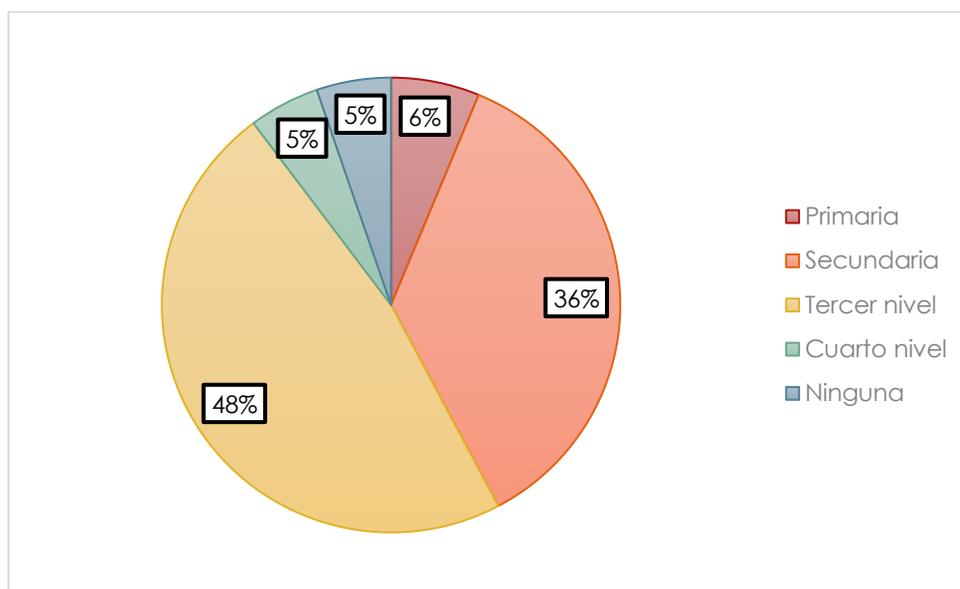
4. Nivel de educación

Tabla 4. Nivel de educación

Nivel de educación	Número	%
Primaria	18	6
Secundaria	109	36
Tercer nivel	145	48
Cuarto nivel	15	5
Ninguna	15	5
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)
Elaborado por: Verónica López

Gráfico 4. Nivel de educación



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)
Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de 302 encuestas el 6% tiene instrucción primaria, el 36% estudios secundarios, el 48% estudios de tercer nivel, el 5% estudios de cuarto nivel y el 5% no ha realizado ninguna clase de estudios.

Se vive en una época donde las oportunidades de estudio han crecido y de tal manera que con más estudio mayor es la curiosidad de aprender más sobre diferentes cosas

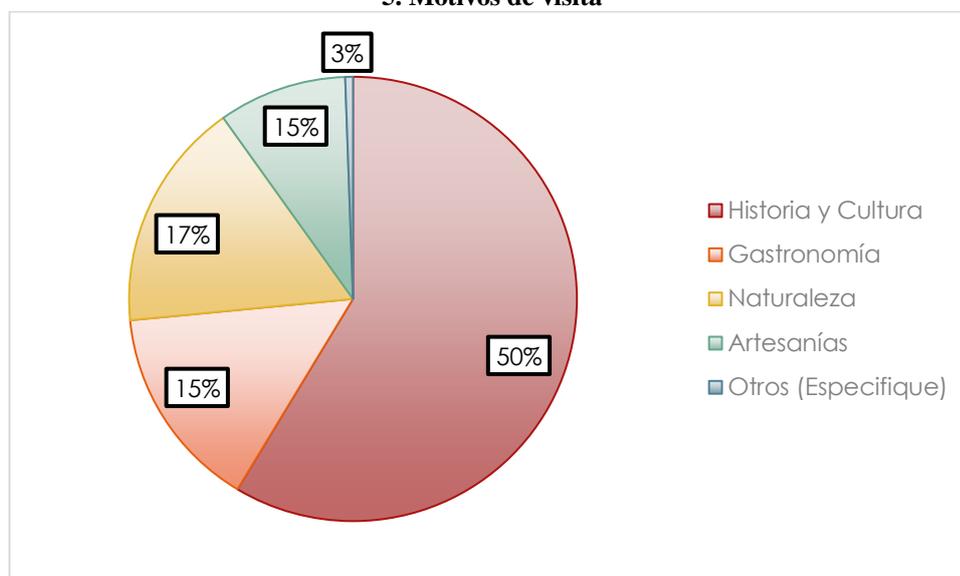
5. ¿Qué le motivo a visitar el Centro Cultural Mushily?

Tabla 5. Motivos de visita

Motivos	Número	%
Historia y Cultura	151	50
Gastronomía	45	15
Naturaleza	51	17
Artesanías	45	15
Otros (Especifique)	10	3
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)
Elaborado por: Verónica López Gráfico

5. Motivos de visita



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)
Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de 302 encuestados el 50% tiene motivación de la historia y cultura, el 15% gastronomía, 17% valora la naturaleza, 15% por sus artesanías y un 3 % visita el centro para realizar camping. Esto se debe a que los turistas quieren conocer o les atrae más su cultura y tradiciones ancestrales.

6. ¿Qué actividades adicionales a su visita le gustaría realizar en el Centro Cultural Mushily?

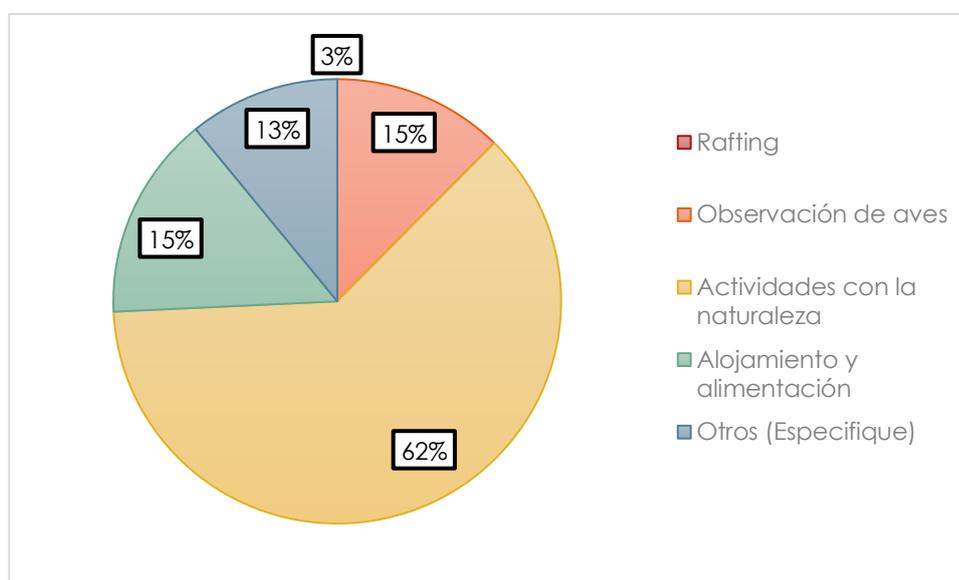
Tabla 6. Actividades adicionales dispuestas a realizar

Actividades	Número	%
Rafting	9	3
Observación de aves	39	13
Actividades con la naturaleza	186	62
Alojamiento y alimentación	45	15
Otros (Especifique)	23	7
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Gráfico 6. Actividades adicionales dispuestos a realizar



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de 302 encuestados el 62% le gustaría más actividades con la naturaleza, el 15% prefiere alojamiento y alimentación, 13% prefiere la observación de aves, 7% otras actividades como pesca deportiva y natación en río, y un 3% la actividad de rafting. Se puede observar que la cifra más alta de encuestados le gustaría realizar actividades con la naturaleza y el más bajo a realizar rafting.

Las personas que optan por visitar la naturaleza les agrada el contacto con la misma se siente la energía y vitalidad por lo que desearían más actividades con la naturaleza.

7. ¿Por qué medio le gustaría informarse acerca de las actividades y promociones que genere el Centro Cultural Mushily?

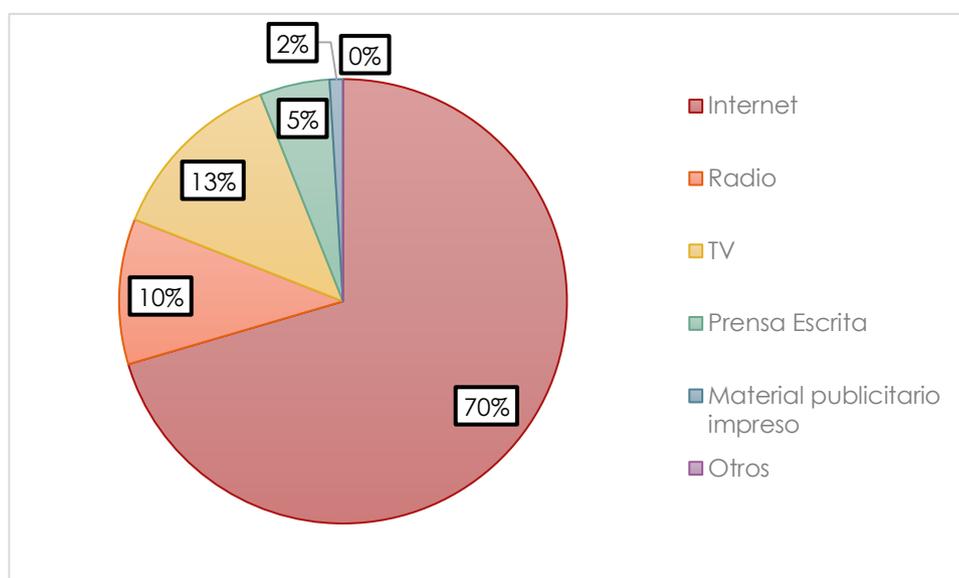
Tabla 7. Medio de comunicación preferido para promoción

Medios	Número	%
Internet	212	70
Radio	30	10
TV	39	13
Prensa Escrita	15	5
Material publicitario impreso	6	2
Otros	0	0
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Gráfico 7. Medio de comunicación preferido para promoción



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de 302 encuestas el 70% quiere enterarse por internet, el 13% por TV, el 10% radio, el 5% prensa escrita y el 2% desea enterarse por material impreso. Estamos en una era en la que las redes sociales el internet es la mejor manera de informarse acerca de los destinos turísticos.

8. ¿Piensa que los proyectos comunitarios ayudan a incrementar el turismo y la economía de la comunidad?

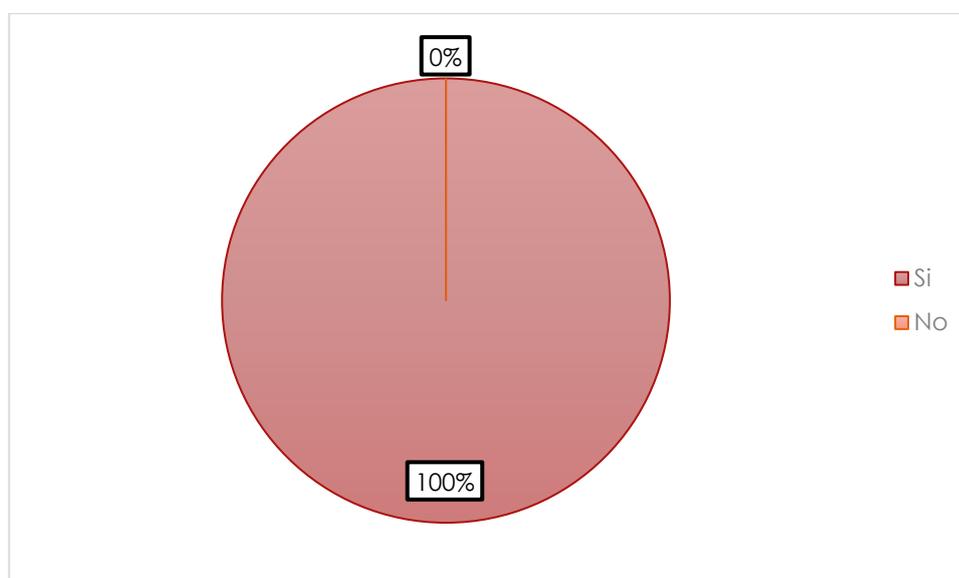
Tabla 8. Principal aporte del proyecto

Ítems	Número	%
Si	302	100
No	0	0
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Gráfico 8. Principal aporte del proyecto



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de 302 encuestas el 100% de los encuestados está de acuerdo en que los proyectos comunitarios incrementan el desarrollo y turismo de la comunidad, ya que permiten que las comunidades se organicen, formulen planes, ejecuten actividades que les conduzcan a elevar su nivel.

9. ¿Cuál considera que es el principal aporte de la actividad turística realizada en la Comunidad de Mushily?

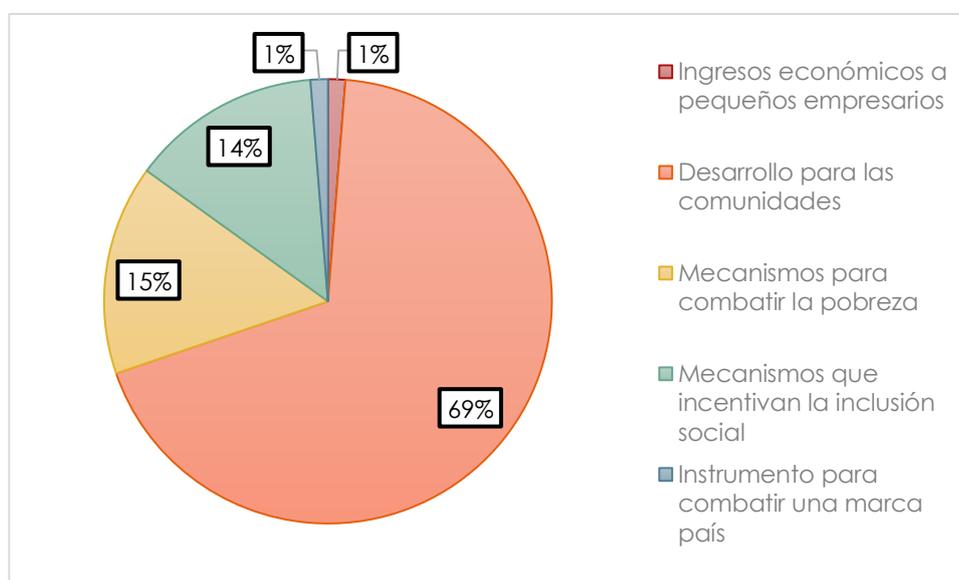
Tabla 9. Respeto de los derechos de la naturaleza en el proyecto

Ítems	Número	%
Ingresos económicos a pequeños empresarios	3	1
Desarrollo para las comunidades	209	69
Mecanismos para combatir la pobreza	45	15
Mecanismos que incentivan la inclusión social	42	14
Instrumento para combatir una marca país	3	1
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Gráfico 9. Respeto de los derechos de la naturaleza en el proyecto



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de 302 encuestas el 69% de los encuestados piensa que los proyectos comunitarios aportan al desarrollo de las comunidades, 15% piensan que es un mecanismo para combatir la pobreza, un 14% que es un mecanismo que incentiva a la inclusión social y un 1% que es un instrumento para construir una marca país.

Los proyectos comunitarios son generadores de beneficios para las comunidades que los realizan donde se desarrollan responsabilidades, el turismo es generador de beneficios económicos y sociales para la comunidad saliendo así adelante.

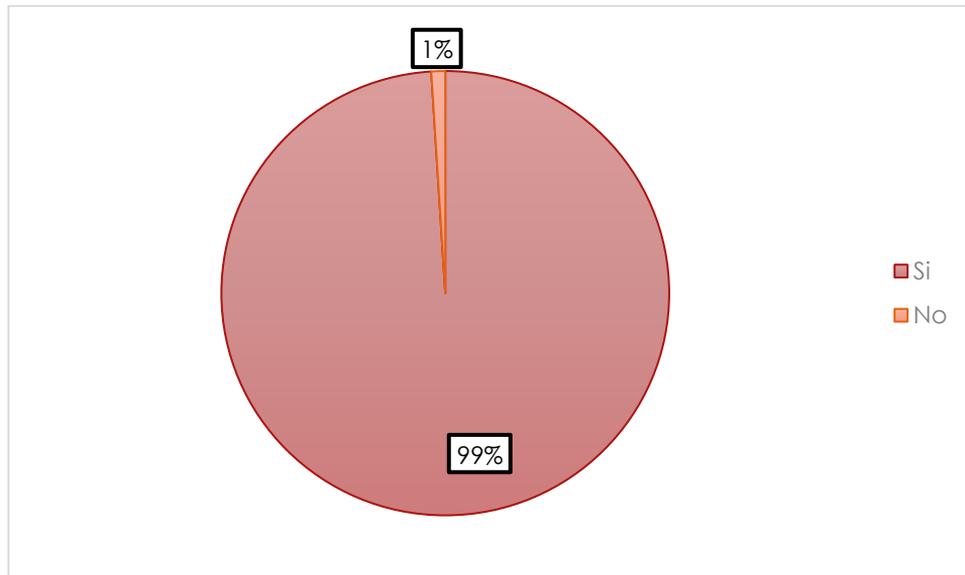
10. ¿Considera usted que en el Centro Cultural Mushily se respetan los derechos de la naturaleza?

Tabla 10. Respeto de los derechos de la naturaleza en el proyecto

Ítems	Número	%
Si	298	99
No	4	1
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)
Elaborado por: Verónica López

Gráfico 10. Respeto de los derechos de la naturaleza en el proyecto



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)
Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de 302 encuestas el 99% de los encuestados está de acuerdo en que se respetan los derechos de la naturaleza y un 1% que no se respeta. Ya que el manejo de los recursos naturales es amable con la naturaleza.

Centro Turístico Mushily es uno de los sus principales objetivos es el de en mantener el cuidado de la naturaleza para evitar que se pierdan la tradición Tsáchilas. Por eso cada año El Centro Turístico realiza una campaña de reforestación de varias especies, como la del árbol que les provee de algodón.

11. ¿Retornaría al Centro Cultural Mushily?

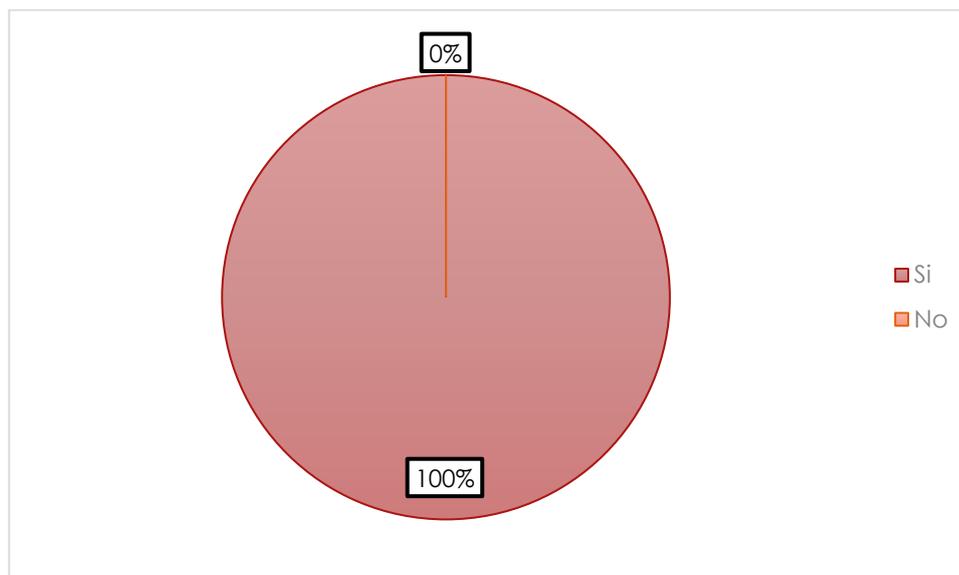
Tabla 11. Retornaría al Centro

Ítems	Número	%
Si	302	100
No	0	0
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Gráfico 11. Retornaría al Centro



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de 302 encuestas el 100% de los encuestados retornaría al Centro Cultural Mushily, ya que sintieron un contacto con la naturaleza y sobre todo con la cultura Tsáchila.

12. ¿Cuál es su nivel de satisfacción de la visita realizada a la comunidad?

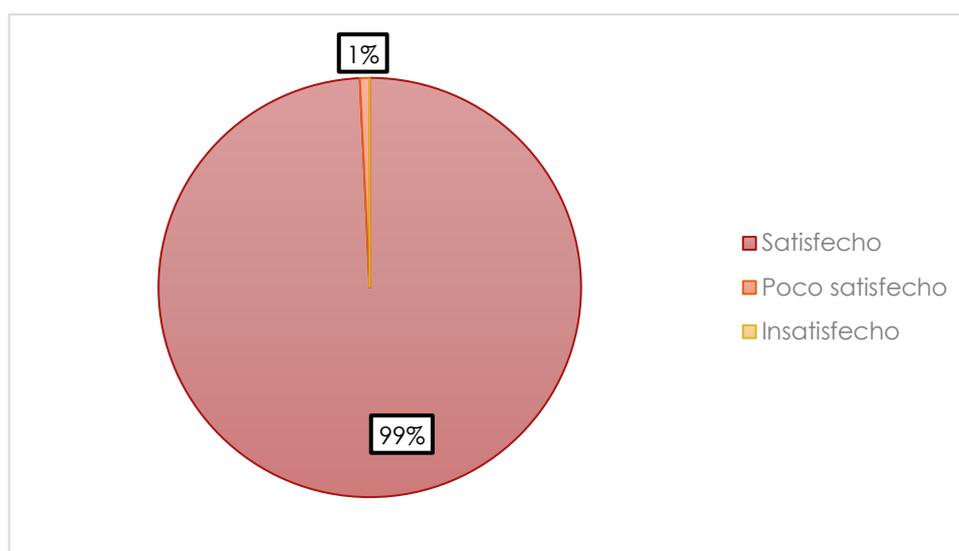
Tabla 12. Nivel de satisfacción en la visita

Ítems	Número	%
Satisfecho	298	99
Poco satisfecho	4	1
Insatisfecho	0	0
Total	302	100

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Gráfico 12. Nivel de satisfacción en la visita



Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

Interpretación:

Del total de 302 encuestas el 99% de los encuestados está satisfecho con la visita y un 1% está poco satisfecho, es decir tiene un nivel de aceptación totalitaria para brindar un mayor valor agregado en los atributos que oferta a sus visitantes.

Tabla 13. Resumen de la encuesta

No.	Pregunta	Respuesta	Número	%
1	Género	Femenino	220	73
2	Nacionalidad	Ecuatoriano	269	89
3	Edad	26 - 45 años	151	50
4	Nivel de educación	Tercer nivel	145	48
5	Motivos de visita	Historia y Cultura	316	59
6	Actividades adicionales dispuestos a realizar	Actividades con la naturaleza	186	62
7	Medio de comunicación preferido para promoción	Internet	212	70
8	Creencia sobre la influencia del proyecto para desarrollo económico	Si	302	100
9	Principal aporte del proyecto	Desarrollo para las comunidades	209	69
10	Respeto de los derechos de la naturaleza en el proyecto	Si	298	99
11	Retornaría al Centro	Si	302	100
12	Nivel de satisfacción en la visita	Satisfecho	298	99

Fuente: Visita de campo, in situ (2019)

Elaborado por: Verónica López

2.2.5 Análisis e interpretación de resultados de las entrevistas

2.2.5.1 Entrevista N° 1

Entrevistado: Ing. Marianela Sánchez

Cargo: Encargada de la Unidad de Turismo del Municipio de Santo Domingo

Entrevistador: Verónica López

Fecha: 28 de diciembre del 2018

1. ¿En qué condiciones cree usted que se maneja el turismo en Santo Domingo de los Tsáchilas en la actualidad?

El turismo apenas está empezando a desarrollarse en Santo Domingo

2. ¿Cree usted que durante los 10 últimos años se ha generado algún cambio en el turismo en esta región? ¿Cómo, de qué manera, positivo o negativo?

Si ha generado un gran cambio ya que hace 10 años no tenía un manejo adecuado del turismo como el que se está realizando ahora.

3. ¿Piensa usted que se ha desarrollado un modelo de Turismo Sostenible en Santo Domingo de los Tsáchilas?

Algunos prestadores de servicios especialmente los vinculados al turismo cultural tienen mayor conciencia del turismo sostenible, no es un tema del que se esté hablando todavía en Santo Domingo.

4. En lo referente a la inversión pública y/o privada ¿Cuál sería la importancia para el desarrollo sostenible?

Sería muy importante en un futuro tener esa inversión por el momento no se hablado del tema del turismo sostenible en Santo Domingo.

5. ¿Cómo se podría, fomentar la inversión en el progreso del Turismo Sostenible en el Centro Cultural Mushily?

Los gobiernos locales no pueden desarrollar estudios en iniciativas particulares lo que podemos hacer es generar un proceso de sostenibilidad en general hacer un plan de sostenibilidad en un macro, no puedes invertir desde lo público para un privado, a no ser que encuentres un mecanismo adicional que es financiamiento por ejemplo ese tipo de proyectos no se maneja.

6. ¿Qué tipo de estrategias y capacitaciones se deberían aplicar para alcanzar altos estándares en calidad de atención al turista?

Las capacitaciones son muy importante, la calidad en el servicio el tema de manejo de idiomas la certificación de los guías por competencias laborales tenemos algunos miembros de la nacionalidad Tsáchila especialmente jóvenes que hacen a su vez la tareas de guías a veces no cuentan con todas las herramientas, no todo el conocimiento como tiene que hacerse el tema de guianza el manejo de grupos por otro lado tiene mucho que ver el tema del respeto y rescate de su propia tradición especialmente con el tema de música y danza, la danza hay que perfeccionarla porque lo que tenemos en los centros culturales son bailes no atrampa igual que una danza que ya cuenta una historia a través de los movimientos que deba tener el danzante por ahí debemos que fortalecer.

2.2.5.2 Entrevista N° 2

Entrevistado: Poné Abram Calazacón

Cargo: Gerente propietario del Centro Cultural Mushily

Entrevistador: Verónica López

Fecha: 31 de diciembre del 2018

1. ¿En qué condiciones cree usted que se maneja el turismo en Santo Domingo de los Tsáchilas en la actualidad?

El Turismo en Santo Domingo ha ido subiendo de a poco yo pertenezco al Proyecto Museo Etnográfico Tsáchila, desde ahí hemos venido forjando

nuestros ideales y de fomentar nuestra cultura nuestros saberes ancestrales y vamos creciendo de a poco.

- 2. ¿Cree usted que durante los 10 últimos años se ha generado algún cambio en el turismo en esta región? ¿Cómo, de qué manera, positivo o negativo?**

Hace 10 años el turismo no ha sido tan en la Comunidad lo único por lo que venía el tema de las limpias el shamanismo.

- 3. ¿Piensa usted que se ha desarrollado un modelo de Turismo Sostenible en Santo Domingo de los Tsáchilas?**

Todavía no hay proyectos de Turismo sostenible solo turismo comunitario

- 4. En lo referente a la inversión pública y/o privada ¿Cuál sería la importancia para el desarrollo sostenible?**

Nos ayudaría muchísimo a los emprendimientos, pero las autoridades no dejan atraer inversión de afuera conseguimos inversionistas de Quito que nos iban ayudar y el Municipio de Santo Domingo no dejó dijo que era competencia de ellos, pero ni ellos nos ayudan con la inversión.

- 5. ¿Cómo se podría, fomentar la inversión en el progreso del Turismo Sostenible en el Centro Cultural Mushily?**

Inversiones que se han tenido por ejemplo con la Empresa Turística Tolón Pele con la aldea colorada ellos ponen no pretexto diría tiene razón de lo que de pronto han dado esta oportunidad de invertir en la Comunidad del Peripa pero no han hecho un estudio profundo técnico y no supieron porque realmente para invertir en la magnitud de una inversión grande que hicieron en la Aldea Colorada realmente debieron haberlo hecho con estudios técnicos para que dé resultados.

Esas cositas de pronto afectan a los emprendimientos nuevos que lanzamos algún proyecto un pedido, nosotros como Centro Cultural Mushily hemos

golpeado las puertas pero realmente ellos se amparan a eso la inversión ya está hecha nos dicen únanse integrasen con las inversiones que ya han hecho y no son cantidades pequeñas son altas, la comunidad Peripa ha hecho perder el valor de pronto la potencialidad de difundir se han perdido la credibilidad de las autoridades y todas las inversiones caídas al suelo desde ese punto de vista nos ven incapaces de manejar de administrar cualquier inversión del Estado que se hace.

6. ¿Qué tipo de estrategias y capacitaciones se deberían aplicar para alcanzar altos estándares en calidad de atención al turista?

Como Centro Cultural Mushily es un nuevo emprendimiento con los jóvenes y nosotros internamente tenemos reglas de administración cada chico tiene su responsabilidad su compromiso primeramente sentir el orgullo de ser un Tsáchila de hablar tsáfiqui también la capacitación y talleres que se pide al Municipio en cuanto a manejo de grupos atención al cliente.

7. El Centro Cultural Mushily ¿ha puesto en marcha un sistema de prácticas sostenibles donde se considera temas ambientales, socioculturales, de calidad, salud y seguridad?

Estamos en proceso de realizarlo para ponerlo en práctica y seremos el primer Centro Cultural en tenerlo

8. El Centro Cultural Mushily ¿cumple con las leyes y reglamentos locales pertinentes tales como de salud, seguridad, trabajo y medio ambiente?

Dentro de la comunidad el proceso es el siguiente presidentes cabildos dentro de ellos está la Gobernación Tsáchila esas dos estancias nos certifican nos reconoce el trabajo dentro de la gobernación dentro del cabildo comunal hay esos departamentos que funciona con el GAD Provincial estamos recopilando los papales por eso también pido las capacitaciones porque los chicos deben tener licencia de guías nativos eso no nos urgen no nos adelantan es cosa sencilla el Municipio se hace el ciego.

9. El Centro Cultural Mushily ¿apoya activamente iniciativas para el desarrollo social de la comunidad y la creación de infraestructuras en ámbitos como la educación, la salud y el saneamiento, entre otros?

Queremos realizar un proyecto para la purificación o saneamiento del Rio Toachi que es el que pase por Mushily ya que está contaminado por aguas servidas, y debemos ya cambiar los hábitos porque estamos matando la naturaleza que nos da vida.

10. El Centro Cultural Mushily ¿mide la adquisición de artículos desechables y consumibles y busca activamente modos de reducir su uso?

Mushily cuenta con contenedores hechos de paja donde se recolecta los desechos reciclados elaborados con plástico.

11. ¿El Centro Cultural Mushily ¿fomenta el consumo de uso energético?

Mushily a las personas que se hospedan en las cabañas o se quedan acampar hacen uso de la luz de la luna ya que en la noche se disminuye el uso de la luz artificial.

13. El Centro Cultural Mushily ¿posee construcción en acuerdo con normas ambientales y técnicas de materias de construcción tradicionales?

En cada estación de la ruta existen cabañas que están construidas en base a nuestros ancestros con materiales tradicionales como el bambú y la paja, al igual de la misma manera que las cabañas que se encuentran en la parte de arriba donde se exponen las artesanías y la gastronomía Tsáchila y las cabañas que son destinadas al hospedaje de los turistas.

14. El Centro Cultural Mushily ¿realiza integración de los turistas a acciones de conservación (reforestación, entre otros) o procesos de protección de naturaleza?

En el recorrido el guía nativo va hablando de la naturaleza de cómo cuidarla y conservarla, y se enseña a los turistas a como sembrar una planta para que cerca y siga cuidan la naturaleza.

2.3 Síntesis del capítulo

En este capítulo se detalló la metodología y técnicas de investigación que fueron utilizadas para el desarrollo de la propuesta como: la encuesta para 302 personas después de aplicada la fórmula de muestreo probabilística con varianza conocida para poblaciones finitas de un universo de 1400 personas, obteniéndose respuesta de preferencia como 6 de cada 10 personas dispuestas a realizar actividades con la naturaleza, el medio de comunicación favorita es el internet por 7 de cada 10 personas de las tabulaciones de los resultados obtenidas de la encuesta y por último el análisis general de las entrevistas que citan la necesidad de apoyar la actividad turística comunitaria como eje de transformación económico progresivo

Una vez obtenidos los resultados se procede a la elaboración de la propuesta técnica desde el diagnóstico situacional, así como su localización y la propuesta desde su viabilidad ambiental, cultural, económica y social hasta el desarrollo de las estrategias en planes de proyecto que será la guía de actividades a realizarse e incluirse en el plan programático plurianual.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1 Título de la propuesta

Estrategias de operación para el Fortalecimiento Turístico Sostenible del Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas.

3.2 Localización

3.2.1 Macro localización

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas se encuentra ubicada en la zona centro noroccidental del Ecuador, a 133 Km del DM. Quito; con un clima cálido húmedo y con temperaturas que oscilan entre los 21 a 33°C en verano y en invierno de 23 a 38°C. Su cantonización se realizó el 3 de julio de 1967 y la provincialización el 6 de noviembre de 2007. Tiene una superficie de 3.537,97 Km².



Gráfico 13. Ubicación provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas en Ecuador.
Fuente: (Google maps, 2019)

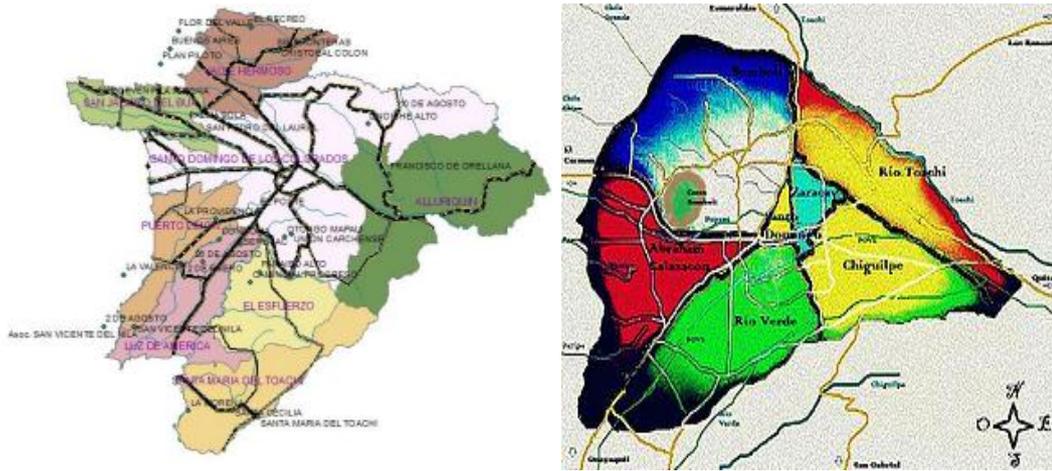


Gráfico 14. Parroquias cantón Santo Domingo
Fuente: (Google maps, 2019)

Distribuida en 9 parroquias rurales: (1) El Esfuerzo, (2) Santa María del Toachi, (3) Valle Hermoso, (4) Luz de América, (5) San Jacinto del Búa, (6) Alluriquín, (7) Puerto Limón, (8) Santo Domingo-rural y Santo Domingo-urbano.

De una Ordenanza Municipal publicada en el Registro Oficial N. 921 del 25 de abril de 1988, se divide en 7 parroquias urbanas: Santo Domingo, Zaracay, Chigüilpe, Río Verde, Abraham Calazacón, Río Toachi y Bombolí.

La provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas es relativamente nueva, su provincialización se realizó el 2 de octubre de 2007, con su capital Santo Domingo, pero en cuanto a la cultura Tsafiquí se considera milenaria por pertenecer al 3.500 al 500 a.C por sus vestigios de cerámica del período formativo tardío de la cultura Chorrera, donde caracterizó por la suficiencia en la agricultura, caza pesca y recolección de frutos.

No hay registros de cómo ni desde cuando se les llamaba Colorados, siendo lo único cierto que se debe esa denominación por el achiote que utilizan en la cabeza, aunque, en la región oriental existían grupos con características similares en cuanto a su vestimenta.

3.2.2 Micro localización

La comuna Chigüilpe se encuentra ubicada en la Provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas, cantón Santo Domingo de los Colorados, parroquia Chigüilpe 13.870 habitantes según el 13.870 (INEC, 2.019) Km.7 margen izquierdo de la vía E25 de primer orden (asfaltada), contando con servicio de transporte cada 20 minutos Santo Domingo – Quevedo y a partir de la carretera 3 Km. hacia su principal entrada.

3.3 Esquema de la propuesta (viabilidad, impacto, recursos)

3.3.1 Viabilidad Ambiental

El proyecto del Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas busca la promoción del cuidado ambiental y que de esta forma contribuya al mejoramiento de la actividad turística como tal, por lo cual se recurrió a la adopción del turismo sostenible como opción que se ancla en la busque de objetivos propuestos.

3.3.2 Viabilidad Cultural

El presente proyecto busca promover el desarrollo del turismo sostenible como un nuevo eje de la economía social del Centro Cultural Mushily, a través del diseño de Estrategias de Operación para el Fortalecimiento Turístico, aprovechando su bagaje cultural; considerando que los Tsáchilas son una cultura, que de forma tradicional siempre ha estado a favor de respeto, manejo, concientización y conservación de los rasgos característicos de su cultura.

3.3.3 Viabilidad Económica

Las estrategias de operación para el Fortalecimiento del Centro Cultural Mushily tiene como propósito generar recursos propios que le brinden sostenibilidad económica basado en la potencialidad de sus recursos humanos y étnicos que serán capaces de fomentar el empleo y riqueza económica para la misma comunidad.

3.3.4 Viabilidad Social

Este proyecto tiene un fin social por el vínculo de las personas con la conservación del entorno pues la comunidad de Mushily al aprovechar este recurso, no se verá en la necesidad de su depredación para su explotación agropecuaria (maderera o ganadera) por tal motivo desea consolidar las estrategias turísticas.

En vista que es un proyecto social las utilidades obtenidas van a ser reinvertidas en mejoras de la comunidad y del proyecto mismo, con el mejoramiento del acceso en caminos aledaños, señalética vial, mejora de las condiciones de acceso agua segura y habitabilidad, pero para llegar a tal objetivo se necesita de un plan turístico que aumente el número de turista hacia la zona aprovechando el potencial étnico cultural Tsáchila.

3.4 Recursos

3.4.1 Materiales

Tabla 14. Materiales

Material	Unidad	Cantidad
Equipos	Cámara fotográfica	1
Suministros	Resma de papel	1
	Computadora	1
	Impresora	1
	Caja de Grapas	1
	Esferos	3
	Carpetas	2
Internet	Anillados	2
	Empastados	1
	CD	2

Fuente y elaborado por: Verónica López

3.4.2 Talento Humano

- Estudiante: Verónica Diana López Carvajal
- Director de trabajo de grado: Ing. Marco Cabrera
- Entrevistados
- Ing. Marianela Sánchez
- Póne Abram Calazacón
- Encuestados: Turistas del Centro Cultural Mushily

Tabla 15. Talento Humano

Material	Unidad	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Equipos	Cámara fotográfica	1	0	0
Suministros	Resma de papel	1	0	0
	Computadora	1	0	0
	Impresora	31	0	0
	Caja de Grapas	1	1.5	1.5
	Esferos	3	0.25	0.75
	Carpetas	2	0.75	1.5
Internet	Impresiones B/N	120	0.15	18
	Impresiones a color	120	0,04	30
	Anillados	120	0,02	15
	Empastados	2	15	30
	CD	3	3	9
Movilidad	Viaje	4	4	16.00
Total				121,75

Fuente y elaborado por: Verónica López

3.5 Desarrollo de la propuesta

3.5.1 FODA

Tabla 16. Análisis FODA de la comunidad Mushily

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<p>F1 Mantiene su idioma autóctono.</p> <p>La comunidad está en la región subtropical con un buen clima, biodiversidad tales como: ríos, cascadas, senderos ecológicos pocos conocidos y visitados.</p> <p>F2 La comunidad tiene como actividades económicas: la agricultura, piscicultura, para auto consumo y comercialización de productos como: yuca, café, cacao, pescado, entre otros.</p> <p>F3 Sus manifestaciones fundamentales de cultura son: patrimonio oral, musical, gastronomía, medicina, lengua, mingas, mitos, rituales prácticos y danza artística.</p> <p>F4 Cuenta con personería jurídica constituida de forma legal de carácter social y privado, ubicada fuera de una reserva natural, con la cual se puede desarrollar políticas concretas de trabajo.</p> <p>F5</p>	<p>O1 El uso de las nuevas tecnologías permitirá una reducción de los gastos de promoción.</p> <p>O2 Inequidad de presupuesto</p> <p>O3 Alianzas estratégicas mancomunadas entre la comunidad Mushily, La Academia, MINTUR, Organizaciones Gubernamentales, ONG y autoridades; responsables del impulso turístico.</p> <p>O4 Voluntad política creciente para el reconocimiento del turismo, como sector prioritario para el desarrollo del país.</p> <p>O5 La etnia es reconocida a nivel nacional e internacional</p> <p>O6 El turismo comunitario es un tipo de turismo que está en apogeo en el Ecuador.</p>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<p>D1 Inexperiencia del manejo de dinero por fuentes del turismo</p> <p>D2 Falta de perspectiva de planificación a largo plazo, con baja capacidad y planificación del gobierno local, sin compromiso para la ejecución de inversión.</p> <p>D3 Presencia de iniciativas y emprendimiento para realizar actividades turísticas y productivas, sin resultados de la gestión realizada.</p> <p>D4 Saturación de visitantes</p> <p>D5 Carencia de servicios básicos</p> <p>D6 Presencia de fuentes de trabajo esporádicos y de corta duración, elevando el desempleo.</p>	<p>A1 Asignación de recursos estatales inequitativos en determinadas rutas, y corredores turísticos de la geografía ecuatoriana</p> <p>A2 Destinos turísticos naturales afectados por el cambio climático mundial.</p> <p>A3 La contaminación, aumento de la depredación de recursos naturales, avance de la frontera agrícola y desastres ecológicos en fuentes de agua.</p> <p>A4 Información escasa para el desarrollo de rutas turísticas con inversión privada.</p> <p>A5 La recesión y su repercusión económica mundial aún afecta al turismo en todo tipo y nivel.</p> <p>A6 En el Ecuador cada región, provincia, GAD desea su propia marca, "olvidándose" de los lineamientos base de la marca país.</p>

Fuente y elaborado por: Verónica López

3.5.2 Estrategias

Tabla 17. Estrategias de la comunidad Mushily

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	<p>ESTRATEGIAS FO</p> <p>Desarrollo de un plan de marketing para la difusión de los atractivos naturales y culturales a través de un producto turístico consolidado.</p> <p>Realización de alianzas estratégicas con el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador e Instituto Superior Tecnológico Tsáchila organizaciones de la sociedad civil y representantes de la comunidad Tsáchila Mushily..</p> <p>Desarrollo de un Plan Educativo Ambiental para las escuelas de Educación Básica de la comunidad de Chigüilpe.</p>	<p>ESTRATEGIAS DO</p> <p>Promoción la Fiesta del Kasama (Nuevo Amanecer) por medios de comunicación para promocionar su cultura turística, gastronómica y cultural del Centro Turístico Mushily Chigüilpe para su fortalecimiento..</p> <p>Generación de fuentes de empleo Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas para la creación de riqueza.</p>
AMENAZAS	<p>ESTRATEGIAS FA</p> <p>Realización de una campaña de reciclaje constante que permita clasificar los desechos turísticos y disminuir su impacto en el ambiente.</p> <p>Brindar calidad de servicio al cliente por parte del personal administrativo y operativo del Centro Turístico Mushily Chigüilpe.</p>	<p>ESTRATEGIAS DA</p> <p>Fomento a la historia y cultura de la etnia Tsáchila por medio de una guianza por medio de animación turística.</p> <p>Realización de actividades turísticas y recreación con la naturaleza como senderismos, ciclismo, pesca deportiva y piscinas.</p>

Fuente y elaborado por: Verónica López

La propuesta es un conjunto de estrategias como conjunto de acciones planificadas en un tiempo determinado que ayuda a la organización a asignar recursos, a sacar provecho de sus potencialidades relativas y a mitigar sus debilidades, a explotar los cambios que se proyectan en el ambiente y a neutralizar las posibles iniciativas de sus competidores.

Las estrategias deben formularse para explotar las oportunidades, evitar las amenazas, impulsar las fortalezas, eliminar las debilidades y contribuir al logro de la visión de futuro, de la misión y de los objetivos.

Alcance.- Las estrategias que se ha formulado se encuentran (Ver Apéndice A. Árbol de problemas) con el propósito de lograr la cobertura del objetivo propuesto de estrategias sostenibles en base al entorno para el desarrollo turístico del Centro Turístico Mushily Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas, se incluyó las organizaciones externas a la administración y organización pública (Apéndice B. Análisis de involucrados) que influyen de manera directa e indirecta con la comunidad, siendo las estrategias son las siguientes:

Tabla 18. Estrategias sostenibles

Estrategias	No	Objetivo	Estrategia	Metas	Indicadores	Presupuesto
Sociales	1	Desarrollar un plan de marketing para la difusión de los atractivos naturales y culturales a través de un producto turístico consolidado.	Desarrollo de un plan de marketing para la difusión de los atractivos naturales y culturales a través de un producto turístico consolidado.	Incrementar la visita de turistas en un 15%	Número de turistas	\$ 1.800
	2	Promocionar la Fiesta del Kasama (Nuevo Amanecer) por medios de comunicación para promocionar su cultura turística, gastronómica y cultural del Centro Turístico Mushily Chigüilpe para su fortalecimiento.	Promoción la Fiesta del Kasama (Nuevo Amanecer) por medios de comunicación para promocionar su cultura turística, gastronómica y cultural del Centro Turístico Mushily Chigüilpe para su fortalecimiento.	Ejecución al 80% de las actividades planificadas en el cronograma anual	$\frac{\text{N}^\circ \text{ de actividades ejecutadas}}{\text{N}^\circ \text{ de actividades planificadas}}$	\$ 1.800
	3	Brindar calidad de servicio al cliente por parte del personal administrativo y operativo del Centro Turístico Mushily Chigüilpe	Brindar calidad de servicio al cliente por parte del personal administrativo y operativo del Centro Turístico Mushily Chigüilpe.	80% del grado de satisfacción de clientes	$\frac{\text{Número de clientes satisfechos}}{\text{Número de clientes ingresados}}$	\$ 1.200
	4	Fomentar la historia y cultura de la etnia Tsáchila en una guianza por medio de animación turística.	Fomento a la historia y cultura de la etnia Tsáchila de una guianza por medio de animación turística.	50% de las actividades hacen énfasis en la historia y cultura de la etnia.	Número de actividades culturales e históricas realizadas sobre las planificadas	\$ -
Económicas	1	Realizar alianzas estratégicas con el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador e Instituto Superior Tecnológico Tsáchila organizaciones de la sociedad civil y representantes de la	Realización de alianzas estratégicas con el Consejo de Desarrollo de las Nacionalidades y Pueblos del Ecuador (CODENPE), Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador e Instituto Superior Tecnológico Tsáchila organizaciones de la sociedad civil y representantes de la comunidad Tsáchila Mushily.	Tener convenios con operadoras de turismo externas a la parroquia al 70% de ejecución	Número de convenios logrados	\$ -

Estrategias	No	Objetivo	Estrategia	Metas	Indicadores	Presupuesto
		comunidad Tsáchila Mushily.				
	2	Generar fuentes de empleo Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas para la creación de riqueza.	Generación de fuentes de empleo Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas para la creación de riqueza.	Incrementar el empleo adecuado en un 25%	<u>Número total de empleados</u> Población	\$ 10.000
	3	Realizar actividades turísticas y recreación con la naturaleza como senderismos, ciclismo, pesca deportiva y piscinas.	Realización de actividades turísticas y recreación con la naturaleza como senderismos, ciclismo, pesca deportiva y piscinas.	80% de la infraestructura instalada	<u>Infraestructura ejecutada</u> Infraestructura planificada	\$ 20.000
Ambientales	1	Desarrollar un Plan Educativo Ambiental para las escuelas de Educación Básica de la comunidad de Chigüilpe.	Desarrollo de un Plan Educativo Ambiental para las escuelas de Educación Básica de la comunidad de Chigüilpe.	Capacitar al 50% de los estudiantes de Educación Básica de la comunidad.	<u>Talleres de capacitación ejecutados</u> Talleres de capacitación planificados	\$ -
	2	Realizar una campaña de reciclaje constante que permita clasificar los desechos turísticos y disminuir su impacto en el ambiente.	Realización de una campaña de reciclaje constante que permita clasificar los desechos turísticos y disminuir su impacto en el ambiente..	Cantidad de basura reciclada	Reciclar el 100% de los residuos generados dentro del Centro Comunitario	\$ 1.800
Total						\$ 36.600

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

3.5.2.1 Estrategia 1

Desarrollo de un plan de marketing para la difusión de los atractivos naturales y culturales a través de un producto turístico consolidado.

Tabla 19. Desarrollo planificado de la estrategia 1

Centro Turístico Mushily Chigüilpe	NOMBRE DEL PROYECTO PROPUESTO Plan de Marketing Turístico para el Centro Turístico Mushily Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas	DURACIÓN ESTIMADA: 5 años
RESPONSABLE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ GAD de Santo Domingo de los Tsáchilas ▪ Junta Parroquial Directiva de Chigüilpe ▪ Comunidad Tsáchila Mushily 		LOCALIZACIÓN FÍSICA: Centro Turístico Mushily Chigüilpe
COSTO/ INVERSIÓN ESTIMADA: USD \$ 1.800		FINANCIAMIENTO: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe
JUSTIFICACIÓN: El plan de marketing proporcionará herramientas necesarias para lograr una difusión, brindando una identidad turística que posee el Centro Turístico Mushily Chigüilpe y estrategias específicas para captar potencial turistas (nacionales-extranjeros).		
OBJETIVO: Desarrollar un plan de marketing para la difusión de los atractivos naturales y culturales a través de un producto turístico consolidado (FO).	METAS: - Incrementar la visita de turistas en un 15%	INDICADORES DE RESULTADOS Número de turistas
IMPACTO/ BENEFICIO ESPERADO: --Incrementar la actividad económica turística -Productos turísticos diferenciados y competitivos en la zona	RIESGO IDENTIFICADOS Población poco prepara para el recibimiento de turistas. -Hacinamiento con poca satisfacción de sus necesidades básicas insatisfechas -No ejecutar el plan de marketing turístico. -Escaso presupuesto publicitario.	INDICADORES DE RESULTADO <u>Nº de turistas planificados</u> Nº de turistas
PRODUCTOS ENTREGABLES Plan de marketing Turístico	HITOS: -Captar nuevos turistas -Incremento de la economía de la parroquia -Desarrollo de la producción	FECHA: 2020 - 2024
RECURSOS REQUERIDOS ESTIMADOS		
RRHH: Asesoría Técnica en el Área de Marketing	RECURSOS ECONÓMICOS: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe	RECURSOS MATERIALES: Equipos de computación (contraparte de la junta), comunicaciones (teléfono e internet), suministros y Materiales de oficina
NORMAS O ESTÁNDARES A UTILIZAR. Anuario de entradas y salidas de turistas receptivos y nacionales		OTROS Tecnológicos
ELABORADO POR: Verónica López		
APROBADO POR: Centro Turístico Mushily Chigüilpe		FECHA DE ELABORACIÓN: 2020

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

3.5.2.1.1 *Producto*

Producto es el conjunto de atributos tangibles o intangibles que la empresa ofrece al mercado meta, por tanto el producto a ofertarse se denomina Centro Turístico Mushily Chigüilpe, al ser un sitio de concentración comunitaria para el turismo que posee seguridad interna, se tiene un punto de encuentro para personas provenientes fuera de la ciudad de Santo Domingo, en el Parque Central donde se puede tomar el bus de la Cooperativa Santo Domingo o Ruta 23 con dirección a la parroquia Puerto Limón, la distancia hasta el Centro es 25 Km con una duración de 30 a 40 min dependiendo del tránsito por una vía de 1er orden:

Dentro del Centro Turístico existen diferentes tipos de atractivos en los cuales se enfocará el desarrollo de estrategias publicitarias, para los turistas nacionales y receptivos que visitan la provincia. Los centros turísticos tienen diferentes áreas de recreación, los principales servicios que se ofrecen como parte integral del proceso de prestación de servicio que se da dentro de cada lugar, son:

- **Cascadas:** Existen 8 cascadas las cuales pueden ser observadas en un trayecto
- **Canchas deportivas:** cuenta con cancha de fútbol.
- **Comedor:** Los comedores ofrecen distintos platos típicos ecuatorianos de aproximadamente 1 hora.
- **Estacionamientos:** con varios espacios para aproximadamente 20 autos.
- **Senderos ecológicos:** Se ofrecen recorridos por senderos naturales donde se puede ver abundante flora y fauna propia del lugar.
- **Ritos y danzas ancestrales**

3.5.2.1.2 *Plaza (distribución)*

La plaza también conocida como posición o distribución, para hacer llegar el producto al público objetivo incluyendo las actividades que ponen el producto a disposición del mercado meta, para el plan de marketing se desarrollará en el Centro Turístico Mushily Chigüilpe. En este caso es la parroquia de Puerto Limón y para llegar a cada uno de los lugares, se accede desde la ciudad de Santo Domingo se

toma un bus con un costo de 30 centavos, su parada está ubicada en la entrada a la parroquia, y si se desea se puede acceder en moto taxi a un precio de USD \$ 2,00. Si se accede en vehículo particular a la ruta, el tiempo puede reducirse a 25 min para alcanzar al Centro Comunitario.

Gráfico 15. Fotografías panorámicas del Centro Turístico Mushily Chigüilpe.



Nota: Centro Turístico Mushily Chigüilpe, fotos pertenecientes a su entrada principal, cabañas de rituales, fiesta Kasama y ventas de artesanías

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

3.5.2.1.3 Precio

Tabla 20. Precios establecidos dentro del Centro Turístico Mushily Chigiülpe

Centro Turístico Mushily Chigiülpe	ME	A
Entrada	\$ 1,50	\$ 3,00
Almuerzo promedio	\$ 3,50	\$ 3,50
Valor por pax	\$ 5,00	\$ 6,50

ME: Menores de edad; A: Adultos

Fuente y elaborado por: Verónica López

- El precio promedio de acceso al público, sin hacer ningún tipo de discriminación por su proveniencia de país es de USD \$ 3,00
- El precio promedio de entrada para una persona menor de edad es de USD \$ 1,50
- El precio promedio de entrada para una persona mayor de edad es de USD \$ 3
- La adquisición del servicio de comida depende de cada persona existe una oferta gastronómica que va desde 3 chontacuros asados por USD \$ 1,00 hasta platos fuertes como tapado de pescados de USD \$ 6,00 en promedio USD \$ 3,50
- Los precios no incluyen actividades extras, como rituales de limpia tienen un valor de USD \$ 10 y el número de visitas dependerá de lo determinado por el curandero o shamán.

3.5.2.1.4 Promoción

Para poder crear una ventaja competitiva en cuanto a la imagen y servicios que ofrecen los Centros Turísticos, se ha diseñado un nuevo logo, con el que se pretende llamar la atención del turista y lograr que lo asocie con los servicios que ofrece. Así como la realización de las siguientes rutas de aguas termales.

Slogan. - Se contará con un slogan identificar el producto de este proyecto turístico, el mismo será sugestivo y difundido por los diferentes canales de comunicación, priorizando inicialmente el diseño y publicación en medios de comunicación que garanticen la información al turista potencial, teniendo en cuenta que este es el medio menos costoso en la realización de la publicidad. Con el slogan el mensaje es dar a

entender a todo tipo de turista por ese motivo se eligió:

“Mushily Turismo Tsáchila Cultura Viva”

- **Facebook**

Gráfico 16. Facebook



Fuente: Facebook, (2019)

Elaborado por: Verónica López

Una de las redes sociales con más usuarios en el mundo es el Facebook, el cual brinda información de fácil acceso a personas de cualquier edad. Aprovechando los beneficios de esta página se creará una fan page, de esta manera conocerá información acerca de la ruta de las termas, fotos de cada uno de los establecimientos que ofrece el Centro Turístico

En lo que respecta a alcance “social” que puede tener la página fan page, generada y para conocer la aceptación que tiene el producto turístico denominado “Centro Turístico Mushily Chigüilpe – Abraham Calazacón”, se realiza una simulación basada en la oferta que promociona este tipo de página con un tarifario expuesto por la misma red social que lo contiene, basado en lo expuesto anteriormente se muestra la proyección de precios establecidos proyectados.

Tabla 21. Valores establecidos de alcance “fan page”

Precio	Alcance por número de “me gusta”		"Me gusta" estimados por día	Promedio de “Me gusta ”	
	Menor	Mayor		Diario	Semanal
\$ 1	3	14	11	6	42
\$ 12	42	169	127	64	448
\$ 25	88	353	265	133	931
\$ 50	176	706	530	265	1855
\$ 75	265	1059	794	397	2779
\$ 100	353	1412	1059	530	3710
\$ 250	882	3529	2647	1324	9268
\$ 500	1765	7059	5294	2647	18529
\$ 1.000	3529	14118	10589	5295	37065

Precio	No. veces al año		No. Personas total	Días al mes	Veces al año	En años
	4	5				
\$ 1	168	840	\$ 7	\$ 28	\$ 140	
\$ 12	1792	8960	\$ 84	\$ 336	\$ 1.680	
\$ 25	3724	18620	\$ 175	\$ 700	\$ 3.500	
\$ 50	7420	37100	\$ 350	\$ 1.400	\$ 7.000	
\$ 75	11116	55580	\$ 525	\$ 2.100	\$ 10.500	
\$ 100	14840	74200	\$ 700	\$ 2.800	\$ 14.000	
\$ 250	37072	185360	\$ 1.750	\$ 7.000	\$ 35.000	
\$ 500	74116	370580	\$ 3.500	\$ 14.000	\$ 70.000	
\$ 1.000	148260	741300	\$ 7.000	\$ 28.000	\$ 140.000	

ME: Menores de edad; A: Adultos

Fuente: Facebook (2019).

Elaborado por: Verónica López

Para obtener el alcance de acuerdo a la demanda se debe tener en cuenta el presupuesto que esté dispuesta a realizar el Centro Turístico, motivo por el cual se expresó todo el posible panorama, con una inversión promedio de USD \$ 224 dólares se puede obtener un alcance para mitad de la demanda calculada en base a las preferencias y gustos, ya explicados; es decir 33.168 personas siempre cuando todas las personas interesadas en este tipo de servicio turístico cuenten con esta red social.

3.5.2.2 Estrategia 2

Realización de alianzas estratégicas con agencias de turismo e Instituciones Educativas con los representantes del Centro Turístico Mushily.

Tabla 22. Desarrollo planificado de la estrategia 2

Centro Turístico Mushily Chigüilpe		NOMBRE DEL PROYECTO PROPUESTO Alianzas estratégicas y convenios de turismo	DURACIÓN ESTIMADA: 5 años
RESPONSABLE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ GAD de Santo Domingo de los Tsáchilas ▪ Junta Parroquial Directiva de Chigüilpe ▪ Comunidad Tsáchila Mushily 		LOCALIZACIÓN FÍSICA: Centro Turístico Mushily Chigüilpe	
COSTO/ INVERSIÓN ESTIMADA: No Aplica		FINANCIAMIENTO: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe	
JUSTIFICACIÓN: Buscar operadoras de turismo para poder establecer alianzas estratégicas para la venta de pax turísticos, con la satisfacción de las partes involucradas, con el propósito de aumentar la actividad turística de la zona dando a conocer el desarrollo de las actividades que se brindan.			
OBJETIVO: Realización de alianzas estratégicas con agencias de turismo e Instituciones Educativas con representantes del Centro Turístico Mushily.	METAS: - Tener convenios con operadoras de turismo externas a la parroquia al 70% de ejecución.	INDICADORES DE RESULTADOS Número de convenios logrados	
IMPACTO/ BENEFICIO ESPERADO: --Incrementar la actividad económica turística -Alcanzar la misión establecido dentro del período determinado.	RIESGO IDENTIFICADOS Población poco prepara para el recibimiento de turistas. - Haciamiento con poca satisfacción de sus necesidades básicas insatisfechas - No ejecutar el plan de marketing turístico. - Escaso presupuesto publicitario.	INDICADORES DE RESULTADO <u>Nº de turistas logrados</u> Nº de convenios planificados	
PRODUCTOS ENTREGABLES -Proyectos turísticos -Alianzas estratégicas y convenios con operadoras del sector turístico	HITOS: -Dar a conocer a la parroquia como lugar turístico. -Unificación del sector público y privado.	FECHA: 2020 - 2024	
RECURSOS REQUERIDOS ESTIMADOS			
RRHH: Administración Asesoría Técnica	RECURSOS ECONÓMICOS: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe	RECURSOS MATERIALES: Equipos de computación (contraparte de la junta), comunicaciones (teléfono e internet), suministros y Materiales de oficina	OTROS Tecnológicos
NORMAS O ESTÁNDARES A UTILIZAR. Convenios, tratos o acuerdos.		ELABORADO POR: Verónica López	
APROBADO POR: Centro Turístico Mushily Chigüilpe		FECHA DE ELABORACIÓN: 2020	

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

3.5.2.3 Estrategia 3

Desarrollo de un Plan Educativo Ambiental para las escuelas de Educación Básica de la comunidad de Chigüilpe.

Tabla 23. Desarrollo planificado de la estrategia 3

Centro Turístico Mushily Chigüilpe	NOMBRE DEL PROYECTO PROPUESTO Plan educativo ambiental para las escuelas de Educación Básica de la comunidad de Chigüilpe.	DURACIÓN ESTIMADA: 5 años
RESPONSABLE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ GAD de Santo Domingo de los Tsáchilas ▪ Junta Parroquial Directiva de Chigüilpe ▪ Comunidad Tsáchila Mushily 	LOCALIZACIÓN FÍSICA: Centro Turístico Mushily Chigüilpe	
COSTO/ INVERSIÓN ESTIMADA: No Aplica	FINANCIAMIENTO: Presupuesto de la junta parroquial Ministerio del Ambiente Ministerio de Cultura y Patrimonio	
JUSTIFICACIÓN: El escaso conocimiento sobre las Buenas Prácticas Ambientales es necesario para el desarrollo del turismo para ser una ventaja provocando desarrollo económico. La parroquia tiene una identidad histórica con fuertes costumbres de la serranía ecuatoriana, de esta forma cabe la necesidad de conservación para preservarla a través del tiempo, justificando la realización de este plan como una base que promueva el interés de su población para generar crecimientos dentro de la parroquia, este plan se pretende desarrollar con el Ministerio de Ambiente del Ecuador (MAE).		
OBJETIVO: Desarrollar un plan educativo ambiental para las escuelas de Educación Básica de la comunidad de Chigüilpe.	METAS: - Capacitar al 50% de los estudiantes de Educación Básica de la comunidad..	INDICADORES DE RESULTADOS <u>Talleres de capacitación ejecutados</u> Talleres de capacitación planificados
IMPACTO/ BENEFICIO ESPERADO: -Población capacitada en competencia turística para ofrecer un servicio de calidad. -Fortalecer, preservar sitios naturales, como la identidad cultural de los pobladores a través de su historia, costumbres, gastronomía y leyendas.	RIESGO IDENTIFICADOS - No existen capacitaciones turísticas - No existen talleres turísticos - Poco compromiso.	INDICADORES DE RESULTADO <u>Nº de personas capacitadas</u> x 10 Nº total de talleres
PRODUCTOS ENTREGABLES Plan de Capacitación	HITOS: - Poblado capacitado - Conservación de los recursos naturales y gastronómicos - Obtener el presupuesto necesario para la gestión de los recursos requeridos para ejercer las funciones administrativas y técnicas.	FECHA: 2020 - 2024
RECURSOS REQUERIDOS ESTIMADOS		
RRHH: Asesoría técnica turística Administrativo	RECURSOS ECONÓMICOS: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe	RECURSOS MATERIALES: Proyector, equipos de computación (contraparte de la junta), comunicaciones (teléfono e internet), suministros y Materiales de oficina
		OTROS Tecnológicos
NORMAS O ESTÁNDARES A UTILIZAR. Indicadores de gestión		ELABORADO POR: Verónica López
APROBADO POR: Centro Turístico Mushily Chigüilpe		FECHA DE ELABORACIÓN: 2020

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

3.5.2.4 Estrategia 4

Promoción para fortalecer la Fiesta del Kasama (Nuevo Amanecer) por medios de comunicación para promocionar su cultura turística, gastronómica y cultural del Centro Turístico Mushily Chigüilpe para su fortalecimiento.

Tabla 24. Desarrollo planificado de la estrategia 4

Centro Turístico Mushily Chigüilpe		NOMBRE DEL PROYECTO PROPUESTO Plan de Fiesta del Kasama		DURACIÓN ESTIMADA: 5 años	
RESPONSABLE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ GAD de Santo Domingo de los Tsáchilas ▪ Junta Parroquial Directiva de Chigüilpe ▪ Comunidad Tsáchila Mushily 			LOCALIZACIÓN FÍSICA: Centro Turístico Mushily Chigüilpe		
COSTO/ INVERSIÓN ESTIMADA: USD \$ 1.800			FINANCIAMIENTO: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe		
JUSTIFICACIÓN: Kasama, la fiesta más importante de la nacionalidad Tsáchila en Ecuador, celebra el 20 de abril del 2019, un 'nuevo amanecer', que se equipara con el nuevo año de los mestizos y coincide con la celebración católica de la Semana Santa. El plan de eventos tiene como propósitos agendar todo tipo de actividad que involucre el desarrollo de la parroquia con el propósito de atraer turistas entusiasmado por la realización de una actividad en específica, la cual fue previamente preparada por la parroquia, esta idea surge debido a la poca organización que tiene la comunidad para la realización de actos o eventos que cuenten con una alta participación.					
OBJETIVO: Promocionar la Fiesta del Kasama (Nuevo Amanecer) por medios de comunicación para promocionar su cultura turística, gastronómica y cultural del Centro Turístico Mushily Chigüilpe para su fortalecimiento.		METAS: -Ejecución al 80% de las actividades planificadas en el cronograma anual		INDICADORES DE RESULTADOS Plan anual de actividades ejecutado	
IMPACTO/ ESPERADO: --Incrementar la actividad económica turística -Productos turísticos diferenciados y competitivos en la zona		BENEFICIO		INDICADORES DE RESULTADO Nº de actividades ejecutadas Nº de actividades planificadas	
RIESGO IDENTIFICADOS Población poco prepara para el recibimiento de turistas. - Escaso presupuesto publicitario.		HITOS: -Captar nuevos turistas -Incremento y desarrollo de la economía de la parroquia en base al turismo		FECHA: 2020 – 2024	
PRODUCTOS ENTREGABLES Cronograma de eventos culturales					
RECURSOS REQUERIDOS ESTIMADOS					
RRHH: Asesoría Técnica en el Área de Marketing		RECURSOS ECONÓMICOS: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe		RECURSOS MATERIALES: Equipos de computación (contraparte de la junta), comunicaciones (teléfono e internet), suministros y Materiales de oficina	
				OTROS Tecnológicos	
NORMAS O ESTÁNDARES A UTILIZAR. Cronograma de actividades			ELABORADO POR: Verónica López		
APROBADO POR: Centro Turístico Mushily Chigüilpe			FECHA DE ELABORACIÓN: 2020		

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

3.5.2.5 Estrategia 5

Generación de fuentes de empleo Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas para la creación de riqueza.

Tabla 25. Desarrollo planificado de la estrategia 5

Centro Turístico Mushily Chigüilpe		NOMBRE DEL PROYECTO PROPUESTO Plan de generación de fuentes de empleo		DURACIÓN ESTIMADA: 5 años	
RESPONSABLE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ GAD de Santo Domingo de los Tsáchilas ▪ Junta Parroquial Directiva de Chigüilpe ▪ Comunidad Tsáchila Mushily 			LOCALIZACIÓN FÍSICA: Centro Turístico Mushily Chigüilpe		
COSTO/ INVERSIÓN ESTIMADA: USD \$ 10.000			FINANCIAMIENTO: Organizaciones No Gubernamentales (ONG)		
JUSTIFICACIÓN: Es necesario generar fuentes de empleo para la realización conjunta del plan de actividades de la Junta Parroquial con este propuesta se busca la generación de riqueza por medio gente empleada de la misma comunidad para que con empoderamiento se direccionen hacia proyectos nuevos o que se encuentren en ejecución con el propósito de ayudar a un mejor manejo.					
OBJETIVO: Generar fuentes de empleo Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas para la creación de riqueza (FA).		METAS: - Incrementar el empleo adecuado en un 25%		INDICADORES DE RESULTADOS Número de personas empleadas	
IMPACTO/ BENEFICIO ESPERADO: --Nuevas infraestructuras -Productos turísticos diferenciados y competitivos en la zona -Rentabilidad en el emprendimiento de nuevos negocios		RIESGO IDENTIFICADOS -Alto nivel de inversión.		INDICADORES DE RESULTADO <u>Número total de empleados</u> Población	
PRODUCTOS ENTREGABLES Nómina de empleados		HITOS: -Captar nuevos turistas -Número de personas empleadas			FECHA: 2020 - 2024
RECURSOS REQUERIDOS ESTIMADOS					
RRHH: Asesoría Técnica en el Área de Marketing	RECURSOS ECONÓMICOS: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe		RECURSOS MATERIALES: Equipos de computación (contraparte de la junta), comunicaciones (teléfono e internet), suministros y Materiales de oficina		OTROS Tecnológicos
NORMAS O ESTÁNDARES A UTILIZAR. Anuario de entradas y salidas de turistas receptivos y nacionales			ELABORADO POR: Verónica López		
APROBADO POR: Centro Turístico Mushily Chigüilpe			FECHA DE ELABORACIÓN: 2020		

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

3.5.2.6 Estrategia 6

Realización de una campaña de reciclaje constante que permita clasificar los desechos turísticos y disminuir su impacto en el ambiente.

Tabla 26. Desarrollo planificado de la estrategia 6

Centro Turístico Mushily Chigüilpe	NOMBRE DEL PROYECTO PROPUESTO Realizar una campaña de reciclaje	DURACIÓN ESTIMADA: 5 años	
RESPONSABLE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ GAD de Santo Domingo de los Tsáchilas ▪ Junta Parroquial Directiva de Chigüilpe ▪ Comunidad Tsáchila Mushily 		LOCALIZACIÓN FÍSICA: Centro Turístico Mushily Chigüilpe	
COSTO/ INVERSIÓN ESTIMADA: USD \$ 1.800		FINANCIAMIENTO: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe	
JUSTIFICACIÓN: El Centro Turístico Mushily Chigüilpe para la difusión de sus potencialidades turísticas necesita la buena gestión de residuos motivo por el cual surge la idea de realizar un plan de reciclaje que realice la clasificación de desechos para reducir el impacto dentro del Centro como en su entorno.			
OBJETIVO: Realizar una campaña de reciclaje constante que permita clasificar los desechos turísticos y disminuir su impacto en el ambiente.	METAS: - Reciclar el 100% de los residuos generados dentro del Centro Comunitario	INDICADORES DE RESULTADOS Cantidad de basura reciclada	
IMPACTO/ ESPERADO: - Disminuir la cantidad de desechos no clasificados dentro del Centro Comunitario	BENEFICIO RIESGO IDENTIFICADOS - No se ejecute el plan establecido. - Poca disponibilidad al cambio - Atractivos turísticos contaminados.	INDICADORES DE RESULTADO Número de turistas al Centro	
PRODUCTOS ENTREGABLES Galería fotográfica en el Centro Cultural	HITOS: - Centros de gestión de residuos funcionando.	FECHA: 2020 - 2024	
RECURSOS REQUERIDOS ESTIMADOS			
RRHH: Asesoría Técnica en el Área de Marketing	RECURSOS ECONÓMICOS: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe	RECURSOS MATERIALES: Centro de gestión de residuos	OTROS Ninguno
NORMAS O ESTÁNDARES A UTILIZAR. Anuario de entradas y salidas de turistas receptivos y nacionales		ELABORADO POR: Verónica López	
APROBADO POR: Centro Turístico Mushily Chigüilpe		FECHA DE ELABORACIÓN: 2020	

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

3.5.2.7 Estrategia 7

Plan de capacitación para mejorar la calidad de servicio por parte del personal administrativo y operativo del Centro Turístico Mushily Chigüilpe.

Tabla 27. Desarrollo planificado de la estrategia 7

Centro Turístico Mushily Chigüilpe		NOMBRE DEL PROYECTO PROPUESTO Plan de capacitación		DURACIÓN ESTIMADA: 5 años	
RESPONSABLE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ GAD de Santo Domingo de los Tsáchilas ▪ Junta Parroquial Directiva de Chigüilpe ▪ Comunidad Tsáchila Mushily 			LOCALIZACIÓN FÍSICA: Centro Turístico Mushily Chigüilpe		
COSTO/ INVERSIÓN ESTIMADA: USD \$ 1.800			FINANCIAMIENTO: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe		
JUSTIFICACIÓN: La calidad en servicio a tomado una gran importancia en el servicio turístico, por el simple hecho de que los clientes siempre exigen lo mejor. Antes, la oferta era un poco más limitada, pero con el desarrollo de la tecnología a aperturado los mercados y productos para llegar al cliente con una gama de oferta.					
OBJETIVO: Calidad de servicio al cliente por parte del personal administrativo y operativo del Centro Turístico Mushily Chigüilpe		METAS: -Ejecución al 80% de las actividades planificadas en el cronograma anual		INDICADORES DE RESULTADOS <u>Número de clientes satisfechos</u> Número de clientes ingresados	
IMPACTO/ BENEFICIO ESPERADO: --Incrementar la actividad económica turística -Productos turísticos diferenciados y competitivos en la zona		RIESGO IDENTIFICADOS -Población poco prepara para el recibimiento de turistas. - Escaso presupuesto publicitario.		INDICADORES DE RESULTADO <u>Nº de actividades ejecutadas</u> Nº de actividades planificadas	
PRODUCTOS ENTREGABLES Cronograma de eventos culturales		HITOS: -Captar nuevos turistas -Incremento y desarrollo de la economía de la parroquia en base al turismo			FECHA: 2020 – 2024
RECURSOS REQUERIDOS ESTIMADOS					
RRHH: Asesoría Técnica en el Área de Marketing	RECURSOS ECONÓMICOS: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe		RECURSOS MATERIALES: Equipos de computación (contraparte de la junta), comunicaciones (teléfono e internet), suministros y Materiales de oficina		OTROS Tecnológicos
NORMAS O ESTÁNDARES A UTILIZAR. Cronograma de actividades			ELABORADO POR: Verónica López		
APROBADO POR: Centro Turístico Mushily Chigüilpe			FECHA DE ELABORACIÓN: 2020		

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

Tabla 28. Temas de Capacitación

No	Temas de Capacitación	Modalidad de Capacitación	No, eventos	Duración		No. Personas	Entidad Capacitadora
				Horas evento	Total de Horas		
Capacitaciones orientadas hacia los dirigentes de cada organización existente en la parroquia							
1	Normativas de ley y reglamento de la actividad turística.	Taller	2	2	4	40	MINTUR
2	Emprendimientos turísticos		4	2	8		
3	Turismo de naturaleza		4	2	8		
4	Administración y gestión turística	Cursos taller	6	2	12		
5	Buenas Prácticas Ambientales		2	2	4		
Capacitaciones orientadas hacia la población en general y prestadores turísticos							
6	Participación comunitaria	Taller	2	2	4	500	MINTUR
7	Servicio y atención al cliente		6	2	12	60	
8	Servicios turísticos y manejo de establecimientos		6	2	12	40	
9	Manipulación e higiene de alimentos		8	2	16	200	
10	Preparación de comidas y bebidas típicas	Cursos taller	8	2	16	20	
11	Guianza turística comunitaria		6	2	12	20	
12	Recepcionistas, meseros y servicios poli funcionales		6	2	12	60	SECAP
	Total		60	24	120	1000	

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

3.5.2.8 Estrategia 8

Fomento a la historia y cultura de la etnia Tsáchila de una guianza por medio de animación turística.

Tabla 29. Desarrollo planificado de la estrategia 8

Centro Turístico Mushily Chigüilpe		NOMBRE DEL PROYECTO PROPUESTO Plan de fomento a la historia y cultura de la etnia Tsáchila		DURACIÓN ESTIMADA: 5 años	
RESPONSABLE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ GAD de Santo Domingo de los Tsáchilas ▪ Junta Parroquial Directiva de Chigüilpe ▪ Comunidad Tsáchila Mushily 			LOCALIZACIÓN FÍSICA: Centro Turístico Mushily Chigüilpe		
COSTO/ INVERSIÓN ESTIMADA: USD \$ 20.000			FINANCIAMIENTO: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe		
JUSTIFICACIÓN: El Centro Turístico Mushily Chigüilpe para la difusión de sus potencialidades turísticas, hacia el turismo nacional y receptivo, que no ha logrado tener un impacto positivo pues se encuentra sin la debida mantención y luce descuidado. Motivo por el cual surge la idea de realizar una renovación con la implementación de una exposición fotográfica de los atractivos naturales de la zona que fomente el desarrollo turístico por su potencialidad y organización que tienen los pobladores.					
OBJETIVO: Fomentar la historia y cultura de la etnia Tsáchila por medio de una guianza por medio de animación turística.		METAS: - 50% de las actividades hacen énfasis en la historia y cultura de la etnia.		INDICADORES DE RESULTADOS Número de actividades culturales e históricas realizadas sobre las planificadas	
IMPACTO/ BENEFICIO ESPERADO: --Incrementar la actividad económica turística -Productos turísticos diferenciados y competitivos en la zona		RIESGO IDENTIFICADOS - No se ejecute el plan establecido. - Poca disponibilidad al cambio - Atractivos turísticos con poca preparación.		INDICADORES DE RESULTADO Número de turistas al Centro	
PRODUCTOS ENTREGABLES Galería fotográfica en el Centro Cultural		HITOS: -Galería fotográfica -Centro Cultural con una exposición constate de sus atractivos - Parroquia concientizada de su potencialidad.			FECHA: 2020 - 2024
RECURSOS REQUERIDOS ESTIMADOS					
RRHH: Asesoría Técnica en el Área de Marketing	RECURSOS ECONÓMICOS: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe		RECURSOS MATERIALES: Equipos de computación (contraparte de la junta), comunicaciones (teléfono e internet), suministros y materiales de oficina		OTROS Tecnológicos
NORMAS O ESTÁNDARES A UTILIZAR. Anuario de entradas y salidas de turistas receptivos y nacionales			ELABORADO POR: Verónica López		
APROBADO POR: Centro Turístico Mushily Chigüilpe			FECHA DE ELABORACIÓN: 2020		

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

3.5.2.9 Estrategia 9

Realización de actividades turísticas y recreación con la naturaleza.

Tabla 30. Desarrollo planificado de la estrategia 9

Centro Turístico Mushily Chigüilpe		NOMBRE DEL PROYECTO PROPUESTO Plan de actividades turísticas y recreación con la naturaleza como senderismos, ciclismo, canopy, pesca deportiva y piscinas.		DURACIÓN ESTIMADA: 5 años	
RESPONSABLE: <ul style="list-style-type: none"> ▪ GAD de Santo Domingo de los Tsáchilas ▪ Junta Parroquial Directiva de Chigüilpe ▪ Comunidad Tsáchila Mushily 			LOCALIZACIÓN FÍSICA: Centro Turístico Mushily Chigüilpe		
COSTO/ INVERSIÓN ESTIMADA: USD \$ 57.000			FINANCIAMIENTO: Organizaciones No Gubernamentales (ONG)		
JUSTIFICACIÓN: Es necesario la creación de mayor número de atractivos dentro del Centro Cultural que promuevan el desarrollo turístico por tal motivo, es necesario la realización de senderismo, ciclismo, pesca deportiva y piscinas, canopy para aumentar el tiempo de ocio de los turistas dentro de los instalaciones y que aumenten sus gastos.					
OBJETIVO: Realizar actividades turísticas y recreación con la naturaleza como senderismos, ciclismo, pesca deportiva y piscinas.		METAS: 80% de la infraestructura instalada		INDICADORES DE RESULTADOS Monto de inversión	
IMPACTO/ BENEFCIO ESPERADO: --Nuevas infraestructuras -Productos turísticos diferenciados y competitivos en la zona -Rentabilidad en el emprendimiento de nuevos negocios		RIESGO IDENTIFICADOS -Poco interés por parte de los inversionistas -Alto nivel de inversión		INDICADORES DE RESULTADO <u>Infraestructura ejecutada</u> Infraestructura planificada	
PRODUCTOS ENTREGABLES Plan de Financiamiento		HITOS: -Captar nuevos turistas -Aumentar el nivel de inversión en negocios que atraigan el turismo en la zona			FECHA: 2020 - 2024
RECURSOS REQUERIDOS ESTIMADOS					
RRHH: Asesoría Técnica en el Área de Marketing	RECURSOS ECONÓMICOS: Presupuesto del Centro Turístico Mushily Chigüilpe		RECURSOS MATERIALES: Equipos de computación (contraparte de la junta), comunicaciones (teléfono e internet), suministros y Materiales de oficina		OTROS Tecnológicos
NORMAS O ESTÁNDARES A UTILIZAR. Anuario de entradas y salidas de turistas receptivos y nacionales			ELABORADO POR: Verónica López		
APROBADO POR: Centro Turístico Mushily Chigüilpe			FECHA DE ELABORACIÓN: 2020		

Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

En total se obtuvieron 9 estrategias que tiene la posibilidad cierta de realizar por parte de la actual organización del Centro Turístico Mushily Chigüilpe con el propósito de maximizar y brindar valor agregado al servicio que oferta en la actualidad.

3.5.3 Síntesis del capítulo

En este capítulo se realiza la propuesta final a partir de la micro y macro localización tomando en consideración la viabilidad: ambiental, cultural, económica y social las cuales no imposibilitan al Centro sino al contrario motivan la realización del proyecto.

En cuanto a la propuesta está basada en una problemática encontrada a través del instrumento de gestión empresarial denominado FODA, a través de su análisis en el denominada cruce de variables se obtuvo el número de posibles estrategias a implementarse, pues por cada una se encuentra correlacionados un plan de gestión o conjunto de actividades, totalizándose 9 con una inversión total de USD \$ 185.400 para 5 años siendo su impacto directo para los 15 trabajadores Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas y beneficia de forma indirecta a sus familias como la comunidad donde se encuentra ubicada es decir 1.200 personas.

CAPÍTULO IV

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1 Conclusiones

- Dentro de la fundamentación teórica está contextualizada en base a la comunidad para aprovechando el entorno se pueda dar el desarrollo turístico sostenible, que tiene ejes, aspectos tales como: 1) ambiental o ecológico, 2) económico y 3) social. En el ámbito turístico existe tipos como: comunitario, ecoturismo, rural y de aventura, siendo el primero el que caracteriza las actividades que se lleva dentro del Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas. Aunque se puede deducir del concepto de planeación estratégica sin su debida aplicación para lograr la mayor eficiencia, eficacia, calidad en los servicios que proveen por el momento de acuerdo a su capacidad y experiencia.
- La metodología aplicada fue mixta pues su enfoque permitió combinar el método cuantitativo con la aplicación de una encuesta base para la recolección de datos de 302 personas realizar al análisis estadístico los turistas actuales que tiene el Centro Turístico Mushily, Chigüilpe se tiene un nivel de aceptación del 62% que se encuentran dispuestos a realizar actividades con la naturaleza y el cualitativo en la realización de las estrategias apoyado por medio de entrevistas hacia los encargados de la Unidad de Turismo y el Gerente Propietarios del Centro quiénes dieron su perspectiva hacia el Centro para la formulación de estrategias.
- La propuesta está basada en su localización la micro y macro considerando su viabilidad: ambiental, cultural, económica y social que motivan su realización. La propuesta se basa en la problemática encontrada en el instrumento de gestión FODA, a través del cruce de variables se obtuvo 9 estrategias a implementarse con una inversión total de USD \$ 185.400 con

un conjunto de actividades planificadas para 5 años siendo su impacto directo es para los 15 trabajadores Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas y beneficia de forma indirecta a sus familias como la comunidad donde se encuentra ubicada es decir 1.200 personas.

4.2 Recomendaciones

- Se debe implementar al corto plazo las Estrategias de operación para el fortalecimiento turístico sostenible del Centro Turístico Mushily, Chigüilpe, Santo Domingo de los Tsáchilas, por parte de líderes comunitarios.
- Se debe trabajar de forma conjunta con las operadoras turísticas del Centro de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas para incentivar el turismo interno que es el mayoritario hacia los atractivos de la zona.
- Es necesario realizar un enfoque hacia la interna del Centro Turístico Mushily, Chigüilpe con sus pobladores para la preservación de la etnia y costumbres Tsáchila que se encuentra en continua amenaza por la globalización.
- Fomentar la cultura gastronómica de la etnia Tsáchila dentro de la oferta turística en el Centro Turística por parte de los administradores y brindar mayor valor agregado al servicio turístico.
- La conservación del medio ambiente, no depende únicamente del Centro Turístico Mushily, Chigüilpe sino de la concientización a nivel nacional pues su protección es un deber de todos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cabrera, F. (2010). *Tesis Uniersidad de Cuenca*. Recuperado el 19 de agosto de 2018, de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/1687/1/tur46.pdf>
- Cañada, E., & Gascón, J. (2012). *Turismo comunitario, un espacio en disputa*. Recuperado el 17 de septiembre de 2018, de El turismo en el inicio del milenio: una lectura crítica a tres voces: <file:///C:/Users/HEWLETT%20PACKARD/Desktop/kathy%20r/tesis/Dialnet-TurismoComunitarioPropobreEnEIEjidoElRosarioReserv-5165306.pdf>
- Carrasco Díaz, S. (2005). *Metodología de la investigación científica*. Peru: San Marcos.
- Certo, S. (2001, pág 35). *Planeación Estratégica*. Madrid: Ed. Irwin.
- Ciencia, E. (2001). *_Biodivrsidad un recorrido por la mega divresidad del Ecuador*. Quito. Recuperado el 16 de Agosto de 2018
- Coppin, L. (2009). *LC - Cadenas de Valor en Turismo- Informe 150609*. Lima-Perú: Programa Desarrollo Rural Sostenible (PDRS).
- Cuervo, A. (29 de octubre de 2013). *SlideShare*. Recuperado el 20 de Agosto de 2010, de Turismo Comunitario: <https://es.slideshare.net/angelikacfelipe/linea-de-tiempo-tc>
- Danhke. (1989). *Metodología de la investigación*. Recuperado el 8 de octubre de 2018, de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lad/calva_p_db/capitulo_3.pdf
- Denzin, L. y. (1994). Recuperado el 8 de octubre de 2018, de <https://juanherrera.files.wordpress.com/2008/05/investigacion-cualitativa.pdf>
- Dionisio, F. (2007). Una teoría dinámica del sistema turístico. *CienciaRed*, 20, 21.
- Ecuador, Ley de Gestión Ambiental del Capítulo I, Registro Oficial Suplemento 418 de Quito . (10 de septiembre de 2004). Obtenido de <http://www.ambiente.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf

EcuRed. (20 de enero de 2017). *Mapa Político Cantón Bolívar*. Obtenido de https://www.ecured.cu/Archivo:Mapa_Canton_Bolivar.jpg

Eduardo, O. (13 de agosto de 2014). *Scribd*. Recuperado el 22 de agosto de 2018, de El Marco Legal e Institucional Del Turismo Comunitario en El Ecuador Se Enmarca: <https://es.scribd.com/document/236735852/El-Marco-Legal-e-Institucional-Del-Turismo-Comunitario-en-El-Ecuador-Se-Enmarca-en-Las-Leyes>

FEPTCE. (2011). *Código de operaciones de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador*. Recuperado el 19 de septiembre de 2018, de Marco legal del operaciones: http://www.feptce.org/images/stories/contenido/marco_legal/06-codigo-de-operaciones-feptce-2011-2013

Fernández. (28 de 9 de 2005). *Ley de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional*. Recuperado el 20 de septiembre de 2018, de http://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/928/1/IG_39_04.pdf

Google maps. (6 de 5 de 2019). *Google maps*. Obtenido de Santo Domingo: <https://www.google.com.ec/maps/place/>

Hernández S., R., Fernández C., C., & Baptista L., P. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. Iztapalapa: Mc Graw Hill.

INEC. (1 de 9 de 2.019). *Ecuador en cifras*. Obtenido de Dirección de Estadísticas Económicas: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

Jaramillo. (2004). *Proyecto de pre factibilidad para la creación de un centro turístico en baños*. Recuperado el 20 de septiembre de 2018, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6207/1/22704_1.pdf

Jorege, C. (2009). *Psicología social de los viajes y del turismo*. Recuperado el 16 de septiembre de 2018, de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n11/art07.pdf>

Layedra, J. (2013). *Creación de una Ruta Turística en la provincia de Santo*

Domingo de los Tsáchilas. Quito: Universitaria.

Ledesma, M., & Peñaloza, A. (15 de septiembre de 2017). *Propuesta de un Modelo de Gestión para el Turismo Comunitario en el Ecuador tomado de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil*. Guayaquil: Tomada del repositorio institucional con fichero No. 2892. Recuperado el 23 de agosto de 2018

Malhorta, N. (2004). *Investigación de Mercados Un Enfoque Aplicado*. Mexico: Mc Graw Hill. Recuperado el 8 de octubre de 2018, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia/encuestas-definicion.html>

Mathieson, A., & Wall, G. (2006). *Turismos y Desarrollo*. Recuperado el 17 de septiembre de 2018, de Tourism Change Impacts and Opportunities. Londen: Prentice Hall: <http://www.eumed.net/rev/turydes/15/turismo-comunitario.html>

MINTUR. (6 de 2017). *Guía Metodológica para la Jerarquización de Atractivos y generación de espacios turísticos del Ecuador 2017*. Recuperado el 1 de septiembre de 2018, de https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf

OAS. (13 de 6 de 2019). *Organization of American States*. Obtenido de Declaración de Quebec: http://oas.org/dil/esp/Declaracion_de_Quebec.pdf%20TURISMO

OMT. (2008). *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado el 16 de septiembre de 2018, de Glosario: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Perez, P. (2014). *Guía turística para el buen desarrollo*. Quito: N/A.

Praxis, E. C. (2019). *PLANDETUR*. Recuperado el 13 de 1 de 2015, de PLANDETUR: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

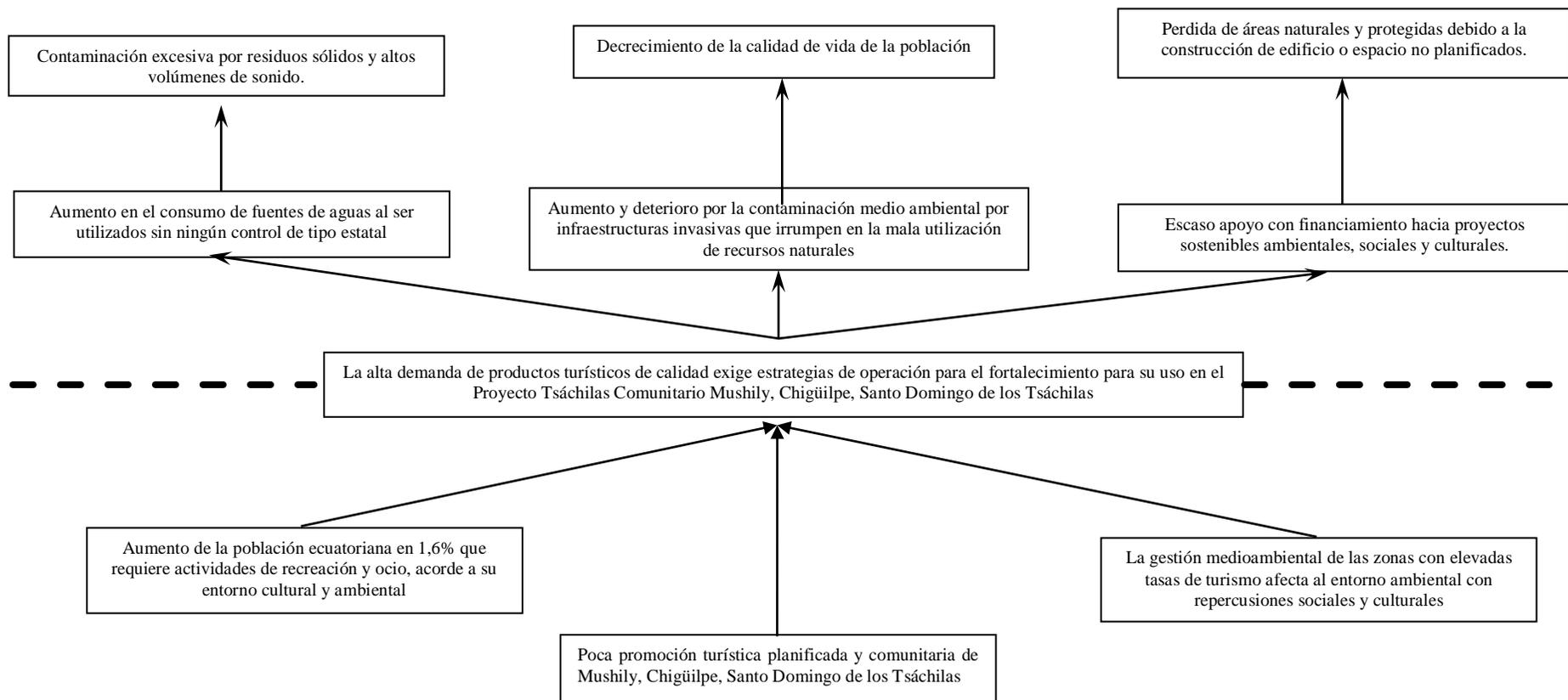
Rodríguez, R. (11 de 1998). La escala Local del Desarrollo. Definición y Aspectos Teóricos. 7.

Ros, M., Oliva, M., Nuzzolese, A., Wolf, D., Hernando, R., Spassov, E., &

- Álvarez, J. (2017). Modelo de Diagnóstico-Implantación-Monitoreo de la Competitividad Sostenible de un destino turístico. *Issuu*, 138.
- Sustainable Tourism +20. (6 de 6 de 2015). *World Chapter for Sustainable Tourism +20*. Obtenido de Basque Country: <http://cartamundialdeturismosostenible2015.com/convenciones-y-declaraciones/>
- Vaca, S. (13 de 6 de 2019). *Visual Brains*. Obtenido de Home page: <https://www.saravaca.com/>
- Varisco, C. (2007). Sistema Productivo Turístico y Desarrollo Local. *Ciencias Sociales Online*.

APÉNDICES

Apéndice A. Árbol de problemas



Apéndice B. Análisis de involucrados



Fuente: Elaborado por: Verónica López a partir de (Vaca, 2019)

6.- ¿Qué actividades le gustaría realizar durante su visita al Centro Cultural Mushily?

- a. Rafting ()
- b. Observación de aves ()
- c. Actividades con la naturaleza ()
- d. Alojamiento y Alimentación ()
- e. Otros ¿Cuáles? ()

7. ¿Por qué medio le gustaría informarse acerca de las actividades y promociones que genere el Centro Cultural Mushily?

- a. Internet () b. Radio () c. Tv () d. Prensa escrita ()
- e. Material publicitario impreso () f. Otros (especifique)..... ()

8. ¿Piensa que los proyectos comunitarios ayudan a incrementar el turismo y la economía de la Comunidad? a. Si () b. No ()

9. ¿Cuál considera que es el principal aporte de la actividad turística realizada en la Comunidad de Mushily?

- a. Ingresos económicos a pequeños empresarios ()
- b. Desarrollo para las comunidades ()
- c. Mecanismo para combatir la pobreza ()
- d. Mecanismo que incentiva la inclusión social ()
- e. Instrumento para construir una marca país ()

10. ¿Considera usted que en el Centro Cultural Mushily se respeta los derechos de la naturaleza? a. Si () b. No ()

11. ¿Retornaría al Centro Cultural Mushily? a. Si () b. No ()

12. ¿Cuál es su nivel de satisfacción de la visita realizada a la comunidad?

- a. Satisfecho ()
- b. Poco satisfecho ()
- c. Insatisfecho ()

13. ¿Qué es lo que más valora de un destino turístico?

- a. Cultura ()
- b. Paisaje ()
- c. Seguridad ()
- d. Clima ()
- e. Descanso ()



Tecnológico
Internacional

INSTITUTO SUPERIOR TECNOLOGICO INTERNACIONAL

ENTREVISTA

Entrevistador: _____ Entrevistado _____

Fecha y Hora: _____ Lugar: _____

El presente instrumento tiene como objetivo recopilar información para conocer el interés de las autoridades sobre el Turismo Sostenible. Se agradece de ante mano su participación

1. **¿En qué condiciones cree usted que se maneja el turismo en Santo Domingo de los Tsáchilas en la actualidad?**

.....
.....
.....

2. **¿Cree usted que durante los 10 últimos años se ha generado algún cambio en el turismo en esta región? ¿Cómo, de qué manera, positivo o negativo?**

.....
.....
.....

3. **¿Piensa usted que se ha desarrollado un modelo de Turismo Sostenible en Santo Domingo de los Tsáchilas?**

.....
.....
.....

4. **En lo referente a la inversión pública y/o privada ¿Cuál sería la importancia para el desarrollo sostenible?**

.....
.....
.....

5. ¿Cómo se podría, fomentar la inversión en el progreso del Turismo Sostenible en el Centro Cultural Mushily?

.....
.....
.....

6. ¿Qué tipo de estrategias y capacitaciones se deberían aplicar para alcanzar altos estándares en calidad de atención al turista?

.....
.....
.....

7. El Centro Cultural Mushily ¿ha puesto en marcha un sistema de prácticas sostenibles donde se considera temas ambientales, socioculturales, de calidad, salud y seguridad?

.....
.....
.....

8. El Centro Cultural Mushily ¿cumple con las leyes y reglamentos locales pertinentes tales como de salud, seguridad, trabajo y medio ambiente?

.....
.....
.....

9. El Centro Cultural Mushily ¿apoya activamente iniciativas para el desarrollo social de la comunidad y la creación de infraestructuras en ámbitos como la educación, la salud y el saneamiento, entre otros?

.....
.....
.....

10. El Centro Cultural Mushily ¿mide la adquisición de artículos desechables y consumibles y busca activamente modos de reducir su uso?

.....
.....
.....

11. ¿El Centro Cultural Mushily ¿fomenta el consumo de uso energético?

.....
.....
.....

12. El Centro Cultural Mushily ¿posee construcción en acuerdo con normas ambientales y técnicas de materias de construcción tradicionales?

.....
.....
.....

13. El Centro Cultural Mushily ¿realiza integración de los turistas a acciones de conservación (reforestación, entre otros.) o procesos de protección de naturaleza?

.....
.....
.....

Anexos

Anexo A. Fotografías del Centro Turístico Mushily Chigüilpe

Fotografía 1. Centro Turístico Mushily Chigüilpe – Entrada principal



Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

Fotografía 2. Centro Turístico Mushily Chigüilpe – cabañas de rituales



Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

Fotografía 3. Centro Turístico Mushily Chigüilpe – Sendero



Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

Fotografía 4. Centro Turístico Mushily Chigüilpe – cabaña de ritual la mu o achiote



Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

Fotografía 5. Centro Turístico Mushily Chigiülpe – cabaña de ventas de artesanías



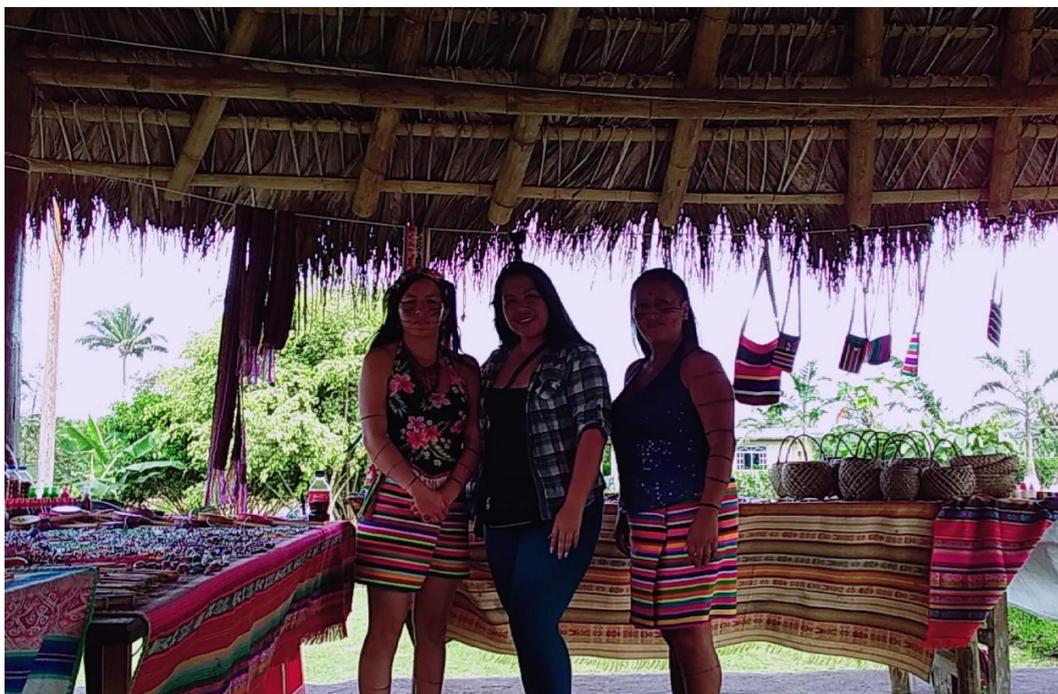
Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

Fotografía 6. Centro Turístico Mushily Chigiülpe – Fiesta Kasama (nuevo amanecer)
2019



Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)

Fotografía 6. Centro Turístico Mushily Chigüilpe – cabaña para la exposición étnica artesanal de la cultural Tsáchila



Fuente y elaborado por: Verónica López (2019)