



CARRERA GUÍA NACIONAL DE TURISMO

TEMA:

“ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS, SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”

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

AUTOR: Luis Javier Revelo Paucar

DIRECTORA: Ing. Gabriela Loza

Santo Domingo de los Colorados, 24 de Enero del 2022

DEDICATORIA

Mi proyecto integrador de grado lo dedico con todo cariño a mi madre, gracias a sus enseñanzas, valores y principios que me han ayudado en la vida, y a mi abuela por cuidarme desde que estuve pequeño y brindarme todo su cariño. Su esfuerzo, tiempo, dedicación, sacrificio y paciencia me ayudaron a culminar esta meta tan importante en mi vida. Ustedes me han guiado por el camino del bien y han hecho de mí la persona que soy.

A mis promotoras académicas por haberme apoyado en el transcurso de mi carrera en la institución. Sin su ayuda no hubiera logrado finalizar con éxitos mis estudios.

Muchas gracias a todos.

AGRADECIMIENTO

Por la culminación del proyecto integrador de grado agradezco institución y sus profesores por el conocimiento impartido, y la preparación que ahora tengo para afrontar la vida laboral sin problemas. Ustedes se encargaron de disipar cualquier inquietud que tuve durante mi aprendizaje, además de brindarme su experiencia.

Agradezco a mi tutora en el proyecto integrador de grado por su paciencia, apoyo y confianza en mí, su valiosa orientación y apoyo me ayudaron a concluir el mismo. Ha sido un privilegio poder contar con su guía y ayuda.

Un agradecimiento especial a todas las personas que me han ayudado directa e indirectamente a concluir esta etapa de mi vida.

DECLARACIÓN DE AUTORIA

Yo, Luis Javier Revelo Paucar, autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente



Luis Javier Revelo Paucar

Santo Domingo de los Colorados, 24 de Enero del 2022.

ING. GABRIELA LOZA

DIRECTORA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

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. GABRIELA LOZA

Santo Domingo de los Colorados, 24 de Enero del 2022.

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: La Ing. Gabriela Loza y por sus propios derechos en calidad de directora del trabajo fin de carrera; y el Sr. Luis Javier Revelo Paucar por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA:

UNO.- El Sr. Luis Javier Revelo Paucar realizó el trabajo fin de carrera titulado: **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS, SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS**, para optar por el título de, Guía Nacional de Turismo. en el Instituto Tecnológico Superior Internacional ITI, bajo la dirección de la Ing. Gabriela Loza

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, la Ing. Gabriela Loza, en calidad de directora del trabajo fin de carrera y la Sr. Luis Javier Revelo Paucar, 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 PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS, 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. GABRIELA LOZA

LUIS JAVIER REVELO PAUCAR

Santo Domingo de los Colorados, 24 de enero del 2022

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	1
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
DECLARACIÓN DE AUTORIA.....	4
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO	5
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	6
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	7
ÍNDICE DE TABLAS.....	11
ÍNDICE DE FIGURAS.....	12
RESUMEN	13
INTRODUCCIÓN	15
Marco contextual.....	16
Análisis macro.....	16
Análisis meso	17
Análisis micro.....	17
Análisis de involucrados	18
Problema de investigación	19
Formulación del problema	19
Definición del problema	19
Idea a defender.....	20
Objeto de estudio y campo de acción	20
Justificación	20

Objetivos.....	21
Síntesis de la introducción.....	21
CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	23
1.1 Análisis de la zona de estudio – Santo Domingo de los Colorados	23
1.1.1. Aspectos geográficos de ubicación.....	23
1.1.2. Antecedentes Históricos	24
1.1.3. Actividad económica a la que se dedica la población	25
1.1.4. Costumbres y tradiciones.....	26
1.1.5. Turismo	27
1.1.5.1 Tipos de turismo	28
1.1.5.1.1 Turismo Cultural	28
1.1.5.1.2 Turismo de Naturaleza	29
1.1.5.1.3 Turismo Gastronómico	30
1.1.5.1.4 MICE.....	32
1.2 Programas turísticos	33
1.2.1 Tipos de programas	33
1.2.1.1 Programas turísticos culturales	33
1.2.1.2 Programas de turismo comunitario.....	34
1.2.1.3 Programas de turismo de aventura	35
1.2.2 Elementos de la programación.....	36
1.3 Turismo de aventura.....	37
1.3.1 Definición	37
1.3.2 Modalidades	38
1.3.2.1 Canyoning	38

1.3.2.2 Rafting	39
1.3.2.3 Tubing	39
1.3.2.4 Ciclismo de montaña	40
1.4 Marco legal	41
1.4.1 Reglamento para actividades de turismo de aventura	41
1.5 Marco conceptual e importancia	42
1.5.1 Glosario de términos básicos	42
1.6 Síntesis del capítulo	51
CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO	52
2.1. Metodología	52
2.1.1. Tipos de investigación	52
2.1.2. Métodos de investigación	53
2.1.3. Técnicas e instrumentos de investigación	56
2.2. Resultados obtenidos	57
2.2.1. Presentación gráfica, análisis e interpretación de resultados	57
2.3. Síntesis del capítulo	63
CAPÍTULO III: PROPUESTA	64
3.1. Título de la propuesta – Descripción Estrategias de Promoción turística para el cantón Santo Domingo de los Colorados.	64
3.2. Macro y micro localización	65
3.3. Esquema de la propuesta (viabilidad, impacto, recursos)	66
3.4. Presupuesto	70
3.5. Desarrollo de la propuesta	71
3.6. Síntesis del capítulo	78

CONCLUSIONES.....	79
RECOMENDACIONES.....	80
VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS.....	81
REFERENCIAS	84
APÉNDICES.....	92
ANEXOS.....	93

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1.....	18
TABLA 2.....	36
TABLA 3.....	69
TABLA 4.....	70
TABLA 5.....	71
TABLA 6.....	77
TABLA 7.....	92
TABLA 8.....	93

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1	25
FIGURA 2	57
FIGURA 3	58
FIGURA 4	59
FIGURA 5	60
FIGURA 6	60
FIGURA 7	65
FIGURA 8	65
FIGURA 9	81
FIGURA 10	82
FIGURA 11	82

“ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN TURÍSTICA PARA EL CANTÓN SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS, SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS”

AUTOR: LUIS JAVIER REVELO PAUCAR

DIRECTORA: ING. GABRIELA LOZA

FECHA: 24/01/2022

RESUMEN

La presente investigación se inicia con el propósito de diagnosticar el bajo nivel de demanda turística nacional con destino en el cantón Santo Domingo de los Colorados. La investigación se basó en la recolección de información bibliográfica y documental sobre aspectos generales y turísticos del campo de estudio para comprender que la falta de estrategias de marketing turístico influye en la decisión de turistas nacionales al optar por otros atractivos.

En el proceso metodológico, se utilizó la investigación exploratoria y descriptiva, mediante los métodos cuantitativo, cualitativo, deductivo, analítico y sintético, y utilizando la observación y el sondeo de opinión para la recolección de información.

Se crean estrategias de promoción turística que se complementan para la organización de un mercado digital que dinamice el acceso a la información turística y detalles de servicios y productos turísticos a los potenciales turistas, y la creación de una

comunidad digital para posicionar al cantón Santo Domingo como destino turístico competitivo a nivel nacional.

INTRODUCCIÓN

El proyecto fue motivado por la baja demanda turística nacional que llega a Santo Domingo desde ciudades y provincias, la falta de organización de miembros de la oferta turística en presentar un plan organizado de promoción turística con enfoque nacional, poco apoyo por parte de instituciones públicas, y la necesidad de posicionar a Santo Domingo de los Colorados entre los primeros puestos de receptores de turistas nacionales.

El bajo nivel competitivo de las estrategias de marketing del cantón ha hecho que los miembros de la oferta turística consideren que Santo Domingo de los Colorados no es un destino turístico tan importante como los cantones aledaños y que crean que es necesaria una mejor organización para dar a conocer el cantón.

Posteriormente al análisis de los resultados obtenidos y al diagnóstico del potencial turístico del cantón se diseñan estrategias de promoción turística para Santo Domingo de los Colorados mediante la identificación de la metodología adecuada para el levantamiento de información, utilizando la investigación exploratoria y descriptiva, con métodos de investigación cuantitativa, cualitativa, deductiva, analítica y sintética, y considerando a la observación y el sondeo de opinión como técnica e instrumento de investigación.

El proyecto se divide en tres capítulos que se son la fundamentación teórica, el diagnóstico y finalmente la propuesta que son las estrategias de promoción turística para el cantón.

Marco contextual

Dentro de Santo Domingo de los Colorados, el turismo aparece como una actividad vigente cargada de oportunidades para varios actores, sin embargo, los interesados en el desarrollo turístico no han dado tanta importancia a la aplicación de estrategias de promoción turística. Este poco interés de elaborar correctas estrategias de marketing turístico acordes a las necesidades de los potenciales turistas se ha evidenciado desde el gobierno central hasta el GAD municipal, pues en varias ocasiones se ha dado prioridad a destinos posicionados y poco apoyo para posicionar un nuevo atractivo por parte del gobierno central, mientras que desde el GAD provincial y municipal existe bajo apoyo para el desarrollo del turismo local.

Análisis macro

A nivel nacional, las estrategias de promoción turística creadas por el gobierno central son: el Plan Estratégico Institucional desarrollado por el Ministerio de Turismo del Ecuador (2019), el cual es un documento en el que se hace un diagnóstico institucional y territorial, y se realizan análisis situacionales, sectorial para la creación de seis objetivos estratégicos que determinen el actuar de la institución, de los que vale la pena destacar el “incrementar la promoción del destino Ecuador a nivel nacional e internacional” ya que se enfoca en el marketing turístico; y, el Plan Nacional de Turismo 2030 (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2019), en el que se identifica y analizan factores de la competitividad turística del Ecuador como el ambiente propicio, políticas para los viajes y el turismo, la infraestructura, y Recursos Naturales y Culturales para la creación de una propuesta estratégica que contemple ejes estratégicos, política nacionales y un enfoque estratégico, entre otros objetivos alcanzables.

Análisis meso

En el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015 – 2030, elaborado por el GAD Provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas (2015), en donde se analizan datos generales sobre el turismo en la provincia y su comportamiento y se menciona el proyecto de fomento turístico “Vía Aventura” que comprende una longitud de 14 km conectando los sectores de Rio Verde, San Gabriel, Julio Moreno, San Antonio de Chigüilpe, Nuevos Horizontes, Las Palmas y Pedregal, sin embargo, no existe mención específica a estrategias de promoción turística como tal.

Análisis micro

Las autoridades municipales han desarrollado el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015 – 2030, GAD Municipal de Santo Domingo (2015), en el cual se detallan aspectos generales, se habla sobre la planificación territorial local, el diagnóstico territorial, se realiza un diagnóstico estratégico, se crea una propuesta y se detalla el modelo de gestión. En lo que respecta a turismo, el documento detalla datos generales sobre la actividad y gráficos estadísticos, sin embargo, no se evidencian actividades u objetivos alcanzables para hablar de desarrollo turístico, ni estrategia para su promoción, lo que resulta en que el único escenario contemplado dentro de este plan de quince años sea que el turismo siga sin promoción, siendo este un aspecto clave para su correcto funcionamiento.

Análisis de involucrados

Tabla 1
Análisis de involucrados

ANÁLISIS DE INVOLUCRADOS GRUPOS	INTERESES EN LA INVESTIGACIÓN	PROBLEMAS PERCIBIDOS	RECURSOS Y MANDATOS
GAD Municipal de Santo Domingo.	<ul style="list-style-type: none"> Mejoramiento de la calidad de los servicios turísticos en el Cantón Creación de estrategias de promoción turística 	<ul style="list-style-type: none"> No cuenta con técnicos especializados en turismo No existe presupuesto destinado a la promoción turística Escases de planes de desarrollo turístico auspiciado por empresas públicas. 	<ul style="list-style-type: none"> Constitución de la República del Ecuador. Ley de Turismo Reglamento de operación turística Ordenanzas municipales del GAD (enfocadas al turismo)
Comunidades Tsáchilas	<ul style="list-style-type: none"> Aplicación de las estrategias de promoción en las comunidades Tsáchilas 	<ul style="list-style-type: none"> Inexistencia de programas de capacitación para la promoción turística Bajo apoyo por parte de las autoridades gubernamentales Las estrategias de promoción son poco prácticas. 	<ul style="list-style-type: none"> Ley de Turismo Reglamento de operación turística Ordenanzas municipales del GAD (enfocadas al turismo. Constitución de la República del Ecuador.
Agencias/Operadores turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Uso de las estrategias de promoción turística en los diferentes proyectos turísticos de las operadoras turísticas de Santo Domingo de los Colorados. 	<ul style="list-style-type: none"> Promoción turística para otras provincias del Ecuador Desconocimiento de las actividades y atractivos turísticos de Santo Domingo 	<ul style="list-style-type: none"> Ley de Turismo Reglamento de operación turística Ordenanzas municipales del GAD (enfocadas al turismo. Constitución de la República del Ecuador.
Propietarios que brindan servicios turísticos	<ul style="list-style-type: none"> Potencializar sus productos y servicios turísticos 	<ul style="list-style-type: none"> Bajos niveles de asistencia turística a los diferentes servicios turísticos. Poca rentabilidad de la actividad turística. Limitadas oportunidades para el desarrollo e innovación turística. Carencia de estrategias relacionadas para el posicionamiento de Santo Domingo de los Colorados como destino turístico nacional. 	<ul style="list-style-type: none"> Ley de Turismo Reglamento de operación turística Ordenanzas municipales del GAD (enfocadas al turismo. Constitución de la República del Ecuador.

Fuente: Elaboración propia, 2021.

Problema de investigación

Inexistencia de estrategias de promoción turística en el cantón Santo Domingo de los Colorados

Formulación del problema

¿Cómo influye la escasez de estrategias de promoción turística en el cantón Santo Domingo?

Definición del problema

La escasez de estrategias de promoción turística en el cantón ha influido en la falta de demanda turística proveniente de ciudades y provincias aledañas, esto ha agravado la falta de oportunidades para emprendimientos turísticos innovadores que han surgido en los últimos años, mismos que buscan aportar un crecimiento sostenible para el cantón en materia de turismo, además del impacto positivo en el contexto social.

Desde los planes del GAD municipal de Santo Domingo no se evidencia actividad u objetivo específico que tenga como enfoque el desarrollo turístico desde la promoción de la actividad con una estrategia sostenible a largo plazo en su Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2015 – 2030 (2015). Entre los proyectos, encontramos que, para el fomento turístico, solamente se encuentra el desarrollo de la Vía Aventura que une varias parroquias rurales del cantón y pretende favorecer con la producción de 33.657 ha para la agricultura, ganadería, protección de bosque y el incremento del turismo en la provincia.

Idea a defender

Mediante el diseño de estrategias de promoción turística se pretende potencializar los atractivos turísticos culturales y naturales del cantón Santo Domingo.

Objeto de estudio y campo de acción

Objeto de estudio: Mediante el desarrollo de la investigación se proponen estrategias de promoción turística para potencializar los atractivos turísticos culturales y naturales del cantón.

Campo de acción: El proyecto se llevó a cabo en el cantón Santo Domingo de los Colorados en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

Justificación

Es menester la investigación de la temática ya que a pesar de que Santo Domingo tenga los recursos, infraestructura y el talento suficientes para satisfacer gran demanda turística nacional, esta no es suficiente para incentivar a los miembros de la oferta turística en la creación de nuevos productos y servicios turísticos. Esto crea un círculo vicioso que hace que no se aproveche al máximo el potencial turístico del cantón.

Es importante para el cantón Santo Domingo ser competitivo en materia turística ya que se encuentra rodeada de ciudades turísticamente posicionadas que influyen en la decisión de las personas cuando se deciden por un destino para sus vacaciones.

Con el desarrollo de este tema se pretende ayudar a varios actores del turismo, directos e indirectos, y así poder incrementar la demanda turística nacional, mediante la elaboración de estrategias de promoción turística para dar a conocer el potencial turístico de la ciudad.

Objetivos

General

- Diseñar estrategias de marketing a través del diagnóstico del potencial turístico en el cantón Santo Domingo de los Colorados.

Específicos

- Fundamentar teóricamente los temas de estudio para el desarrollo de la investigación.
- Identificar la metodología para el levantamiento de la información mediante el uso de herramientas y técnicas de investigación y procesamiento de datos.
- Elaborar estrategias de promoción turística que satisfagan las necesidades actuales de turistas nacionales.

Síntesis de la introducción

El turismo en Santo Domingo de los Colorados ha incrementado, pero no a la velocidad esperada, viéndose incapacitado de competir contra el nivel turístico de las provincias aledañas. Todos los esfuerzos turísticos se han encontrado con algún impedimento para su correcto desarrollo lo que explica el bajo nivel de crecimiento en la actividad turística. El interés por la promoción turística del cantón por parte del GAD es nulo, lo que ha provocado

preocupación en los actores turísticos ya que este aspecto influye en gran medida en el número de turistas que visitan la ciudad. En este Proyecto Integrador de Grado se pretende elaborar estrategias para la correcta promoción turística del cantón y desarrollo de su potencial turístico para posicionarlo a nivel nacional.

CAPÍTULO I: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1.1 Análisis de la zona de estudio – Santo Domingo de los Colorados

1.1.1. Aspectos geográficos de ubicación

Santo Domingo de los Colorados es la cabecera cantonal de Santo Domingo de los Tsáchilas. Se ubica a la orilla izquierda del río Toachi, en el flanco occidental de la cordillera de los Andes a 635 m.s.n.m. y al centro norte de la región litoral. Es la cuarta ciudad más poblada del Ecuador solo detrás de Cuenca con 270,875 habitantes en su área metropolitana. La ciudad tiene una superficie de 3.875 km² y tiene una posición geográfica privilegiada ya que es la puerta de entrada a la costa desde la sierra, por la ciudad pasan las vías estatales que conectan urbes importantes como Guayaquil, Quito, Manta, Portoviejo, Esmeraldas, entre otras.

Al norte y este del cantón se encuentra Pichincha, al noroeste Esmeraldas, al oeste Manabí, al sur Los Ríos y al sureste con Cotopaxi. La ubicación en las faldas de la cordillera de los Andes hace que Santo Domingo de los Colorados tenga gran pluviosidad significando a su vez gran riqueza hidrológica, contando con varias cuencas importantes como el curso medio y bajo del río Toachi de la cuenca del río Blanco, la subcuenca del río Borbón que es parte de la cuenta del río Guayas, la subcuenca del río Peripa, la subcuenca del río Quinindé y la subcuenca del río Blanco que pertenecen a la cuenca del río Esmeraldas. La ciudad se encuentra al final de la hoya del río Toachi, el mismo que se ubica al lado oriente de la urbe, No tiene mayores elevaciones a excepción del Cerro Bombolí. (Wikipedia, 2022)

1.1.2. Antecedentes Históricos

Antes de su separación de la provincia de Pichincha pertenecía a una región ubicada al pie de la montaña, junto a los cantones de Pedro Vicente Maldonado, San Miguel de los Bancos y Puerto Quito. Esta zona noroccidental pertenecía a las zonas boscosas más extensas de la provincia, a finales del siglo XIX este lugar era conocido en la época de la colonia como la “Provincia de los Yumbos” donde habitaban los Yumbos, Niguas y Tsáchilas, toma el nombre de Santo Domingo de los Colorados porque casi en los años 1600 con la Orden de Predicadores Dominicos evangelizaron a los primeros pueblos colorados.

Entre los siglos XVIII hasta mediados del siglo XIX, esta zona se encontró abandonada, pese a su cercanía a Quito, ya que para llegar a Santo Domingo se necesitaba 8 días usando senderos peligrosos y en mal estado. En el primer periodo de administración del presidente Gabriel García Moreno se promulgó la Ley de División Territorial, siendo así que el 29 de mayo de 1875 se incorpora los territorios desconocidos de Santo Domingo como Parroquia Rural del Cantón Quito, en ese momento no implicó una creación de un pueblo colono, ni tampoco la integración a la economía interregional e internacional.

Comienza la construcción del camino a Manabí, con la ruta Aloag – Silante – Yamboya, San Nicolás – Las Palmas, - Lella – Santo Domingo, por otro lado, se construía una carretera con dirección al río Suma y Santo Domingo procedente a Chone, es cuando se empieza a manifestar el desarrollo de la economía. Las obras eran consideradas de “prioridad nacional”, por su irregular topografía y clima este camino fue de difícil mantenimiento, fue considerado como el eje vial más corto para llegar a cuatro de las cinco provincias de la

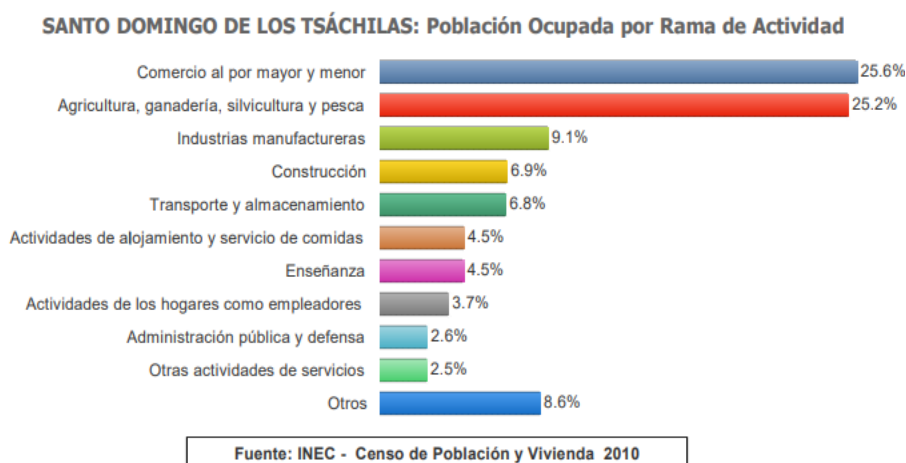
costa, lo que también impulsó a la construcción de los ferrocarriles Santo Domingo – Bahía y Santo Domingo – Daule, proyectos que quedaron inconclusos.

Para el 3 de julio de 1967, el pueblo de Santo Domingo de los Colorados alcanza la cantonización. Posteriormente la ciudad tuvo más importancia en el desarrollo de la zona noroccidente del país con lo que llegaron personas de varias provincias para aprovechar las oportunidades de la nueva ciudad, y empiezan los anhelos por alcanzar llegar al status de provincia, lográndolo el 6 de noviembre de 2007. (GAD Municipal de Santo Domingo, 2015)

1.1.3. Actividad económica a la que se dedica la población

El sector económico principal, según indicadores económicos del INEC, es el terciario, siendo las actividades más importantes el comercio al por mayor y menor con un 25.6 %, seguido de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca con un 25.2 %, y luego la industria manufacturera con un 9,1%.

Figura 1.
Población Ocupada por Rama de Actividad



La tasa de empleo privado es del 32% y la de cuenta propia es del 29.1% de la población económicamente activa, las actividades económicas realizadas por la población según grupos ocupacionales que poseen empleo y subempleo mediante una distinción de género, la distribución de grupos poblacionales según ocupación, las ramas de oportunidad de empleo son la misma por distinción de género y resultado porcentual final. (GAD Municipal de Santo Domingo, 2015)

1.1.4. Costumbres y tradiciones

Debido a la gran diversidad de origen sociocultural se manifiesta en la inexistente identidad local y en una gran mezcla de costumbres y tradiciones.

Sin embargo, en la comunidad Tsáchila tienen la costumbre de pintarse el cuerpo y el cabello de rojo con achiote, el mismo que es cultivado en sus zonas, la forma de comer e inclusive la propia alimentación, son características de sus costumbres y tradiciones que han querido mantener con el transcurso de los años, en la que se destaca las técnicas del asado, ahumado, fermentación, cocción por hervido y el entierro.

Tienen una gran riqueza histórica cultural con ella sus tradiciones ancestrales, rituales, danza, música, alimentación, bebidas, rituales energéticos, y shamanismo. Su vestimenta es muy colorida pero sencilla, usan una falda amplia que lleva franjas anchas y angostas de colores fuertes alternados como amarillo, rojo, azul, verde, fucsia, las mujeres

no usan faja para ceñir la cintura, en la espalda hacen nudo una tela ligera de colores. (Santana, 2019)

1.1.5. Turismo

Santo Domingo de los Colorados tiene un gran potencial para el turismo por su ubicación geográfica, sus características culturales, recursos naturales, y por ser un sector de tránsito entre la costa y la sierra. Sin embargo, la ciudad no se encuentra posicionada como destino turístico nacional.

Durante los últimos años, los diferentes actores turísticos han visto la necesidad de unir fuerzas y organizarse para aumentar el turismo en la ciudad, esfuerzos que pocas veces se han concretado. Desde la llegada del covid-19 al Ecuador y la paralización total del turismo, los actores turísticos vieron en la organización y planeación coordinada la esperanza para la reactivación turística. Hay que recordar que el sector turístico casi y no obtuvo ganancias durante el tiempo de la pandemia en Ecuador, en Santo Domingo de los Colorados muchos miembros de la oferta turística peligran su existencia debido a las grandes deudas acumuladas y la poca rentabilidad. (Defensoría del Pueblo de Ecuador, 2020)

El turismo en Santo Domingo de los Colorados parece estar tomando otro rumbo, pues a los esfuerzos de la iniciativa privada para llegar a organizarse se suma la empresa pública afianzando una alianza público-privada para intentar posicionar al cantón como destino turístico nacional. De esta alianza y su acción ha nacido el Plan Maestro de Turismo Provincial que actualmente se encuentra en desarrollo. El Plan es Provincial, pero cada cantón gestiona sus actividades por su propia cuenta. Hasta el momento Santo Domingo de

los Colorados y La Concordia, ya se encuentran cursando la segunda fase del proyecto que trata sobre el marketing turístico.

1.1.5.1 Tipos de turismo

1.1.5.1.1 Turismo Cultural

Este tipo de turismo tiene gran importancia en el cantón debido a la herencia cultural de la nacionalidad Tsáchila, misma que ha realizado grandes esfuerzos para conservar sus tradiciones y ha encontrado en el turismo la manera de obtener beneficios gracias a su cultura.

Existen varias comunidades que se dedican al turismo y han logrado posicionarse a nivel nacional. Las más conocidas con el grupo cultural Shinopi Bolon y Mushily. Comunidades que se enfocan a compartir experiencias a través de hacer que los turistas participen en sus ritos, bailes, y prueben su gastronomía. Los turistas que los visitan van a conocer y experimentar un nuevo estilo de vida y tienen opciones en lo que concierne a productos y servicios que varían en la inmersión de lo que van a descubrir.

La nacionalidad tsáchila tiene características culturales únicas en el país ya que no hubo demasiada interacción con otras nacionalidades prehispánicas. Ellos se organizan en comunas y el turismo se ha convertido en uno de los medios más importantes de subsistencia y el más prometedor para el mantenimiento de sus tradiciones. En la mayoría de las comunas Tsáchilas se construyen viviendas con madera y pambil y siembran yuca, café, maíz, plátano, y productos de ciclo corto, además de dedicarse a la crianza de aves de corral y mantienen animales domésticos.

1.1.5.1.2 Turismo de Naturaleza

El turismo de naturaleza es de gran importancia para el cantón ya que los recursos naturales son abundantes, sin embargo, estos no fueron aprovechados de manera correcta durante mucho tiempo, pues existió gran desarrollo de destinos acuáticos como balnearios, piscinas naturales, entre otros, pero que no se enfocaron en el desarrollo de otro tipo de actividades. Ahora el enfoque de los miembros de la oferta turística es diferente y ha existido una gran evolución de los productos y servicios turísticos brindados dentro de esta categoría.

La parte oriental del cantón se caracteriza por la ladera noroccidental de la cordillera de los Andes, en medio de la Reserva Ecológica Illinizas y la región biológica del Chocó, mientras que al oeste de la ciudad están las llanuras, lomas, quebradas y planicies creando diversos microambientes que propician múltiples formas de vida.

Los sitios turísticos en el cantón son zonas naturales, que albergan alta biodiversidad, y gran variedad de ecosistemas que hacen de Santo Domingo de los Colorados una zona con alto índice de especies endémicas. Los balnearios son el Esfuerzo, Río Malicia, Viña del Río, Julio Moreno, entre otros; además de lugares de interés ambiental como el Mirador del cerro Bombolí, siendo este un mirador natural desde el que se observa toda la ciudad y en donde se encuentra una iglesia y el Parque Ecológico San Francisco. También existen cuatro bosques protectores que son el Delta, Indiana, Río Lelia y Tanti, en donde se puede realizar observación de aves. Por último, existe el Jardín Botánico Julio Moreno que es administrado por el campus Santo Domingo de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. El Jardín Botánico tiene siete hectáreas con senderos, plantas ornamentales, flores tropicales, un

orquideario con 200 especies de varias partes del mundo y cuenta con especies de árboles nativos de la región. (Wikipedia, 2022)

Los actores turísticos se encuentran en la búsqueda de lugares propicios en donde puedan realizar actividades turísticas dentro del área urbana, a los alrededores, parroquias y en nuevos barrios. Esto ha provocado que el turismo de naturaleza haya crecido de manera tan rápida en los últimos años, pues los miembros de la oferta turística esperan gran rentabilidad económica y social que posicione al cantón como destino turístico nacional e internacional.

1.1.5.1.3 Turismo Gastronómico

Cocinar al carbón o leña la comida con hoja de plátano es una de las características gastronómicas de la cultura Tsáchila, pues varios platos y recetas se han preparado de esta manera y transmitido durante generaciones.

Con caña guadúa, arena y carbón natural o leña se cocina la mayoría de platos típicos de la nacionalidad, en los centros culturales de las comunas y en varias de las casas de los indígenas aún se aprecia esta forma ancestral de preparar los alimentos.

La hoja del plátano es el principal elemento para cocinar, se utiliza para vaporizar y asar los alimentos, especialmente pescados de agua dulce como la guaña y la tilapia, aunque este último ha sido introducido como una adaptación gastronómica.

Otra característica importante de Santo Domingo es la diferente procedencia de sus colonos. Hace mucho tiempo, el lugar estaba poblado solamente por miembros de la nacionalidad Tsáchila, pero con el pasar del tiempo varias personas de diferentes ciudades del Ecuador poblaron la ciudad y aportaron gastronomía de sus lugares de procedencia, por lo que la oferta gastronómica nacional es diversa.

Los platos típicos que diferencian a Santo Domingo del resto de cantones del Ecuador son varios, la bandera, los chinchulines con verde, parrilladas con yuca y maduros asados con queso y sal prieta son algunos de ellos. La bandera es la combinación de cuatro platos típicos de la costa, el ceviche de camarón, de concha, pescado y arroz con guatita. La parrillada es de las más comunes en la ciudad ya que es una zona ganadera, esta se diferencia de la servida en la sierra ya que va acompañada de yuca, salsas picantes de guacamole y mayonesa, al igual que los chinchulines o tripa mishqui. El maduro asado se acompaña con sal prieta originaria de Manabí y queso rallado usado en toda la costa. Por último, el desayuno que más se destaca en Santo Domingo es el bolón de verde con estofado de carne y pollo con jugo o café. (Gastronomía de Santo Domingo de los Tsáchilas, s.f.)

En Santo Domingo, se pueden encontrar platos gastronómicos de todas las provincias del país, lo que ha sido aprovechado por miembros de la oferta turística para elaborar el eslogan “23 orígenes, un destino”, en futuros proyectos turísticos.

Dentro de la comida ancestral del cantón, se encuentra la gastronomía Tsáchila de la que se destaca el watsapaká, Maito, o ayampaco que es preparado con pescado en hoja de bijao, siendo consumida por los miembros de la nacionalidad y turistas en la fiesta del Kasama, y el chontacuro. Dentro de las bebidas se puede encontrar el malá, también

conocido en otros sectores como la “chicha”, pero para los Tsáchilas esta es única por sus décadas de tradición en la realización con caña de azúcar o maíz molido y un ingrediente especial y secreto que se consigue en las montañas. (Espinosa, 2018)

1.1.5.1.4 MICE

El turismo de congresos, eventos e incentivos MICE, tiene gran importancia para Santo Domingo. Esto debido a que el cantón es la puerta norte de entrada a la costa y sierra por lo que su posición geográfica la coloca como punto de encuentro entre dos ciudades que son líderes nacionales en este tipo de turismo, Quito y Guayaquil, y las regiones costa y sierra. Existe gran cantidad de tráfico de personas en las carreteras de la ciudad por lo que representa ser un centro de distribución en el sector noroccidental del Ecuador.

El turismo MICE en Santo Domingo tiene ciertas debilidades que pueden tener su origen la escasa recepción de turistas en la zona urbana, que prefieren las áreas naturales y de turismo comunitario; la falta de aprovechamiento del potencial del patrimonio natural para uso recreativo y turístico asociado a la infraestructura urbana; estancias cortas de turistas hospedados y alta presencia de excursionistas sin oferta estable y diferenciada; deficiente cultura empresarial sobre la formación y capacitación profesional del prestador de servicios turísticos; sistema de información estadístico obsoleto, parcial y distorsionado; y la débil gestión de gobernanza del sector turístico con planes territoriales parciales y sin conexión con otros sectores de la actividad socio económica de la región.

1.2 Programas turísticos

1.2.1 Tipos de programas

1.2.1.1 Programas turísticos culturales

El turismo Tsáchila se basa en brindar experiencias nuevas a los turistas que visitan los centros turísticos. Los visitantes tienen contacto directo con la naturaleza, evidenciando como los habitantes originarios han aprendido a vivir en sincronía con la naturaleza. Los turistas aprenden las actividades cotidianas que se solían realizar y como estas han ido adaptándose con el tiempo a sus nuevas necesidades, sin perder su propia esencia.

En una visita estratégica a la comunidad Chigüilpe, específicamente al centro turístico Mushily, comentaron que ofrece varios paquetes turísticos. El más básico cuesta \$5, y consiste en un recorrido por 13 estaciones en las que los turistas podrán aprender su historia, de cómo fueron obteniendo su propia identidad y se empezaron a diferenciar de los yumbos; cómo las mujeres hacían la vestimenta a partir del algodón obtenido de la planta y usaban sus telares para crear el mampé tsampá de los hombres, y el tunán de las mujeres; una breve explicación y demostración sobre los rituales de relajación en el spa natural; una estación para que los turistas puedan realizar canopy (con un valor adicional); un mirador construido en un árbol gigante para poder observar el río Chigüilpe; una sesión de relajación con un árbol de sanación con espinas; la vivienda clásica de los Tsáchilas en donde se puede encontrar como vivían antes, mostrando las herramientas de uso diario tanto de las mujeres como de los hombres, en esta estación se puede apreciar como preparaban la comida y que usaban para cocinar su comida; una cueva natural que es usada para los rituales de sanación realizados por el tsa'chi pone; un área en donde exponen como realizar la extracción del jugo

de caña; área en donde muestran la danza Tsáchila tradicional; área de muestra de herramientas para la pesca y un bote tradicional; área de práctica de caza tradicional con lanzas; restaurante de comida tradicional, que viene acompañado con un refrigerio que consiste en un chontacuro asado o un pedazo de sandía en el caso de que el turista lo desee; cabaña para el diagnóstico de enfermedades, el tsa'chi pone lo usa diariamente para diagnosticar enfermedades de las personas que vienen por su atención; área de hamacas; área de relajación y recreación; y una cabaña en donde se pueden adquirir souvenirs. Otro paquete ofertado por el centro turístico más completo en donde la experiencia es más vivencial, los turistas tienen la oportunidad de realizar las actividades en las cabañas ya mencionadas, además de poder participar de la danza tradicional, una muestra de un ritual tradicional en la caverna, un pequeño tiempo en el spa natural con vapor de piedras calientes, con refrigerio incluido, por \$10.

1.2.1.2 Programas de turismo comunitario

Todos los emprendimientos Tsáchilas se basan en el turismo comunitario, pues el objetivo de estos es el mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes, mismos que están felices de colaborar para mantener sus tradiciones, mostrarles a los turistas, y que este sea su método de vida.

El centro turístico Mushily oferta cabañas de alojamiento por \$15 para los turistas que deseen pernoctar en el lugar, o lugar de camping por \$5 en el caso de que los turistas deseen tener más contacto directo con la naturaleza. También se oferta desayuno, almuerzo y merienda tradicional con un costo adicional. En esto participan incluso personas que no se

identifican con la nacionalidad, pues provienen de otras partes del país, pero han encontrado en el lugar oportunidades para aportar a la comunidad y crecer junto a esta. (Velasco, 2020)

Otro ejemplo es el centro comunitario “Tolón pele”, en donde se ofrece hospedaje en rústicas cabañas y alimentación típica. En el lugar, varios turistas nativos están dispuestos a mostrar la naturaleza a los turistas y enseñarles a cuidarla, además simulan y explican los oficios ancestrales como la molienda de caña, pesca y caza. Ofertan una caminata en donde aprecian, entre otras cosas, cómo se construían las viviendas típicas, las camas y cunas típicas de los bebés hechos a base de materiales naturales como la caña guadúa y el pambil. (Grand Hotel Santo Domingo, 2016)

1.2.1.3 Programas de turismo de aventura

En la ciudad existen varios emprendimientos y operadoras turísticas que se dedican a realizar actividades de este tipo de turismo.

Dentro de las actividades más populares del turismo de aventura que se pueden realizar en Santo Domingo, se encuentra la “vía aventura”. Esta vía tiene una longitud de 14.5 km de ciclovía que conecta dos parroquias rurales, San Gabriel y Julio Moreno, con la ciudad. A lo largo de la vía se pueden encontrar emprendimientos que se dedican a brindar servicios a los interesados en alquilar bicicletas, descansar, disfrutar de la gastronomía de las personas del sector, balnearios naturales, entre otros servicios. Esta vía se conecta con la nueva ciclovía urbana del anillo vial que recorre toda la ciudad. (GAD Provincial Santo Domingo de los Tsáchilas, 2015)

Las operadoras turísticas como A Pata Limpia, Equinoccial Touring, entre otras ofertan paquetes que recorren balnearios importantes de la vía mencionada en el párrafo anterior, complementando con visita a centros turísticos Tsáchilas, los paquetes incluyen el transporte, charlas de seguridad, explicación de técnicas del deporte y utilización de equipos. Además, su oferta se extiende a parroquias ubicadas al este de la ciudad, colindantes con Pichincha, Alluriquín, el Esfuerzo y Santa María del Toachi, en donde se puede disfrutar de ríos de agua cristalina, bosques tropicales, circuitos de cascadas, entre otros recursos naturales que son propicios para el desarrollo de deportes de aventura como el senderismo, camping, canyoning, senderismo, tubing, ciclismo de montaña, kayak y rafting. El rafting es muy practicado en los ríos Toachi y Blanco ya que son idóneos para el deporte.

Otra actividad de aventura que es muy popular entre los turistas y que recién está llamando la atención de los operadores turísticos para que desarrollen infraestructura son las 7 cascadas del diablo en la parroquia de Alluriquín. Escalar las cascadas requiere de mucho esfuerzo físico, y es recomendable que sea visitado durante el verano, ya que en invierno las condiciones climáticas complican el acceso al recurso natural.

1.2.2 Elementos de la programación

Tabla 2
Elementos de la programación

Elementos de la programación				
Centro Turístico Mushily	Centro turístico Tolón Pelé	Museo Etnográfico Tsáchila	Comuna Peripa	Turismo comunitario Shuyun
Exposición de vida y tradiciones de la comunidad tsáchila a través de varias estaciones explicadas con un guía local. Las estaciones son chozas. Un sauna de piedra, vivienda museo, cueva de las	Zona de artesanías. El lugar está distribuido en sectores que muestran varios aspectos de su vida, costumbres y tradiciones. Museo etnográfico.	Su programa turístico expone varios aspectos de su vida, costumbres y tradiciones. Realizan rituales de sanación a partir de la medicina ancestral. Zona de artesanías.	Oferta servicios y actividades relacionadas a la cosmovisión Tsáchila. Realizan ceremonias de sanación a base de medicina natural.	Exposición de cultura y tradiciones. Danza y música. Recorrido por el bosque. Actividades de reforestación. Zona de artesanías.

ceremonias, telares, mirador natural, árbol de la vida, árbol de ayahuasca (nepi), extracción de trapiche, choza para la danza tradicional, área de práctica de caza, el consultorio médico, choza con hamacas para la relajación, choza para la compra de souvenirs. Paquetes turísticos de varios precios. Hospedaje.	Hospedaje.		Gastronomía tradicional de la nacionalidad. Hospedaje. Recorridos por circuitos turísticos para observar la naturaleza de la comuna.	Gastronomía tradicional. Shamanismo y medicina ancestral. Hospedaje, con noche cultural. Instalaciones de piscina, hidro, e infraestructura para realizar deporte.
Semejanzas				
<p>Su programación consiste en mostrar su forma de vida, costumbre y tradiciones.</p> <p>Realizan eventos especiales durante fiestas tradicionales como el Kasama, fiesta del nuevo año para la nacionalidad.</p> <p>Las actividades consisten en brindar experiencias nuevas a los turistas y compartir la cosmovisión Tsáchila.</p> <p>Oferta de gastronomía tradicional como maito, también conocido como watsa paka, sopa con palmito, chontacuros, entre otros.</p> <p>Observación de naturaleza y animales de la zona.</p> <p>Rituales de purificación, sanación y limpieza.</p>				

Fuente: Elaboración propia, 2021.

1.3 Turismo de aventura

1.3.1 Definición

El turismo de aventura está relacionado al turismo temático el cual surge para desarrollar nuevos destinos o reactivar los ya existentes, el desarrollo de este tipo de turismo ha incrementado en los últimos años.

El turismo de aventura se desarrolla por lo general al aire libre en medio de la naturaleza, por lo que se encuentra dentro de la categoría de turismo de naturaleza. Consiste en actividades como montañismo, mountain-bike (ciclismo de montaña), senderismo, escalada, canoing, rafting, tubing, entre otros. Se requiere de buen estado físico o ciertas

habilidades especiales para realizar las actividades ya que algunas son riesgosas. Al momento de realizarlas, los turistas experimentan sensaciones diferentes y fuertes. (Wikipedia, Turismo de aventura, 2021)

1.3.2 Modalidades

1.3.2.1 Canyoning

El lugar más visitado por los turistas interesados en practicar este deporte son las 7 cascadas del diablo, en la parroquia de Alluriquín. En las cascadas existen anclajes para brindar confianza y aportar a la seguridad del deportista de canyoning. Además, se brinda el servicio de rescates mediante vía aérea en el caso de cualquier accidente, gracias a las adecuaciones del lugar.

En palabras de Paul Águila (citado por Pichama B.), el canyoning se puede realizar en varios lugares de la ciudad, como las cascadas del Cristal, las de Polanco, las Rocas, las Gemelas, las de San Eduardo, las de Santa María, además de los saltos del Imán y del Blimbe. Sin embargo, no existe acceso adecuado por las condiciones viales.

El costo promedio para realizar el deporte es de 25 dólares por persona, y tiene una duración de 4 horas. El personal es capacitado y los equipos certificados para brindar la seguridad suficiente a los deportistas.

El canyoning en el río Blanco consisten en la llegada a la cascada San Eduardo, preparación y charla técnica. Posteriormente, se retorna a la finca Merizade para realizar canyoning en la Cascada Merizalde. El paquete incluye almuerzo, transporte, un guía nativo,

el instructor de canyoning al igual que los equipos, el almuerzo, fotografías y videos profesionales. Se requiere que las personas lleven ropa adecuada para la excursión, zapatos cerrados (preferiblemente de lona), gorra, sombrero o cualquier accesorio para proteger el rostro del sol, repelente para insectos y otro cambio de ropa.

Otras rutas se desarrollan en la misma parroquia rural, en la cascada Santa María del Toachi, y en el salto del Bimbe. La programación no cambia mucho en comparación con el canyoning en el recinto río blanco, las diferencias son que en las cascadas del salto del bimbe se puede realizar tirolesa, y en la cascada Santa María del Toachi la visita a la caverna del duende y el togoban. (Ministerio de Turismo, 2021)

1.3.2.2 Rafting

De acuerdo al portal Viajemos Ecuador (2019), el rafting es realizado en el río Blanco y en el Toachi. El International Canyoning e International Rafting Federation declararon como idóneas para la práctica del rafting en estos ríos. El costo de realizar rafting es de \$60 por persona, el precio incluye todo el equipamiento y una charla previa la realización del deporte.

1.3.2.3 Tubing

Dentro de las rutas turísticas de la parroquia rural de Santa María del Toachi el tubing en el río Toachi Grande. Esta ruta consiste en un charla técnica y estiramiento cerca del río, el tubing por un bosque secundario que demora alrededor de 2 horas, el descenso y el retorno. La ruta incluye el guía nativo, instructor y equipos de tubing, el almuerzo, fotografías y videos profesionales. Los requerimientos son los mismo que para realizar canyoning. (A pata limpia, s.f.)

1.3.2.4 Ciclismo de montaña

Los emprendimientos que han surgido en los últimos años a lo largo de la “Vía aventura” se enfocaron en desarrollar la cultura ciclística en Santo Domingo y uno de sus primeros servicios fue la oferta de bicicletas para el ciclismo de montaña, con el tiempo fueron aumentando su variedad, hasta llegar ahora que brindan ofertan cicloturismo, y desarrollo de ciclopaseos en las parroquias rurales características por sus exigentes montañas.

De los nuevos emprendimientos vale la pena destacar dos, The Old Bike 593, y A Pata Limpia. Sus servicios son muy parecidos, pues ambos se dedican a realizar rutas turísticas ciclísticas de montaña diurnas y nocturnas, que a veces son gratis, pero que obtienen ganancia gracias a los servicios complementarios brindados. El valor del alquiler de la bicicleta es de \$5 por cuatro horas, y \$7 por seis horas, y \$10 por todo el día.

Los turistas pueden optar por las salidas organizadas por los operadores turísticos, o pueden aventurarse en las estribaciones de la cordillera occidental con amigos o solos. Existen varias rutas ciclísticas para que las personas disfruten de practicar el deporte. El ciclismo de montaña nocturno en Valle Hermoso desarrollado Ruta Viva, la ruta de las antenas, la “vía Aventura”, y la Libertad del Toachi.

1.4 Marco legal

1.4.1 Reglamento para actividades de turismo de aventura

Para regular las actividades del turismo de aventura se rigen al Reglamento de Operación Turística de Aventura, (Ministerio de Turismo, 2020).

En su sección 3era. Señala que los requisitos mínimos que deben cumplir para asegurar la atención al turista en cuanto a la infraestructura, equipos, accesorios para desarrollar cada actividad que deben estar en estado óptimo, cumplir con las normas y estándares internacionales, al mantenimiento de los mismos, el formulario de “descargo de responsabilidad y asunción de riesgos” en el comprobante de venta, contar con medios de transporte para la operación turística de aventura, tener guías especializados para las actividades del turismo de aventura, excepto de la modalidad de surf y modalidad recreacionales en embarcaciones motorizadas, deben tener instructores especializados, con credenciales otorgadas por el Ministerio de Turismo, certificado de primeros auxilios.

Las actividades que se realizan en agua y canyoning deben tener cursos de técnicas de rescate en aguas abiertas, evacuación y supervivencia.

En la sección 2da. Ascenso y descenso de cañones (Cañonismo o Canyoning). El descenso de cascadas, cañones y cursos de agua, el número de turistas será máximo de 8, cada grupo debe contar con al menos 2 guías en vista de la dificultad técnica del turista, los grupos deben salir con al menos 15 minutos de diferencia. La edad mínima para esta actividad es 8 años y depende el grado de dificultad se puede aumentar la edad. Los accesorios y equipos deben cumplir con estándares.

En la sección 3era. De cicloturismo se lo puede realizar en el área urbana o rural y por caminos o senderos rústicos de campo traviesa, la cantidad de turistas depende de la dificultad técnica, el número de guías se recomienda 1 por grupos de máximo siete turistas.

No existe edad mínima para esta modalidad. Los equipos y accesorios adecuados y en perfecto estado. Las rutas se pueden clasificar en ciclismo de ruta vías de 1er, 2do y 3er orden y ciclismo de montaña.

En la sección 9na. Sobre el tubing, indica que esta modalidad navega en la corriente de un río en una embarcación hecha por piezas de toroidal de caucho, amarradas entre si con cuerdas donde en turista puede sentarse, el número de turistas no puede ser mayor al número de boyas utilizadas, la edad mínima es de 6 años, se puede realizar en ríos de clase III, se deben usar 7 boyas unidas dependiendo del nivel de río, siendo hasta 1 boya en ríos de clase I, el equipamiento y accesorios deben ser los mínimos como casco, chaleco, navaja, silbato. (Ministerio de Turismo, 2020)

1.5 Marco conceptual e importancia

1.5.1 Glosario de términos básicos

- **Marketing turístico:**

Philip Kotler (2001), señala que el éxito en el marketing de hostelería depende mucho del sector de viajes en su conjunto. Los turistas compran paquetes que han diseñado los mayoristas y que se venden a través de agencias de viajes.

Según Delia Ojeda, (2016) el marketing turístico de la siguiente manera es la parte encargada de guiar la comercialización de los productos o servicios de las empresas y organizaciones que integran el sector turístico

Según Concepción Parra, (2014) señala al marketing turístico así:

Es la rama del marketing que, mediante el uso del método científico concibe y ejecuta la relación de intercambio entre la industria turística y el turista (usuario), con la finalidad de que sea satisfactoria a las partes que intervienen y a la sociedad en su conjunto, mediante el desarrollo, valoración, distribución y promoción, por una de las partes (industria turística), de los servicios turísticos que la otra parte necesita.

Es el marketing aplicado a las empresas que ofrecen servicios de turismo y hostelería para satisfacer necesidades del turista.

- **Estrategias de marketing turístico:**

Philip Kotler (2001), explica que el marketing turístico es el arte y la ciencia de elegir mercados objetivo y de construir relaciones rentables con ellos. Estas estrategias ayudan a la empresa a alcanzar sus objetivos estratégicos generales y disponer de un plan de marketing detallado

Según Steven Schnaars (1994), explica que las estrategias de marketing consisten en seleccionar un precio, elaborar una campaña de publicidad y, luego, decidir un plan de distribución.

Según Concepción Parra (2014), señala que las estrategias de marketing, pueden ayudar a la industria turística a solventar las vicisitudes de los servicios que presta.

Se puede decir que las estrategias de marketing turístico son diseñadas para alcanzar los objetivos de la empresa turística.

- **Estrategias de promoción**

Según Philip Kotler (2001) nos señala que las estrategias de promoción son aquellas que se desarrollan en medios y soportes que incluyen tácticas seleccionadas para alcanzar objetivos.

Para Arecenza Miguel (1996) define que a estrategia como:

Una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen actividades de publicidad y promoción de ventas, ventas personales, y otros medios, entre los que se incluye, también, las relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing.

M. Castillo y V. Palacio citan a Kotler (1999) comentan que la promoción se entiende como las actividades que comunican los atributos del producto y persuaden a los consumidores a su adquisición.

Las estrategias de promoción nos ayudan a que los clientes potenciales (turistas) obtengan información sobre los paquetes turísticos que dispone la empresa.

- **Producto turístico**

De acuerdo con el Ministerio de Turismo (2007) señala que el producto turístico es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas.

Según Medlik & Middleton (2004) define al producto turístico como el que desde el punto de vista del cliente son todos los complejos servicios que el turista recibe (alojamiento, recreación, transporte y restaurantes)

De acuerdo a Boullón (2003) indica que el producto turístico es más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos.

Engloba la oferta de bienes y servicios turísticos que ofrece las empresas de turismo.

- **Promoción turística**

Areceza Miguel (1996), citado por Torres Wendy (2010), lo define como:

Es una actividad destinada a la información, la persuasión y la influencia sobre el cliente, en la cual se incluyen las actividades de publicidad, promoción de ventas, ventas personales y otros medios, entre los que se incluyen, también, las relaciones públicas, cuando estas se encuentran integradas al proceso de marketing”

Ejarque (2005), citado por M. Castillo y V. Palacio (2014) identifica a la promoción turística con la capacidad de comunicar a los potenciales consumidores-turistas que la oferta propuesta es capaz de satisfacer sus exigencias y sus demandas; en definitiva, es tratar de convencer al turista de que merece la pena ir a un destino, visitarlo.

(Gurria Di-Bella 1994 citado por Elizabeth Saavedra 2004), lo define como:

Una actividad integrada por un conjunto de acciones e instrumentos que cumplen la función de favorecer los estímulos para el surgimiento y desarrollo del desplazamiento turístico, así como el crecimiento y mejoría de operación de la industria que los aprovecha con fines de explotación económica.

Es la actividad de comunicar a los posibles clientes la oferta turística la misma que va a satisfacer sus necesidades y exigencias.

- **Atractivos turísticos**

Edmundo Pineda (2010), define a los atractivos turísticos como lugares de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural inherente o exhibido, con significado histórico, belleza natural o artificial, original, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión.

La OMT (2008), lo define como un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual, por motivos personales o de negocios/profesionales.

El Ministerio de Turismo (2007), citado por Wendy Torres (2010), considera que atractivo turístico es un sitio que causa interés en los turistas debido a que posee atributos naturales y culturales que forman parte del patrimonio turístico.

Son los denominados espacios de interés que pueden ser naturales o culturales que son visitados por los turistas los mismos que se encuentran en un lugar fuera de su lugar habitual.

- **Turismo**

Para Requena y Muñoz (2006) el turismo son ciertas actividades que realizan las personas cuando se trasladan o desplazan hacia lugares fuera de su residencia por diferentes factores como por ejemplo trabajo, negocios, diversiones entre otros, siendo esta actividad una manifestación cultural, social y económica.

Cárdenas (2001) se refiere al turismo de la siguiente manera es el conjunto de desplazamientos que general fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos.

Ramírez (2002) define al turismo como un fenómeno social-humano contentivo de actividades tendentes a satisfacer necesidades humanas y de recreación en el marco del ocio y del tiempo libre.

Se puede definir a las actividades que realizan las personas en su tiempo libre debido a que deben trasladarse de un lugar a otro sea por trabajo, negocios entre otros.

- **Turismo sostenible**

Carlos Cardoso (2006), señala que la Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST) define al turismo sostenible como turismo que mantiene un equilibrio entre los intereses sociales, económicos y ecológicos, integrando las actividades económicas y recreativas con el objeto de buscar la conservación de los valores naturales y culturales.

Reyes 2005 (citado por Carlos Cardoso 2006), define al turismo sostenible siguiente manera:

Es el soporte ecológico a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. Siendo el turismo un potente instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia del desarrollo sostenible.

Según la OMT, (2005) señala que el turismo sostenible es aquel que permite que las personas hagan uso de los recursos para satisfacer sus necesidades, enfocándose más a los ingresos económicos, sociales y medio ambientales.

Es aquel que se realiza para lograr objetivos de un bien común, social y ecológico.

- **Ecoturismo**

Señala la OMT, (2019) el ecoturismo es la actividad turística que se realiza sin alterar el medio ambiente, protegiendo la integridad de la naturaleza y el bienestar de la población local, cuyo incentivo principal de los individuos es observar, conocer la diversidad biológica y cultural.

Según Ramírez (2006) se refiere al ecoturismo como la actividad que tiene una visión restrictiva en entornos o destinos naturales cuyo fin primordial es el acercamiento a la naturaleza.

Para Molina (2004) y Vidal (2004) consideran que ecoturismo es aquel que se practica en ecosistemas o ambientes naturales, en espacios privados, (granjas) o públicos (reservas de biosfera o parques nacionales) donde se ofrece al turista conocimientos sobre especies vegetales, fauna y recursos naturales.

Es un tipo de turismo que se realiza en medio de la naturaleza sin alterar el medio ambiente.

- **Turismo cultural**

Define la OMT, (2019) define al turismo cultural de la siguiente manera:

Es la actividad que realizan los visitantes al momento de realizar un viaje, cuya motivación principal es conocer la cultura de un determinado territorio turístico con el fin de conocer, aprender, experimentar y consumir los atractivos y productos materiales e inmateriales

Según Rodríguez Edwin (2011), señala al turismo cultural como los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de si identidad

Richard Greg (2000), citado por Claudia Toselli (2004), define al turismo cultural como:

El desplazamiento de personas desde sus lugares habituales de residencia hasta los lugares de interés cultural con la intención de recoger información y experiencias nuevas que satisfagan sus necesidades culturales, abarca la cultura contemporánea o modo de vida de un pueblo o región.

Es aquel que se realiza en un determinado territorio para conocer la cultura, tradiciones, costumbres e identidad propia.

- **Turismo de naturaleza**

Según Torres Wendy, (2020) define al turismo de naturaleza como todas las actividades recreativas que se pueden realizar en contacto directo con la naturaleza

Según Francés (2003) considera a este turismo como el que incluye viajes cuyo interés primordial es la observación de fauna y flora, principalmente hacia parques nacionales.

Ricardo Blanco (2006), define al turismo de naturaleza como:

Aquel que tiene como principales motivaciones la realización de actividades recreativas y de esparcimiento, la interpretación y/o conocimiento de la naturaleza, con diferente grado de profundidad y la práctica de actividades deportivas de diferente intensidad física y riesgo que usen expresamente los recursos naturales de forma específica, sin degradarlos o agotarlos

Son actividades que se realizan dentro del ambiente natural de reservas, parques nacionales sin causar daño a la flora y fauna del lugar.

1.6 Síntesis del capítulo

En este capítulo se revisó la condición actual del turismo en el cantón Santo Domingo, al igual que sus condiciones geográficas que resultan importantes para el desarrollo del turismo y que significan una gran oportunidad para posicionar al cantón como destino turístico nacional e internacional en turismo, de naturaleza por estar entre la reserva de los Illinizas y la biorregión del Chocó, de negocios por ser la puerta de entrada a la sierra y costa al igual que conecta varias urbes importantes del país, de aventura por la gran variedad de cascadas y afluentes, y de turismo cultural por el legado ancestral de la nacionalidad Tsáchila.

CAPÍTULO II: DIAGNÓSTICO

2.1. Metodología

En este capítulo se visualizará la metodología a utilizar para el levantamiento de información sobre estrategias de promoción turística para el cantón Santo Domingo de los Colorados.

2.1.1. Tipos de investigación

- **Investigación Exploratoria**

La investigación exploratoria tiene como objetivo examinar el tema o problema a investigar que ha sido abordado antes, pero poco estudiado pues solamente existen ideas vagamente relacionadas al tema. La presente investigación se enfocó en analizar diversos aspectos que influyen en la promoción turística, para la correcta elaboración de estrategias de promoción turística que potencien la demanda nacional.

La investigación exploratoria fue utilizada al momento de consultar a los diferentes actores de la oferta turística de Santo Domingo de los Colorados sobre lo relacionado con la promoción turística desde el sector público y privado. Varios prestadores de productos y servicios turísticos participaron de conversaciones mantenidas para conocer la realidad turística del cantón.

- **Investigación Descriptiva**

Este tipo de investigación especifica las propiedades, características y perfiles de personas, grupos, procesos, objetos, comunidades, o cualquier otro fenómeno que vaya a ser sometido al análisis. (Arias, Investigación descriptiva, 2021)

La investigación descriptiva fue utilizada al momento de realizar la fundamentación teórica en el capítulo I de este Proyecto Integrador de Grado, pues se describieron los aspectos geográficos de ubicación, antecedentes históricos, actividad económica a la que se dedica la población, costumbres y tradiciones, turismo, programas turísticos, y el marco legal

2.1.2. Métodos de investigación

Cuantitativo

El método cuantitativo son el conjunto de estrategias de obtención y procesamiento de información que emplean magnitudes numéricas para su análisis, enmarcados en la relación causa y efecto. Es, además, un método objetivo ya que la interpretación y puntos de vista no tienen cabida, solamente la relación demostrable entre los modelos matemáticos. (Fernández & Pértegas , 2002)

El método cuantitativo fue utilizado en las estadísticas turísticas históricas de Santo Domingo, además de en los resultados obtenidos en el sondeo de opinión realizado a los miembros de la oferta turística.

Cualitativo

El método cualitativo consiste en realizar una investigación a partir de la opinión de las personas y de esa manera poder llegar a conclusiones de investigación, es decir que se recopilará información mediante técnicas como entrevistas abiertas, grupos de discusión o de observación del participante. (Fernández & Pértegas , 2002)

El método cualitativo fue aplicado en la obtención e interpretación de opinión de los miembros de la oferta turística sobre el turismo en general en Santo Domingo de los Colorados.

Deductivo

Este método de investigación consiste en llegar a una conclusión basándose en una premisa o proposiciones que se asumen como verdaderas, pues se usa la lógica para obtener un resultado. Se va de lo general, como leyes o principios, a lo particular, hechos concretos. Sin embargo, la validez de las premisas determinará la validez de las conclusiones, es decir que si las premisas son erradas las conclusiones también lo serán. (Westreicher, 2020)

El método deductivo fue aplicado en la investigación partiendo de la primicia de la baja demanda turística en Santo Domingo de los Colorados, así se llegó al problema de baja calidad de las anteriores estrategias de promoción turística aplicadas en la ciudad.

Analítico

El método analítico se basa en la experimentación directa y lógica empírica, pues se analiza el fenómeno que estudia y lo descompone en elementos básicos. Es necesaria la aplicación de la experiencia directa para la obtención de pruebas que validarán el razonamiento con mecanismos verificables como estadísticas, observación de fenómenos o replicación experimental. (Orellana, 2020)

El elemento analizado en esta investigación fue la baja demanda turística en el cantón, de la cual se llegó a la conclusión de que el problema tenía origen en la baja promoción turística a nivel nacional en el cantón Santo Domingo.

Sintético

El método sintético tiene como objetivo principal el resumir los aspectos relevantes de un proceso, es decir que se hace un resumen de lo analizado. Se utiliza el análisis como método que permite realizarlo de forma ordenada y con protocolo de actuación. Se busca la verdad a través de lo esencial, utiliza una metodología concreta en donde se analiza y conceptualiza el objetivo a estudiar y luego se extrae lo esencial. (Arias, 2021)

El método sintético fue aplicado al momento de crear el sondeo de opinión para los actores de la oferta turística del cantón, pues se resumió lo analizado en este proyecto para crear 5 preguntas esenciales para la obtención de la información necesaria.

2.1.3. Técnicas e instrumentos de investigación

Observación

La observación es la capacidad de indicación que se hace sobre un objeto o persona, o anotación o comentario realizado sobre un texto mediante el empleo de los sentidos del investigador con o sin ayuda de aparatos técnicos de cosas o hechos. (Sanjuán, 2011)

La observación fue parte primordial en todo momento de la investigación, pues se observó la falta de demanda turística en el cantón, primicia desde la cual partió la investigación. Además de la observación del comportamiento de los actores turísticos del cantón, resultados, entre otros factores.

Sondeo de opinión

Mediante el sondeo de opinión se recolecta información sobre la opinión de un grupo de personas. Este instrumento de investigación permite conocer el camino que tomará el público objetivo debido a que, aplicando una o varias preguntas, el investigador podrá obtener gran variedad de respuestas para orientar la toma de decisiones. (Wikipedia, 2021)

Para el sondeo de opinión se crearon cinco preguntas esenciales que resumen factores tomados en consideración dentro de esta investigación. Preguntas que son analizadas en el siguiente apartado.

2.2. Resultados obtenidos

En el mes de octubre y a inicios de noviembre se realizó un sondeo de opinión en el cual los prestadores turísticos de Santo Domingo ayudaron con respuestas para obtener los resultados de opinión sobre las Estrategias de promoción turística para el cantón Santo Domingo de los Colorados.

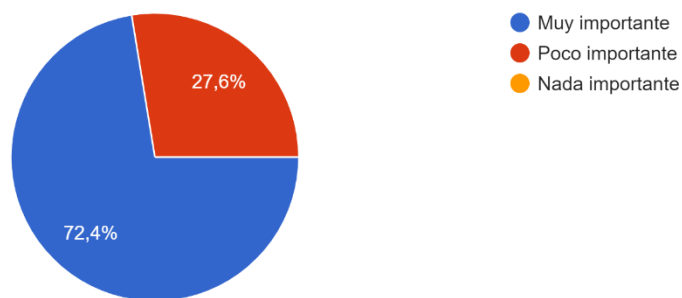
2.2.1. Presentación gráfica, análisis e interpretación de resultados

Sondeo de opinión.

1. De acuerdo con su criterio, ¿Qué nivel de importancia cree que tenga Santo Domingo de los Colorados como destino turístico a nivel nacional?

Figura 2

Resultados de: De acuerdo con su criterio, ¿Qué nivel de importancia cree que tenga Santo Domingo de los Colorados como destino turístico a nivel nacional?



Fuente: Google Forms (2021)

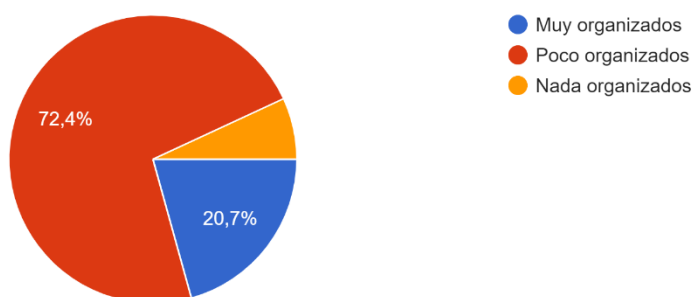
El 72,4% de las personas que participaron en el sondeo de opinión, opinan que Santo Domingo de los Colorados es muy importante como destino turístico a nivel nacional. Esto debido a su posición geográfica, sus recursos naturales y los culturales

de la nacionalidad Tsáchila que habitan en el cantón, e importancia como punto de conexión entre la costa y la sierra.

2. De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan organizados están los integrantes de la oferta turística de Santo Domingo de los Colorados para prestar servicios a turistas nacionales durante un feriado?

Figura 3

Resultados de: De acuerdo a su criterio, ¿Qué tan organizados están los integrantes de la oferta turística de Santo Domingo de los Colorados para prestar servicios a turistas nacionales durante un feriado?



Fuente: Google forms (2021)

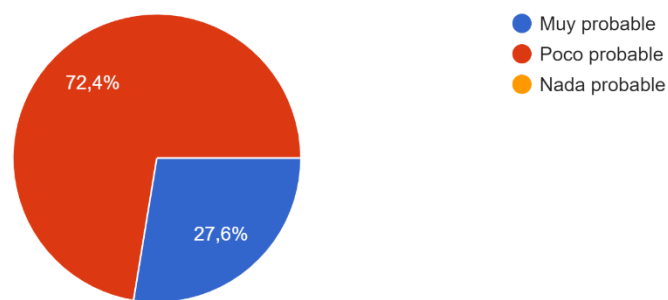
La percepción general de las personas que participaron en el sondeo de opinión es de que los miembros de la oferta turística están poco organizados en la prestación de productos y servicios complementarios entre ellos durante un feriado nacional.

Esta percepción se debe al comportamiento histórico de los habitantes y autoridades del cantón que no mostraban interés por el turismo, y poca variedad de oferta para satisfacer la demanda turística.

3. De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan probable es que las entidades públicas de Santo Domingo de los Colorados desarrollen un correcto plan estratégico para la promoción turística del cantón que incluya a gran parte de integrantes de la oferta?

Figura 4

Resultados de: De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan probable es que las entidades públicas de Santo Domingo de los Colorados desarrollen un correcto plan estratégico para la promoción turística del cantón que incluya a gran parte de integrantes de la oferta?



Fuente: Google forms, (2021)

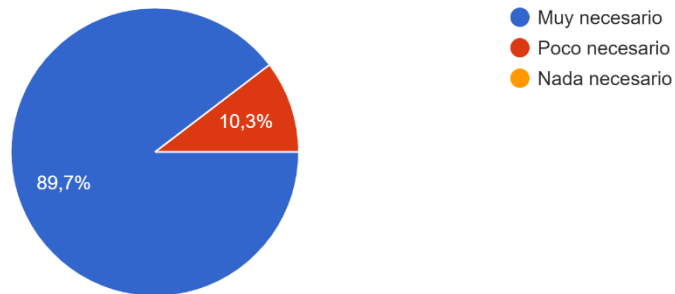
La percepción de las personas es que es poco probable que las entidades públicas de Santo Domingo de los Colorados desarrollen un correcto plan estratégico para la promoción turística del cantón en el que se vele por los intereses de gran parte de la oferta turística.

Esto demuestra la pérdida de la credibilidad en general de los interesados turísticos en las entidades públicas, mismas que tienen el poder de aliviar el problema de la promoción turística en conjunto del cantón.

4. De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan necesario es desarrollar un plan estratégico de promoción turística en Santo Domingo de los Colorados?

Figura 5

Resultados de: De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan necesario es desarrollar un plan estratégico de promoción turística en Santo Domingo de los Colorados?



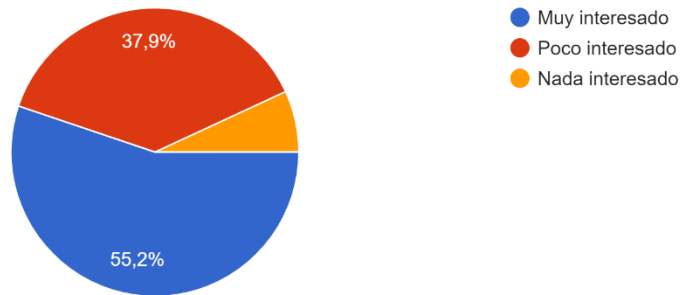
Fuente: Google forms (2021)

La gran parte de personas que participaron en el sondeo de opinión creen que es necesario el desarrollo de un plan de promoción turística en Santo Domingo de los Colorados. Esto ayudaría a captar mayor parte de la demanda turística nacional ofreciendo productos y servicios de calidad en el que tanto como los miembros de la oferta y turistas obtengan el mayor rédito posible.

5. De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan interesado estaría de colaborar con otros miembros de la oferta turística del cantón en la implementación de un plan estratégico de promoción turística?

Figura 6

Resultados de: De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan interesado estaría de colaborar con otros miembros de la oferta turística del cantón en la implementación de un plan estratégico de promoción turística?



Fuente: Google forms (2021)

El 55,2% de los miembros de la oferta turística están interesadas en colaborar en la implementación de un plan estratégico de promoción turística. Este resultado polarizado debe a que las personas ven la necesidad de organizarse correctamente para el mejoramiento de la percepción de Santo Domingo como destino turístico. Sin embargo, el 37,9% de las respuestas muestran poco interés de colaborar en la implementación del plan estratégico, eso podría deberse por la falta de credibilidad en organizaciones turísticas que ha habido en el pasado.

- **Participantes en el sondeo de opinión**

Los participantes en el sondeo de opinión fueron 29 personas que se identifican con las siguientes direcciones de correo electrónico:

Calazaconmiriam@gmail.com

Yadimacias2000@gmail.com

Ggcv2022@gmail.com

mherrerabsc@gmail.com

Orlando.jp@hotmail.com

Milton2001ex11@gmail.com

Dayana.paucare@gmail.com
Edwin-araujo1@hotmail.com
Piedadgonzalez43@gmail.com
maritzareresarmas@hotmail.com
Aranac718@gmail.com
Erikyn1313@gmail.com
Ximena.paez@hotmail.com
saracorteztello@yahoo.es
alexandraluscely@hotmail.com
Williamorlando999@gmail.com
Mercyo75@hotmail.com
Kathuiska.martinez.pm@gmail.com
Ginazambrano49@gmail.com
taniafloresmora@gmail.com
marisolcalapaqui@hotmail.com
brionesitha@gmail.com
Adrianojenny_76@hotmail.com
Martincs083@gmail.com
Kelavp03@gmail.com
vickyl@tle.com.ec
drjorgeponcecastillo@gmail.com
Carlitostala.2710@gmail.com

- **Análisis global de resultados**

Los resultados obtenidos indican que los miembros de la oferta turística de Santo Domingo de los Colorados creen que se necesita una mejor organización entre ellos para una mejor promoción turística. Muchos coinciden en la falta de interés de autoridades públicas en el desarrollo de este tipo de iniciativas en el que los integrantes de la oferta turística se desarrollen en conjunto.

Muchos vendedores de productos y prestadores de servicios turísticos están interesados en el desarrollo de un proyecto con estos fines.

2.3. Síntesis del capítulo

Dentro de este capítulo se analizó la metodología a utilizar para la obtención, procesamiento y análisis de información. Dentro de la metodología aplicada se especifica en que parte de la investigación de este proyecto se utilizaron los tipos, métodos, técnicas y herramientas de investigación.

Posteriormente se creó la herramienta para la obtención de información mediante un sondeo de opinión a los miembros de la oferta turística de Santo Domingo de los Colorados, y una vez ya recopilados se procedió a su análisis.

CAPÍTULO III: PROPUESTA

3.1. Título de la propuesta – Descripción Estrategias de Promoción turística para el cantón Santo Domingo de los Colorados.

Estrategias de marketing turístico digital:

El marketing digital emplea estrategias para el comercio y publicidad, en este caso de productos y servicios turísticos, con técnicas tradicionales adaptadas a medios digitales, pero con algunas mejoras como la inmediatez de la información, retroalimentación, y poder efectuar mediciones reales de las estrategias aplicadas. Las estrategias de marketing aplicadas en un entorno digital brindan ciertos beneficios que no pueden suceder en otro lugar como la personalización de la experiencia para los clientes sin que importe su ubicación geográfica, la fidelización de los clientes, minimizar costos de la publicidad tradicional, investigación del movimiento del mercado al momento, entre otros.

Es por eso que las estrategias de promoción turística desarrolladas en la propuesta incluyen la fidelización de clientes a través de redes sociales que incentivan la interacción de las personas con la información y actividades que serán publicadas periódicamente basadas en el cronograma de actividades a realizarse semanalmente, además del desarrollo de un sitio web que servirá como espacio virtual de encuentro entre miembros de la demanda y oferta turística, es decir, potenciales turistas interesados en adquirir productos y servicios turísticos y los encargados de ofertarlos. Se aplicarán estrategias SEM y SEO para lograr posicionar los medios digitales creados en esta propuesta y aumentar progresivamente el tráfico de personas que terminarán convirtiéndose en potenciales turistas. La propuesta

contiene actividades complementarias que servirán de ayuda al momento de ponerlo en práctica con indicadores comprobables.

3.2. Macro y micro localización

Macro: Santo Domingo de los Tsáchilas

Figura 7

Mapa de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas

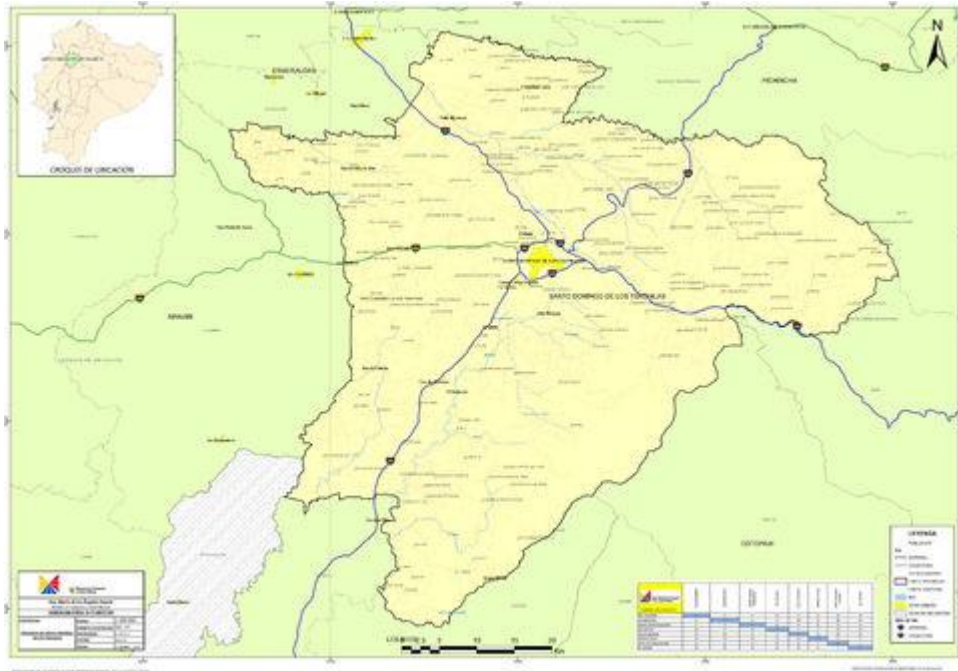


Fuente: GAD provincial de Santo Domingo de los Tsáchilas (s.f.)

Micro: Santo Domingo de los Colorados

Figura 8

Mapa del cantón de Santo Domingo de los Colorados



Fuente: Ministerio de Transporte y Obras Públicas, (s.f.)

Análisis de la zona en donde se aplica la propuesta

La propuesta se desarrollará en el cantón Santo Domingo de los Colorados, zona en la que existen interesantes propuestas de turismo alternativo para fomentar el desarrollo de infraestructura y diversificar la oferta turística del cantón mediante las medianas empresas que ya cuentan con capacidad operativa, además de los nuevos proyectos y prospecciones innovadoras de los pequeños emprendedores. En la zona a aplicar la propuesta existen grandes oportunidades para fortalecer e innovar la oferta y posicionar al cantón como destino turístico a nivel nacional.

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

Viabilidad

1. Económica

El proyecto será viable desde un punto de vista económico ya que el o los interesados tendrán como pago mayor la compra de equipos para el desarrollo del proyecto, y después el pago será bajo mensualmente ya que la publicidad en redes sociales y el costo del dominio web no es elevado.

El impacto económico generado como resultado del proyecto será mayoritariamente para las empresas turísticas que participen al ver incrementados los ingresos por personas que visitan los lugares; además, un porcentaje del 5% de las compras y ventas realizadas en el sitio web será separado como fondo para cualquier fin que decidan la o las personas encargadas en el desarrollo del proyecto. Es así que a partir de esta actividad se generarán ingresos.

2. Técnica

El proyecto tendrá viabilidad técnica gracias al estudio de diferentes aspectos de cada empresa turística mediante las fichas técnicas de levantamiento de prestadores turísticos y de levantamiento de atractivos turísticos. Posteriormente toda la información será tomada para el inventario de prestadores turísticos, y el de atractivos turísticos, mismos que serán subidos al sitio web para que las personas puedan observarlas. De igual manera la información servirá para la creación de contenido de redes sociales, mismo que será planificado semanalmente.

El equipo para asegurar el aspecto técnico del proyecto constará de dos personas, la o el encargado de redes sociales, y la o el encargado del sitio web. Estas personas deberán tener conocimiento técnico sobre plataformas digitales y el sitio web, para así asegurar que no existan muchos problemas y resolver con la mayor brevedad posible los que existan.

Para el posicionamiento del sitio web en los motores de búsqueda como Google o Yahoo, se aplicarán técnicas SEM (Search Engine Marketing) que ayudarán al sitio web a llegar a los primeros puestos en el corto plazo en relación a la búsqueda de personas interesadas en la temática, además de técnicas SEO (Search Engine Optimization) para que la página llegue a ocupar los primeros puestos en las búsquedas de manera orgánica en el largo plazo. Estas dos técnicas serán complementarias la una de la otra para que el tráfico de personas tenga un crecimiento adecuado.

3. Social

La realización del proyecto ayudará a las empresas turísticas participantes a mejorar su marketing, que sus productos y servicios sean vistos por más personas, y que generen más ingresos. El hecho de que varias empresas turísticas se encuentren agrupados en un sitio web para la comercialización de sus productos motivará a la innovación de sus productos y servicios.

El impacto positivo que tendrá el proyecto es el desarrollo de la industria turística del cantón Santo Domingo de los Colorados.

Impacto

El proyecto tendrá gran impacto en la actividad turística del cantón ya que se moderniza la manera de ofertar productos y servicios turísticos, al mismo tiempo que se llega a nuevos grupos etarios con capacidad adquisitiva necesaria para comprar lo ofertado en el sitio web y en las redes sociales. Esto desemboca en más turistas para el cantón y el incremento de ingresos directos a los participantes del proyecto e ingresos indirectos a los demás miembros de la planta turística del cantón.

Además, el que Santo Domingo de los Colorados se vuelva más turístico trae varios beneficios para el cantón. Como la modernización y arreglo del ornato de la ciudad, más diversidad cultural, tolerancia, entre otros beneficios sociales.

Detrás del sitio web y las redes sociales, el proyecto tomará en consideración normas medioambientales amigables para el desarrollo de la actividad turística y así el impacto en la naturaleza del cantón sea positivo.

Recursos y Materiales

Tabla 3
Recursos y materiales

MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD
EQUIPOS	Cámara Fotográfica	1
EQUIPOS	Celular	1
EQUIPOS	Computadora	1
EQUIPOS	Teclado	1
EQUIPOS	Mouse	1
EQUIPOS	Impresora	1
SUMINISTROS	Resma de papel	1
TECNOLÓGICO	Dominio web	1
	Publicidad en plataformas digitales	DEPENDE DE LA CANTIDAD DE MESES PARA LOS QUE SE VA A APLICAR EL PROYECTO
DERECHOS DE GRADO	DERECHOS DE GRADO	1

Talento Humano

Descripción de las personas involucradas en el proceso.

- Estudiante: Luis Javier Revelo Paucar
- Director de trabajo de grado: Gabriela Loza
- Sondeo de opinión: Varios prestadores de servicios de turísticos

3.4. Presupuesto

Tabla 4
Presupuesto

MATERIAL	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPOS	Cámara fotográfica	1	\$190	\$190
EQUIPOS	Celular	1	\$300	\$300
EQUIPOS	Computadora	1	\$700	\$700
EQUIPOS	Teclado	1	\$10	\$10
EQUIPOS	Mouse	1	\$10	\$10
EQUIPOS	Impresora	1	\$300	\$300
SUMINISTROS	Resma de papel	1	\$4	\$4
TECNOLÓGICO	Dominio web	1	\$20	\$20
TECNOLÓGICO	Publicidad en plataformas digitales	DEPENDE DE LA CANTIDAD DE MESES PARA LOS QUE SE VA A APLICAR EL PROYECTO	\$20 (mensual)	\$100 (valor a cinco meses)
DERECHOS DE GRADO	DERECHOS DE GRADO	1	\$300	\$300
TOTAL			\$1.859	\$1.934

Fuente: Elaboración propia, 2021.

3.5. Desarrollo de la propuesta

a. Levantamiento de la información

1. Recopilación de información sobre las empresas prestadoras de la oferta turística de Santo Domingo de los Colorados.

Para la recopilación de la información se va a crear una ficha de levantamiento de establecimientos turísticos la cual va a ser llenada con la información recogida de cada empresa o emprendimiento turístico en el cantón por personas encargadas de visitarlas.

Las y los encargados de visitar los establecimientos turísticos deberán ser capacitados para evaluar aspectos técnicos y poder llenar la ficha de levantamiento de establecimientos turísticos lo más acorde posible.

El objetivo será recopilar información de al menos un 70% de establecimientos turísticos del cantón Santo Domingo de los Colorados.

Tabla 5

Ficha de levantamiento de establecimiento turísticos

Ficha de levantamiento de establecimientos turísticos	
Nombre del establecimiento	
Tipo de establecimiento	
Datos del contacto	
Email	
Teléfono celular	
WhatsApp	
Correo electrónico	
Facebook	
Instagram	
Página web:	

Dirección:	
Información operacional	
Modelo de negocio	
Número de trabajadores	
Fecha de inicio de operaciones	
Horario(s) de atención	
Regularidad de operaciones turísticas	
Productos y servicios	
Producto(s) o servicio(s) que brinda	
Valor(es) del (los) producto(s) o servicio(s)	
Especifique el o los productos y servicios turísticos que brinda	
Actividades económicas de la Empresa o Emprendimiento	
Áreas de gestión con las que cuenta la empresa o emprendimiento turístico	
Administración	
Promoción	
Ventas	
Operación	
Financiera	
Observaciones	
Registro fotográfico Referencial	

Fuente: Elaboración propia, 2021.

2. Elaboración de inventario de prestadores de servicios turísticos.

Una vez obtenida la información de al menos el 70% de establecimientos turísticos del Cantón Santo Domingo se procederá a crear una base de datos en Excel para tabular la información obtenida en las fichas de levantamiento de establecimientos turísticos. La información del inventario será migrada posteriormente al dominio web, una vez que este ya haya sido creado.

3. Levantamiento de información de atractivos turísticos.

Para el levantamiento de información de los atractivos turísticos se hará uso de la Ficha para el Levantamiento y Jerarquización de Atractivos Turísticos del Ministerio de Turismo de la República del Ecuador.

Los encargados de reunir la información de los miembros de la oferta turística serán los encargados del levantamiento de información de atractivos turísticos.

4. Elaboración del inventario de atractivos turísticos

La información de todos los atractivos turísticos deberá ser tabulada en un mismo documento Excel para posteriormente subirla al dominio web.

En el caso de que exista un inventario de atractivos turísticos actualizado con los atractivos del cantón, este paso ni el anterior serán necesarios.

b. Desarrollo del sitio web

1. Creación de dominios y usuarios en plataformas digitales.

Para este proceso se necesitarán dos procesos separados. El primero la creación y programación del dominio web que servirá como plataforma en el que la oferta y demanda interactuarán entre sí. El sitio web deberá ser programado de manera que permita la correcta interacción entre los miembros de la oferta y demanda, mismo que deberá garantizar los siguientes aspectos:

- Buscador de productos, servicios o miembros de la oferta turística.

Las personas podrán consultar sobre los productos, servicios, empresas o emprendimientos turísticos sobre los que deseen tener más información.

- Catálogo con productos o servicios y sus respectivas descripciones.

Este deberá poder ordenarse de acuerdo a criterios de búsqueda del potencial cliente: precio, tipo, características, valoración de los usuarios, vendedor y disponibilidad.

- Ficha de los productos y servicios.

Las fichas deberán contar con un título descriptivo para una búsqueda fácil, fotos ampliables, características del producto, coste final, gastos de envío, disponibilidad, tiempo previsto de

entrega, enlaces con información de garantía del producto, y un botón siempre visible para iniciar el proceso de compra.

- Cesta de compra

Este botón facilitará la compra directa de productos y servicios ofertados en el sitio web.

- Catálogo de empresas y emprendimientos turísticos.

Las personas podrán acceder a este apartado para poder ver y consultar sobre cada empresa o emprendimiento que integre el proyecto.

- Foro de preguntas frecuentes

Este será un espacio en donde las personas podrán preguntar sobre cualquier duda y consultar las respuestas a las preguntas que ya fueron respondidas con antelación.

c. Marketing digital en plataformas digitales

1. Planificación y creación de contenido para plataformas digitales.

La planificación de contenido se basará en la recopilación de información para las publicaciones. Para realizarla se tendrá en consideración eventos locales, feriados, fechas especiales para así poder crear contenido de acuerdo al contexto social y a las herramientas proporcionadas por cada red social.

El contenido será creado dos veces a la semana y este deberá ser suficiente para asegurar la continuidad de la interacción en la red social en caso de que un día no se lo pueda realizar. Entre el contenido a crear están videos de corta, mediana y larga duración, postales, fotos, infografías, y contenido en vivo. Las publicaciones serán pasando un día.

2. Planificación del cronograma de actividades semanales.

Una vez que se haya creado el contenido necesario se planificará las actividades semanalmente además de objetivos de actividades a mediano y largo plazo. La planificación semanal servirá de guía para el encargado del manejo de redes sociales. La planificación de actividades semanales incluirá:

- Frecuencia de publicaciones
- Eventos en vivo
- Entrevistas
- Concursos
- Demás contenido interactivo

3. Publicación semanal de información en plataformas digitales y en el sitio web

La persona encargada de medios digitales cumplirá los objetivos y actividades establecidos en el cronograma de actividades semanales.

Tabla 6
Plan de Ejecución

PLAN DE EJECUCIÓN					
OBJETIVO	Diseñar estrategias de promoción a través del diagnóstico del potencial turístico para la puesta en valor el cantón Santo Domingo de los Colorados.				
ESTRATEGIA	Creación de comunidad en línea para oferta de productos y servicios turísticos				
ACTIVIDADES	ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS	RECURSOS			INDICADOR
		H (humanos)	T (tecnológico)	M (monetario)	
PRIMERA FASE LEVANTAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	1. Recopilación de información sobre las empresas prestadoras de la oferta turística de Santo Domingo de los Colorados.	X	X	X	Fichas técnicas con información sobre la oferta turística
	2. Elaboración de inventario de prestadores de servicios turísticos	X	X	x	Inventario de miembros de la oferta turística de Santo Domingo de los Colorados
	3. Levantamiento de información de atractivos turísticos.	X	X	X	Fichas técnicas con información sobre los atractivos turísticos
	4. Elaboración del inventario de atractivos turísticos	X	X	X	Inventario de atractivos turísticos
SEGUNDA FASE DESARROLLO DEL SITIO WEB	1. Creación de dominios y usuarios en plataformas digitales.	X	X	X	Correo electrónico y perfiles en redes sociales
TERCERA FASE MARKETING DIGITAL EN PLATAFORMAS DIGITALES	1. Planificación y creación de contenido para plataformas digitales.	X	X	X	Contenido para plataformas digitales
	2. Planificación del cronograma de actividades semanales	X	X	X	Cronograma de actividades semanales
	3. Publicación semanal de información en plataformas digitales	X	X	X	Feed de redes sociales con contenido

Fuente: Elaboración propia, 2021.

3.6. Síntesis del capítulo

En este capítulo se lleva a cabo una descripción de la propuesta de Estrategias de Promoción Turística para el cantón Santo Domingo de los Colorados, se explica la macro y micro localización de en donde va a tomar lugar el proyecto y su análisis respectivo. De la propuesta se explica su viabilidad tanto económica, técnica y social, el impacto, recursos y materiales a utilizar, y el talento humano participante. El proyecto es detallado en cada aspecto técnico para su correcto desarrollo. Este se basa en el cumplimiento de actividades en tres grandes fases que a su vez contienen actividades específicas, las tres fases son el Levantamiento de la Información, Desarrollo del sitio web, y el Marketing digital en plataformas digitales.

CONCLUSIONES

La falta de promoción turística del cantón Santo Domingo en un mercado nacional ha provocado que la demanda turística proveniente de otros cantones y provincias de Ecuador, prefieran otros destinos turísticos.

La organización de un mercado digital que agrupe a miembros de la oferta turística, y dinamice el acceso a la información turística del cantón, de sus prestadores de servicios y vendedores de productos turísticos a los potenciales turistas facilita su interacción y es más probable el concretar la compra y venta.

La creación de una comunidad digital que gire en torno al turismo del cantón en el que participen e interactúen personas de diferentes ciudades genera interés por el cantón de Santo Domingo a nivel nacional desde un enfoque turístico.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda continuar con el desarrollo de marketing en un formato digital ya que, gracias al avance de la tecnología, y los cambios en las necesidades y hábitos de la sociedad resulta más efectivo y barato.

- Continuar con creación de una comunidad digital con actividades interactivas para que crezca el interés de las personas en la actividad turística desde su localidad gracias a las herramientas digitales.

VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS

Figura 9

Título del sondeo de opinión y primera pregunta.

Estrategias de Promoción Turística para el Cantón Santo Domingo de los Colorados, Santo Domingo de los Tsáchilas.

Banco de 5 preguntas direccionadas a conocer que tan interesados estarían los prestadores de servicios turísticos en la existencia de un plan estratégico para la Promoción Turística.

Correo *

Correo válido

Este formulario registra los correos. [Cambiar configuración](#)

De acuerdo con su criterio, ¿Qué nivel de importancia cree que tenga Santo Domingo de los Colorados como destino turístico a nivel nacional? *

- Muy importante
- Poco importante
- Nada importante

Fuente: Google Forms, (2021).

Figura 10

Segunda y Tercera pregunta del sondeo de opinión.

De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan organizados están los integrantes de la oferta turística de Santo Domingo de los Colorados para prestar servicios a turistas nacionales durante un feriado? *

Muy organizados

Poco organizados

Nada organizados

De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan probable es que las entidades públicas de Santo Domingo de los Colorados desarrollen un correcto plan estratégico para la promoción turística del cantón que incluya a gran parte de integrantes de la oferta? *

Muy probable

Poco probable

Nada probable

Fuente: Google Forms, (2021).

Figura 11

Cuarta y quinta pregunta del sondeo de opinión.

De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan necesario es desarrollar un plan estratégico de promoción turística en Santo Domingo de los Colorados? *

Muy necesario

Poco necesario

Nada necesario

De acuerdo con su criterio, ¿Qué tan interesado estaría de colaborar con otros miembros de la oferta turística del cantón en la implementación de un plan estratégico de promoción turística? *

Muy interesado

Poco interesado

Nada interesado

Fuente: Google Forms, (2021)

REFERENCIAS

- A pata limpia.* (s.f.). Recuperado el 15 de septiembre de 2021, de Facebook:
<https://www.facebook.com/apatalimpia/>
- Beltran, W. T. (2020). TITULO DEL PROYECTO DE INVESTIGACION. *ELABORACION DE UNA GUIA TURISTICA DE LOS PRINCIPALES ATRACTIVOS PARA LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS.* Obtenido de <https://repositorio.uteq.edu.ec/bitstream/43000/5963/1/T-UTEQ-0095.pdf>
- BLANCO, R. (2006). ESTUDIOS TURISTICOS. *EL TURISMO DE NATURALEZA EN ESPAÑA Y SU PLAN DE IMPULSO(169-170).* Obtenido de https://turismo.janium.net/janium/Objetos/REVISTAS_ESTUDIOS_TURISTICOS/97560.pdf
- CARDOSO, J. (MAYO de 2006). EL PERIPLO SUSTENTABLE. *TURISMO SOSTENIBLE: UNA REVISION CONCEPTUAL APLICADA(11).* MEXICO. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1934/193420679001.pdf>
- Castillo, M. (2014). LA PROMOCION TURISTICA A TRAVES DE TECNICAS TRADICIONALES Y NUEVAS. Obtenido de <file:///E:/KLEDYS%20PAUCAR%20-%20copia/SECAP%20ON%20LINE/Dialnet-LaPromocionTuristicaATravesDeTecnicasTradicionales-5276637.pdf>
- CASTRO, N. Y. (2014). TESIS DE GRADO. *ESTUDIO ANTROPOLIGO DE LAS TECNICAS CULINARIAS ANCESTRALES EN LA COMUNIDAD TSACHILA NARANJOS.* Obtenido de <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/10402/1/84T00380.pdf>
- CENSOS, I. N. (s.f.). RESULTADOS DEL CENSO 2010 DE POBLACION Y VIVIENDA EN EL ECUADOR. Recuperado el 10 de 08 de 2021, de <http://app.sni.gob.ec/sni->

link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/23_SANTO%20DOMINGO%20DE%20LOS%20TSACHILAS.pdf

Centro Cultural muchily Tsáchila - Santo Domingo de los Tsáchilas. (s.f.). Recuperado el 12 de septiembre de 2021, de Iwana Trip: <https://iwanatrip.com/es/Centro-Cultural-Mushily-Tsachila---Santo-Domingo-de-los-Tsachilas/1703>

Centro de turismo comunitario tsáchila tolón pelé. (s.f.). Recuperado el 18 de septiembre de 2021, de Grand Hotel Santo Domingo: <https://grandhotelsantodomingo.com/centro-de-turismo-comunitario-tsachila-tolon-pele/>

Centro Muchily, con más sitios para el visitante. (28 de junio de 2019). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/construir/mushily-santodomingo-turismo-construccion-intercultural.html>

Comuna Peripa. (s.f.). Recuperado el 12 de septiembre de 2021, de ViajandoX: <https://ec.viajandox.com/sto-domingo/comuna-peripa-A340>

EALDE. (22 de noviembre de 2017). *5 elementos básicos de un Ecommerce* . Obtenido de EALDE Business School: <https://www.ealde.es/elementos-basicos-ecommerce/>

El turismo comunitario y la cultura étnica fortalecen a Santo Domingo. (27 de agosto de 2017). *El Telegrafo*. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/septimo/1/el-turismo-comunitario-y-la-cultura-etnica-fortalecen-a-santo-domingo>

En la provincia tsáchila se puede hacer turismo ancestral y visitar los atractivos internos en cerros y ríos en el feriado. (28 de octubre de 2020). *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/turismo-provincia-tsachila-feriado-atractivos.html>

Espinosa, M. (24 de agosto de 2021). Augusto Calazacón es el custodio del saber cultural y medicina tsáchila. *El Comercio*. Obtenido de

<https://www.elcomercio.com/actualidad/agosto-calazacon-plantas-medicinales-tsachila.html>

Espinoza, M. (22 de septiembre de 2017). Shino pi Bolon ha seducido al turista. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/tendencias/sociedad/shinopibolon-turismo-santodomingo-tsachilas-intercultural.html>

Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física. (s.f.). *Santo Domingo de los Tsáchilas*. Recuperado el 8 de septiembre de 2021, de Ecuador - Guía virtual de Turismo Accesible: <https://turismoaccesible.ec/site/destination/region-costa/santo-domingo-de-los-tsachilas/>

GAD Municipal de Santo Domingo. (s.f.). *Historia*. Recuperado el 24 de agosto de 2021, de GAD Municipal de Santo Domingo: <https://web.archive.org/web/20150205021343/http://www.santodomingo.gob.ec/index.php/la-ciudad/historia>

Gastronomía de Santo Domingo de los Tsáchilas. (s.f.). Obtenido de Grand hotel Santo Domingo: <https://grandhotelsantodomingo.com/gastronomia-de-santo-domingo-de-los-tsachilas/>

Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquia Rural de Santa María del Toachi. (s.f.). *Rutas Turísticas*. Recuperado el 10 de septiembre de 2021, de Santa María del Toachi: <https://santamariadeltoachi.gob.ec/santodomingo/lugares-turisticos/>

Ignacio, A. (s.f.). INTRODUCCION AL TURISMO OMT Organización Mundial del Turismo. Recuperado el 14 de 08 de 2021, de https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/62796902/Introduccion_al_Turismo_OMT_primera_parte20200403-8256-4upj7n-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1629340277&Signature=GkqAdDS9JVlJfRN8YiVkhnjESx-

dlqlwG2OsKzHCJXSQMzEWBuU12IMs6YQdGAjlgpQn5wpJaO2WVvSdztzOYVn-
ub2SBS

Kotler, P. (2001). *Marketing Turístico* (5ta. edición ed.). España: Pearson. Obtenido de <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60334643/80-marketing-turistico-kotler20190819-29516-nr2gdw-with-cover-page->

[v2.pdf?Expires=1629504392&Signature=YakeMXztRsN5q1oS--](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/60334643/80-marketing-turistico-kotler20190819-29516-nr2gdw-with-cover-page-v2.pdf?Expires=1629504392&Signature=YakeMXztRsN5q1oS--)

4DRkWUTWukCmaYOgHxW6gWQF3h~NgSHyE4shnXk3dNF9iG~Q2IpWwqN-
ljHkIOt~uXVNg1n7EkE--hyxxdHChMx

La comuna Chigüilpe, en Santo Domingo, es una opción turística. . (10 de enero de 2020).

Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/tendencias/chiguilpe-rituales-turismo-santo-domingo.html>

Las comunidades tsáchilas le apuestan al turismo. (18 de febrero de 2014). *El Comercio*.

Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/comunidades-tsachilas-le-apuestan-al.html>

Metodología de la Investigación. (2009). *Capítulo 3 Metodología de la Investigación*.

Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/munoz_m_m/capitulo3.pdf

Ministerio de Turismo. (12 de agosto de 2021). *Santo Domingo, aventuras increíbles entre*

ríos y vegetación exótica. Obtenido de Ministerio de Turismo:

<https://www.turismo.gob.ec/santo-domingo-aventuras-increibles-entre-rios-y-vegetacion-exotica/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (08 de mayo de 2020). *Campañas de promoción,*

mecanismo clave para reactivar el turismo. . Obtenido de

<https://www.turismo.gob.ec/campanas-de-promocion-mecanismo-clave-para-reactivar-el-turismo/>

Ministerio de Turismo del Ecuador. (15 de octubre de 2020). *Ecuador presenta su campaña de promoción turística internacional: be well in Ecuador.* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/ecuador-presenta-su-campana-de-promocion-turistica-internacional-be-well-in-ecuador/>

Ministerio del Turismo. (24 de octubre de 2018). *Parapente y canyoning opciones para este feriado.* Obtenido de Ministerio del Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/parapente-y-canyoning-opciones-para-este-feriado/>

Ministerio del Turismo. (08 de abril de 2021). *Comunidades Tsáchilas muestran toda su riqueza.* Obtenido de Ministerio del Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/comunidades-tsachilas-muestran-toda-su-riqueza-cultural/>

Ministerio del Turismo del Ecuador. (2019). Plan Estratégico Institucional 2019 - 2021. Quito, Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-ESTRATEGICO-INSTITUCIONAL.pdf>

Morillo, M. (ENERO A JUNIO de 2011). TURISMO Y PRODUCTO TURISTICO, EVOLUCIÓN, CONCEPTOS, COMPONENTES Y CLASIFICACION. *VISION GENERAL*(1). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545890011.pdf>

Ojeda, D. (2016). *MARKETING TURISTICO* (2DA. EDICION ed.). España: PARANINFO. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=MHo3DAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=tesis+de+marketing+relacionado+al+turismo&ots=9b21pRMff9&sig=q3YaU5PsvNXIdeNAHVOiLYaFKJU#v=onepage&q&f=false>

Ortiz Lastra, S., & Zuñiga, J. (s.f.). Estrategias de Marketing Digital en la Promoción Turística de la Provincia de los Ríos. *Magazine de las Ciencias* , 5, 742 - 757.

Ortiz, E. P. (2010). PROPUESTA DE UN PLAN DE COMUNICACION INTEGRADA DE MARKETING PARA PROMOCIONAR LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA

CIUDAD DE SAN MIGUEL DE IBARRA. Obtenido de <http://dspace.udla.edu.ec/bitstream/33000/3539/1/UDLA-EC-TPU-2010-15%28S%29.pdf>

Pancorbo, J., Castillo, G., Rodríguez, Y., Vega, V., & Leyva, S. (2019). Retos y estrategias para el desarrollo del turismo de negocios en ciudades ecuatorianas. *Revista San Gregorio*(35). doi:<https://doi.org/10.36097/rsan.v1i35.1123>

PARRA, C. (2014). RETOS TURISTICOS. *ESTRATEGIAS DE MARKETING TURISTICO*, 2(1). Obtenido de <http://repositorio.ucam.edu/bitstream/handle/10952/3032/Parra%20y%20Beltran%20%282014%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pichama, B. (16 de agosto de 2019). Turismo de aventura, al máximo. *La Hora. Santo Domingo Ecuador*. (s.f.). Recuperado el 8 de septiembre de 2021, de Go Raymi: <https://www.goraymi.com/es-ec/santo-domingo-de-los-tsachilas/santo-domingo/ciudades/santo-domingo-ecuador-ab4cd369d>

Schnaars, S. P. (1994). *ESTRATEGIAS DE MARKETING*. ESPAÑA: DIAZ DE SANTOS S.A. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=XMhruAii5X0C&oi=fnd&pg=PR11&dq=estrategias+de+marketing+&ots=ScbhoP8RIE&sig=7PhPUhRznnTqBducF5xv3NpH6Hs#v=onepage&q=estrategias%20de%20marketing&f=false>

Sellán, J. C. (OCTUBRE de 2016). TRABAJO DE GRADUACION PARA OPTAR AL TITULO DE ARQUITECTO. *NUEVO TERMINAL TERRESTRE EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO DE LOS COLORADOS DE LA PRIVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSACHILAS*. Obtenido de file:///C:/Users/luisj/OneDrive/Escritorio/T-UCE-0001-0275%20(1).pdf

Shuyun tsachila turismo comunitario. (s.f.). Recuperado el 10 de septiembre de 2021, de Go Raymi: <https://www.goraymi.com/es-ec/santo-domingo-de-los-tsachilas/santo-domingo/gestores-comunitarios/shuyun-tsachila-turismo-comunitario-a1a430251>

Shuyun tsáchila turismo comunitario. (s.f.). Recuperado el 1 de septiembre de 2021, de Go Raymi: <https://www.goraymi.com/es-ec/santo-domingo-de-los-tsachilas/santo-domingo/gestores-comunitarios/shuyun-tsachila-turismo-comunitario-a1a430251>

The best read bike trails in Santo Domingo de los tsáchilas (Ecuador). (s.f.). Recuperado el 15 de septiembre de 2021, de Wikiloc: <https://www.wikiloc.com/trails/cycling/ecuador/santo-domingo-de-los-tsachilas>

The Old Bike 593. (s.f.). Recuperado el 14 de septiembre de 2021, de Facebook: <https://www.facebook.com/theoldbike593/>

Torres, R., Morocho, J., Alao, O., & Fletcher, K. (Noviembre de 2011). Potencialidades turísticas de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas a partir de la valoración de su patrimonio turístico. *Revista de Investigación Científica UTE*.

TOSELLI, C. (2004). LA GUIA PROFESIONAL TURISTICA EN INTERNET. *ALGUNAS TENDENCIAS DEL TURISMO CULTURAL EN LA ARGENTINA*. ARGENTINA. Obtenido de http://imae.usal.edu.ar/archivos/imae/otros/a_ocio-08.pdf

TURISMO, M. D. (11 de 02 de 2014). REGLAMENTO DE OPERACION TURISTICA DE AVENTURA. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-OPERACION-TURISTICA-DE-AVENTURA.pdf>

Velasco, B. (29 de diciembre de 2020). El turismo rural, una opción para despedir el año viejo en Santo Domingo de los Tsáchilas. *El Comercio*. Obtenido de <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/turismo-rural-feriado-santo-domingo.html>

VELEZ, F. R. (12 de 1999). ECUADOR DEBATE. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/5722/1/RFLACSO-ED48-07-Ventura.pdf>

APÉNDICES

Tabla 7

Esquema utilizado para el problema

CAUSAS	DEFINICION DEL PROBLEMA	CONSECUENCIAS
<ul style="list-style-type: none"> • Escasez de oferta turística • Carencia de demanda turística • Poco interés en la potencialización y promoción turística turística del cantón • Ausencia de señalética en atractivos turísticos 	<p>Inexistencia de estrategias de promoción turística en el cantón Santo Domingo de los Colorados</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ingresos mínimos para la oferta turística • Desconocimiento de los servicios y atractivos turísticos del cantón • Inexistencia de alternativas turísticas y generación de nuevas rutas en el cantón • Los turistas no llegan a los atractivos turísticos del cantón.
INDICADORES		
<ul style="list-style-type: none"> • Inexistencia de estrategias de promoción turística en el cantón • Bajo porcentajes de turistas locales y nacional en atractivos turísticos del cantón • Mínimo nivel de desarrollo del sistema turístico (oferta – demanda) dentro del cantón Santo Domingo. 		

Fuente: Elaboración propia, 2021.

ANEXOS

Tabla 8

Análisis FODA – Santo Domingo de los Colorados

Análisis FODA – Santo Domingo de los Colorados	
<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Peso turístico de provincias aledañas. (Pichincha, Manabí, Esmeraldas) ● Coronavirus. ● Fenómeno del niño. 	<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Punto de conexión entre la costa y sierra ecuatoriana. ● Gran variedad de lugares de naturaleza. ● Gran diversidad cultural.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Poco desarrollo de la industria turística. ● Nula diversificación de actividades turísticas. ● Percepción de la ciudad como de paso. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Alto número de emprendimientos y empresas turísticas nuevas en Santo Domingo. ● Creación de actividades turísticas de aventura y naturaleza.

Fuente. Elaboración propia, 2021.