

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**



**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**

**MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO**

**TEM A:**

**“LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN EL DESARROLLO DE LA  
COMUNA DE CHIGÜILPE DE LA ETNIA TSA´CHILA DE LA  
PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSA´CHILAS EN EL AÑO  
2010”**

**Trabajo de Investigación**

Previa a la obtención del grado académico de magíster en:

**GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO**

**A utor:** Lic. Johnny Patricio Bayas Escudero

**Director:** Dr. M Sc. Fabián Camacho Arteaga

Ambato - Ecuador

2011

Al Consejo de Posgrado de la UTA

El tribunal receptor de la defensa del trabajo de investigación con el tema. “*Los atractivos turísticos en el desarrollo de la comuna de Chigüilpe de la etnia Tsa 'chila de la provincia de Santo Domingo de los Tsa 'chilas en el año 2010*”, presentado por: *Johnny Patricio Bayas Escudero* y conformada por: *Lic. M Sc. Noemí Gaviño Ortiz, Ing. M Sc. Diego Melo Fiallos, Dr. M Sc. Marcelo Núñez Espinoza*, Miembros del Tribunal, *Dr. M Sc. Fabián Camacho Arteaga* Director del trabajo de investigación y *presidido por Dr. José Romero*, Presidente del tribunal; *Ing. Juan Garcés Chávez* Director del CEPOS – UTA, una vez escuchada la defensa oral el Tribunal aprueba y remite el trabajo de investigación para uso y custodia en la biblioteca de la UTA.

-----  
Dr. José Romero  
Presidente del Tribunal de Defensa

-----  
Ing. Mg. Juan Garcés Chávez  
DIRECTOR CEPOS

-----  
Dr. M Sc. Fabián Camacho Arteaga  
Director del Trabajo de Investigación

-----  
Lic. M Sc. Noemí Gaviño Ortiz  
Miembro del Tribunal

-----  
Ing. M Sc. Diego Melo Fiallos  
Miembro del Tribunal

-----  
Dr. M Sc. Marcelo Núñez Espinoza  
Miembro del Tribunal

## AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el trabajo de investigación con el tema “*Los atractivos turísticos en el desarrollo de la comuna de Chigüilpe de la etnia Tsa’chila de la provincia de Santo Domingo de los Tsa’chilas en el año 2010*”, nos corresponde exclusivamente al Lic. Johnny Patricio Bayas Escudero Autor y del Dr. M Sc. Fabián Camacho Arteaga, Director del trabajo de investigación; y el patrimonio intelectual del mismo a la Universidad Técnica de Ambato.

---

Lic. Johnny Patricio Bayas Escudero  
Autor

Dr. M Sc. Fabián Camacho Arteaga  
Director de Tesis

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este trabajo de investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos de mi trabajo de investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad.

-----  
Lic .Johnny Patricio Bayas Escudero

## **DEDICATORIA**

Me gustaría dedicar este trabajo a Dios y a toda mi familia.

A Dios que me diste la oportunidad de vivir y me regalaste una familia maravillosa.

A mi madre por su comprensión y ayuda en momentos malos y menos malos. Me ha enseñado a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio.

A mi padre, hoy con Dios, que mientras estuvo junto a mi me dio todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño.

A mi mujer María José, a ella especialmente le dedico este trabajo. Por su paciencia, por su comprensión, por su empeño, por su fuerza, por su amor, por ser tal y como es,... porque la amo. Realmente ella me llena por dentro para conseguir un equilibrio que me permita dar el máximo de mí.

A mi hija, Domenika, por su amor, alegría, inocencia y sus garabatos que me llenan de emoción, te amo chiquita.

A mi hijo, Gabriel, que aún siendo tan pequeñito me ha ayudado sin saberlo; nunca pensé que de tan pequeño cuerpecito emanara tanta fuerza y entusiasmo para sacarme adelante, te amo hijo mío.

A todos ellos, muchas gracias de todo corazón.

## **AGRADECIMIENTO**

Al Dr. M Sc. Fabián Camacho Arteaga por su valiosa y acertada dirección, en el proceso de estructurar este trabajo de investigación.

A la Universidad Técnica de Ambato y todas las autoridades, profesores que supieron enseñarme y guiarme en esta investigación.

A todas aquellas personas que con ideas y consejos se convirtieron en aporte para el desarrollo de este trabajo.

## ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>V</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>VI</b>
<b>ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS</b> .....	<b>V II</b>
<b>RESUM EN EJECUTIVO</b> .....	<b>XV</b>
<b>EXECUTIVE SUMMARY</b> .....	<b>XVII</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>XIX</b>
<b>CAPITULO I</b> .....	<b>21</b>
<b>EL PROBLEMA</b> .....	<b>21</b>
1.1 TEMA .....	21
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....	21
1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO .....	25
1.2.3 PROGNOSIS .....	27
1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	28
1.2.5 PREGUNTAS DIRECTRICES .....	28
1.2.6 DELIMITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO .....	28
1.3 JUSTIFICACIÓN .....	29
1.4 OBJETIVOS .....	30
<b>CAPÍTULO II</b> .....	<b>31</b>
<b>MARCO TEÓRICO</b> .....	<b>31</b>
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS .....	31
2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	32
2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	33
2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES .....	36
2.4.1 SISTEMA TURÍSTICO .....	36
2.4.1.1 ELEMENTOS DEL SISTEMA .....	37
2.4.2 MARKETING TURÍSTICO .....	39
2.4.3 PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO .....	39
2.4.4 INVENTARIO DE ATRACTIVOS .....	40
2.4.5 ATRACTIVO TURÍSTICO .....	40
2.4.5.1 CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	41
2.4.6 GENERALIDADES DEL TURISMO .....	41
2.4.7 PLANIFICACIÓN TURÍSTICA .....	44
2.4.8 DESARROLLO TURÍSTICO DEL ECUADOR .....	46
2.4.9 DESARROLLO TURÍSTICO DE SANTO DOMINGO DE LOS TSA CHILAS .....	49
2.4.10 DESARROLLO DE CHIGÜILPE.....	51
2.5 HIPÓTESIS .....	52
2.6 VARIABLES DE HIPÓTESIS .....	52

<b>CAPÍTULO III .....</b>	<b>53</b>
<b>METODOLOGÍA .....</b>	<b>53</b>
3.1 ENFOQUE.....	53
3.2 MODALIDAD BÁSICA DE INVESTIGACIÓN .....	53
3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN .....	54
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN .....	54
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES .....	56
3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	58
3.6.1 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN .....	58
3.6.2 INSTRUMENTOS.....	58
3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN .....	59
<b>CAPITULO IV .....</b>	<b>60</b>
<b>ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....</b>	<b>60</b>
4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS .....	.....
4.1.1 ENCUESTA APLICADA A TURISTAS NACIONALES, EXTRANJEROS Y AGENCIAS DE VIAJES .....	60
4.1.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA .....	81
4.1.2.1 INVENTARIO TURÍSTICO DE LA COMUNA DE CHIGÜILPE .....	81
4.1.3 SERVICIOS TURÍSTICOS EXISTENTES EN CHIGÜILPE.....	81
4.1.4 PLANTA TURÍSTICA DE SANTO DOMINGO .....	83
4.1.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	85
4.2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL .....	86
4.2.1 UBICACIÓN .....	86
4.2.2 ORIGEN .....	86
4.2.3 ORGANIZACIÓN SOCIO POLÍTICA .....	87
4.2.4 ECONOMÍA.....	88
4.2.5 INFRAESTRUCTURA BÁSICA.....	89
4.2.6 LA CULTURA TSA'CHILA .....	91
4.2.7 INVENTARIO DE LA DIVERSIDAD FLORÍSTICA.....	97
4.2.8 INVENTARIO DE LA DIVERSIDAD FAUNÍSTICA .....	101
4.3 VARIANTES DE TURISMO PARA CHIGÜILPE .....	101
4.3.1 AGROTURISMO .....	101
4.3.2 TURISMO COMUNITARIO .....	103
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS .....	104
<b>CAPITULO V .....</b>	<b>106</b>
<b>CONCLUSIONES Y RECOM ENDACIONES.....</b>	<b>106</b>
5.1 CONCLUSIONES .....	106
5.2 RECOMENDACIONES.....	107
<b>CAPITULO VI .....</b>	<b>108</b>



<b>LA PROPUESTA .....</b>	<b>108</b>
6.1 DATOS INFORMATIVOS .....	108
6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA .....	108
6.3 JUSTIFICACIÓN .....	109
6.4 OBJETIVOS .....	109
6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD .....	110
6.6 FUNDAMENTACIÓN .....	110
6.7 MODELO OPERATIVO .....	110
6.7.1 CONCEPTO DE LOS PAQUETES .....	110
6.7.2 ATRIBUTOS .....	111
6.7.3 DISEÑO DE LOS PRODUCTOS .....	112
6.7.4 POSICIONAMIENTO .....	121
6.7.5 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN .....	122
6.8 ADMINISTRACIÓN .....	130
6.8.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA .....	130
6.8.2 PERFIL DE PERSONAL .....	130
6.8.3 PROCEDIMIENTO PARA EL INGRESO DE VISITANTES A LA COMUNA.	
134 6.8.4 CÓDIGO DE ÉTICA PARA EL PERSONAL Y NORMAS DE VISITA	
PARA	
VISITANTES .....	134
6.9 PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA PROPUESTA .....	136
MATERIALES DE REFERENCIA .....	137
1. BIBLIOGRAFÍA .....	137
2. ANEXOS .....	140
2.1 anexo Mapa de ubicación de Chigüilpe .....	141
2.3 Anexo. Encuesta a las Agencias de Viajes de Santo Domingo .....	144
2.4 Anexo. Encuesta a turistas nacionales .....	148
2.5 Anexo. Encuesta a turistas extranjeros .....	151
2.6 Anexo fotográfico .....	154

## ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 01: Proyección del Universo de Turistas Extranjeros .....	58
Cuadro N° 02: Proyección del Universo de Turistas Nacionales.....	58
Cuadro N° 03: Resumen de establecimientos de Alojamiento del cantón Santo Domingo .....	83
Cuadro N° 04: Resumen de establecimientos de Alimentación del Cantón Santo Domingo .....	84
Cuadro N° 05: Análisis de las comunidades consideradas competencia para Chigiülpe ..	85
Cuadro N° 06: Diversidad de especies de flora de la zona .....	97
Cuadro N° 07: Fauna representativa de la zona .....	101
Cuadro N° 08: Cronograma del paquete TSACHI – TO - JELEN .....	112
Cuadro N° 09: Actores que intervienen en el paquete “TSACHI – TO - JELEN” .....	113
Cuadro N° 10: Cronograma del paquete TUA – TO - SON .....	115
Cuadro N° 11: Actores que intervienen en el paquete “TUA TO SON” .....	116
Cuadro N° 12: Cronograma del paquete PIPOWA .....	118
Cuadro N° 13: Actores que intervienen en la ruta “PIPOWA”.....	119
Cuadro N° 14: Lista de agencias de viajes de Santo Domingo, Quito, Guayaquil .....	128
Cuadro N° 15: Ferias Nacionales e Internacionales .....	129

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1: Panel tipo forja .....	123
Figura N° 2: Marquesina de madera con tejado de dos aguas .....	124
Figura N° 03: Marca turística Chigüilpe .....	126
Figura N° 04: Propuesta del esquema administrativo de la comuna .....	130

## ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafico N° 01: Demanda turística para Chigüilpe según agencias de viajes .....	60
Grafico N° 02: Origen de turistas extranjeros según agencias de viajes .....	61
Grafico N° 03: Origen de la demanda extranjera a Chigüilpe .....	61
Grafico N° 04: Temporalidad de la demanda según agencias de viajes.....	62
Grafico N° 05: Edad de los turistas según agencias de viajes .....	63
Grafico N° 06: Edad de turistas extranjeros según encuesta.....	63
Grafico N° 07: Edad de turistas nacionales según encuesta.....	63
Grafico N° 08: Genero de los turistas extranjeros según encuesta.....	64
Grafico N° 09: Genero de los turistas nacionales según encuesta .....	64
Grafico N° 10: Nivel de educación de turistas extranjeros según encuesta .....	65
Grafico N° 11: Nivel de educación de turista nacional según encuesta .....	65
Grafico N° 12: Estado laboral de los turistas extranjeros según encuesta.....	66
Grafico N° 13: Estado laboral de los turistas nacionales según encuesta .....	66
Grafico N° 14: Atractivos que más se incluyen según agencias de viajes .....	67
Grafico N° 15: Motivación de los turistas según agencias de viajes.....	68
Grafico N° 16: Motivación de los turistas extranjeros según encuesta .....	68
Grafico: N° 17: Motivación de los turistas nacionales según encuesta.....	68
Grafico N° 18: Tiempo de estancia de turistas extranjeros según encuesta .....	69
Grafico N° 19: Tiempo de estancia de turistas nacionales según encuesta .....	69

Grafico N° 20: Con quien viajan los turistas según agencias de viajes.....	70
Grafico N° 21: Con quien viajan los turistas extranjeros según encuesta .....	70
Grafico N° 22: Con quien viaja el turista nacional según encuesta .....	71
Grafico N° 23: Numero de personas por grupo según agencias de viajes.....	71
Grafico N° 24: Numero de personas por grupo de extranjeros según encuesta .....	72
Grafico N° 25: Numero de personas por grupo de extranjero según encuesta.....	72
Grafico N° 26: Medios de información utilizada por turistas extranjeros según encuesta	73
Grafico N° 27: Medios de información utilizada por turistas nacionales según encuesta.	73
Grafico N° 28: Que les gusto más a los turistas extranjeros según encuesta .....	74
Grafico N° 29: Que les gusto más a los turistas nacionales según encuesta .....	74
Grafico N° 30: Que no les gusto a los turistas extranjeros según encuesta.....	75
Grafico N° 31: Que no les gusto a los turistas nacionales según encuesta.....	75
Grafico N° 32: Dificultades para la operación turística según agencias de viajes .....	76
Grafico N° 33: Cuanto gasto el turista extranjero según encuesta .....	77
Grafico N° 34: Cuanto gasto el turista nacional según encuesta.....	77
Grafico N° 35: Que actividades adicionales le gustaría al turista extranjero según encuesta .....	78
Grafico N° 36: Que actividades adicionales le gustaría al turista nacional según encuesta .....	78
Grafico N° 37: Volvería a visitar la comuna el turista extranjero según encuesta .....	79
Grafico N° 38: Volvería a visitar la comuna el turista nacional según encuesta.....	79
Grafico N° 39: Es necesario crear nuevos productos según agencias .....	80

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**  
**CENTRO DE ESTUDIOS DE POSTGRADO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**  
**MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO**

**TEMA:** “Los atractivos turísticos en el desarrollo de la comuna de Chigüilpe de la etnia Tsa’chila de la provincia de Santo Domingo de los Tsa’chilas en el año 2010”

**Autor:** Lic. Johnny Patricio Bayas Escudero **Director:** Dr. M Sc. Fabián Camacho Arteaga

**RESUM EN EJECUTIVO**

En los últimos años uno de los puntales para el desarrollo turístico del Ecuador es el PLANDETUR 2020; en el cual se ha dado mucha relevancia a la identificación de productos a partir de rutas, destinos y programas elaborados por las empresas turísticas del país, esto dio como resultado un portafolio de productos en el que se definen la línea de productos y variedad de productos específicos, en los que se resalta el turismo cultural.

En la elaboración de productos turísticos es imprescindible que estos reúnan como requisitos tres atributos fundamentales que son: atractivo, facilidades y accesibilidad, por lo tanto en función de estos parámetros los productos elaborados en la comuna de Chigüilpe poseen atractivos definidos, se ha estructurado facilidades que le permiten a los turistas sean nacionales o extranjeros vivenciar la cultura ancestral Tsa’chila; mientras que a la Comuna le permite integrarse en una actividad comercial con la cual accederán a mejorar sus ingresos económicos y por ende su calidad de vida.

La estructuración del producto se dio con la colaboración de los cabildos de la comuna, al grupo del museo Tsa’chila y al igual que del grupo de mujeres

que conforman el centro comunitario Tolon – Pelé, con quienes se organizó los diferentes elementos que poseerá este producto comunitario cultural, en base a los resultados de las encuestas; también se esquematizó la estructura organizacional para la operación turística, finalmente se definió la marca identificativa de la comuna.

**TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO  
GRADUATE CENTER  
FACULTY OF HUMANITIES AND EDUCATION  
MASTER OF MANAGEMENT PROJECT FOR ECOTOURISM**

**THEME:** "The tourist attractions in the development commune Chigüilpe of the ethnicity Tsa'chila in the province of Santo Domingo de los Tsa'chila in 2010"

**Author:** Lic. Johnny Patricio Bayas Escudero **Director:** Dr. M Sc. Fabian Camacho  
Arteaga

**EXECUTIVE SUMMARY**

In recent years, one of the most important props for the tourism development of Ecuador is the PLANDETUR 2020, in which it has much relevance to the identification of products from routes, destinations and programs developed by the tourism enterprises in the country and as result we have a product portfolio that defines the product line and range of specific products, which highlights the cultural tourism.

In the development of tourism products is essential that they meet three requirements as key attributes that are attractiveness, facilities and accessibility, therefore in function of these parameters, the products made in the Commune of Chigüilpe have definite appeal, structured facilities that allow the domestic or foreign tourists to experience the ancient culture of Tsa'chila, while the Commune is allowed to integrate into business in which they can improve their income and therefore their quality of life.

The structuring of the product was made with the collaboration of the councils of the commune, the group Tsa'chila museum and the group of women who make up the community center Tolon-Pele as well, with those who organized the different elements that possess this product cultural community, based on the



results of the surveys; it was also diagrammed the organizational structure for the tourist operation, ultimately defined as the identified brand of the commune.

## INTRODUCCIÓN

Este trabajo de investigación denominado: **“LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS EN EL DESARROLLO DE LA COMUNA DE CHIGÜILPE DE LA ETNIA TSA´CHILA DE LA PROVINCIA DE SANTO DOMINGO DE LOS TSA´CHILAS EN EL AÑO 2010”**.

Busca generar una fuente estructurada de ingresos para la comuna, a través de la operación turística de paquetes basados en sus características culturales intrínsecas, generando fuentes de empleo dentro de su propia comuna, lo que a su vez les permitirá mejorar su calidad de vida, mientras preservan su cultura ancestral e inculcan dichos valores en sus hijos.

El presente trabajo se fundamenta en la elaboración de productos turísticos estructurado como propuesta de la presente investigación cuyo contenido está estructurado en seis capítulos distribuidos de la siguiente manera:

En Capítulo I, se encuentra el problema con el respectivo planteamiento, además se realizó la contextualización, análisis crítico, la prognosis, la formulación del problema científico, la delimitación del problema, la justificación y el planteamiento de los objetivos.

En el Capítulo II, está constituido por el Marco Teórico, con la investigación previa, la fundamentación filosófica, legal, las categorías fundamentales, la hipótesis y el señalamiento de variables.

En el Capítulo III, está integrado por la metodología con la modalidad de investigación, nivel de investigación. Población y muestra y operacionalización de variables.

En el Capítulo IV, está conformado por el análisis e interpretación de resultados y verificación de hipótesis.

En el Capítulo V, se encuentran las conclusiones y recomendaciones.

En el Capítulo VI, se encuentra la propuesta detallada con los antecedentes, justificación, objetivos, análisis de factibilidad y fundamentación, se encuentra la Administración de la Propuesta con su estructura administrativa y el plan de monitoreo y evaluación de la propuesta.

## **CAPITULO I EL PROBLEMA**

### **1.1 TEMA**

Los atractivos turísticos en el desarrollo de la comuna de Chigüilpe de la etnia Tsa'chila de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

### **1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.2.1 CONTEXTUALIZACIÓN**

El turismo en el Ecuador se manifiesta como una necesidad inherente a la vida moderna, y por lo tanto se convierte en un instrumento eficaz para su desarrollo socio - económico y cultural, es también un mecanismo de promoción social que agiliza los procesos de modernización y facilita el intercambio de culturas ejerciendo una función primordial para reducir las diferencias entre los pueblos, conciliando sus formas de vivir.

Según Garcés (1987) el desarrollo turístico en el Ecuador se inicia en el año 1.969, con el estudio realizado por la consultora Arthur D'littel; para introducir en la comercialización turística a nivel mundial a las Islas Galápagos.

En las décadas del 70' y 80' se elaboran una serie de planes como:

Plan Inmediato de Turismo 1971 – 1973 a cargo de CETURIS (Corporación Ecuatoriana de Turismo), que luego se convertiría en DITURIS (Dirección De Turismo).

El Plan de Fomento Turístico 1.973 - 1.977 DITURIS

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico 1.980 - 1.984 (DITURIS)

El Plan Maestro de Desarrollo Turístico del Ecuador 1.983-1.987  
(DITURIS)

El Plan Nacional de Desarrollo Turístico 1.985 - 1.988 (DITURIS)

EL Plan Maestro de Turismo 1.989 - 1.992 (CETUR).

Cada uno de estos planes mantenían la tendencia de búsqueda de un mayor desarrollo turístico visualizado en el incremento de visitantes, pautando en programas de mejoras en infraestructura y promoción; pero a su vez los diagnósticos que eran parte de estos estudios seguían arrojando los mismos resultados: incipiente demanda, reducida infraestructura, falta de productos innovadores, bajos niveles de inversión pública y privada; con un agravante, que en mucho de los casos, eran los mismos consultores quienes realizaban dichos estudios.

Para 1999 el estado ecuatoriano y su recién creado Ministerio de Turismo con la asistencia de la Organización Mundial de Turismo (OMT) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), desarrollaron el Plan Nacional de Competitividad Turística 1999 – 2004 con el fin de promover el fomento y desarrollo del turismo en el Ecuador, este ya no fue un esquema de plan programa y proyecto, sino que se busco *“lograr que el producto turístico cuente con la mayor calidad en la prestación, los mejores precios y una diferenciación consistente respecto de los productos de la competencia, dentro de un marco de sostenibilidad turística y ambiental”*. (PLAN NACIONAL DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA 1999: 6)

Para el año 2006 se presentó el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2006-2020 (PLANDETUR 2020) Este es producto de un propuesta liderada por el Ministerio de Turismo (MINTUR) y ejecutada por la empresa TOURISM & LEISURE ADVISORY SERVICES (T&L) con el apoyo del Gobierno Español a través del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que tiene como objetivo identificar y desarrollar las áreas de mayor competitividad,

maximizar el impacto económico positivo del turismo pero con un enfoque hacia el desarrollo sostenible.

Así en estos dos últimos planes se da mayor énfasis tanto a la calidad en el servicio, tomando como referente a la competitividad, como a las características preponderantes que debe tener un atractivo, orientándolo hacia la sostenibilidad; se le ha dado también una especial atención al hecho de que para el armado y desarrollo de los productos se necesitaba conocerlos sitios, productos, servicios e infraestructura básica, es decir conocer los atractivos en su conjunto, con los cuales se podrías elaborar las redes de productos turísticos.

De allí que uno de los elementos relevantes dentro del desarrollo de la planificación turística es la estructura del espacio turístico; según Roberto Boullón (1985) es *"la consecuencia de la presencia y distribución de los atractivos turísticos que son la materia prima del turismo"*; es por ende la base para organizar turísticamente a un sector, esto inicialmente permite la elaboración de adecuadas políticas promocionales. Esto valida lo dicho por Cárdenas (1995) *Los atractivos turísticos, que son los elementos básicos del producto turístico no valen nada sobre el mercado si no son conocidos, pues eso significa que no se les ha dado ningún valor.*

En el Ecuador la estructuración del espacio Turístico empezó a partir de 1977 con el estudio "Estrategia de Desarrollo Turístico del Ecuador" realizado por la OEA; esta se mantuvo hasta 1993 con ligeras variaciones tanto en número de atractivos como la subdivisión; en ese año se modifica totalmente la estructuración con una definición propia de país en cuanto a sus característica físicas y geográficas; para 1999 con la elaboración del Plan de Competitividad; se crea una nueva estructura, en base a clúster, esta se mantuvo vigente hasta el 2003, cuando es modificada por el Plan Integral de marketing, con su campaña de los cuatro mundos del Ecuador.

Con el PLANDETUR 2020 se propone una nueva estructuración en base a destinos turísticos regionales, *unidades territoriales de mayor amplitud basadas*

*principalmente en la coherencia funcional de los elementos que facilitan el desarrollo de los productos turísticos, existencia de atractivos, accesibilidad desde el exterior o desde los centros turísticos y conectividad interna.* Esto se complementará con unidades de espacio turístico: 9 destinos turísticos regionales; 59 nodos de conectividad y 35 corredores viales (terrestres, aéreos y acuáticos), priorizados según su grado de importancia y opciones de conectividad en el ámbito regional.

Con el plan de competitividad y el PLANDETUR 2020 se busca generar una oferta turística que sea sostenible y competitiva; dando mayor relevancia tanto a la capacitación del recursos humanos, y la valorización de los recursos naturales y culturales, junto con la renovación y mejoras en la implementación de los componentes de infraestructuras, equipamientos, facilidades y servicios, para el turismo nacional e internacional.

De allí la importancia de identificar técnicamente los diferentes atractivos sean estos naturales o culturales; para desarrollar una variada oferta de productos acordes a la demanda y que a su vez promuevan su desarrollo sostenible.

La valorización y conservación del patrimonio turístico nacional, cultural y natural, sustentado en un desarrollo equilibrado del territorio, es una de las tendencias del turismo mundial. Ecuador es uno de los países que mayor oferta potencial ofrece debido a la gran diversidad de espacios naturales y a su biodiversidad, cada vez es más el interés que despierta en los jóvenes los aspectos medioambientales, factor que hace que la demanda de este tipo de turismo esté aumentando considerablemente y es previsible que haya más en los próximos años.

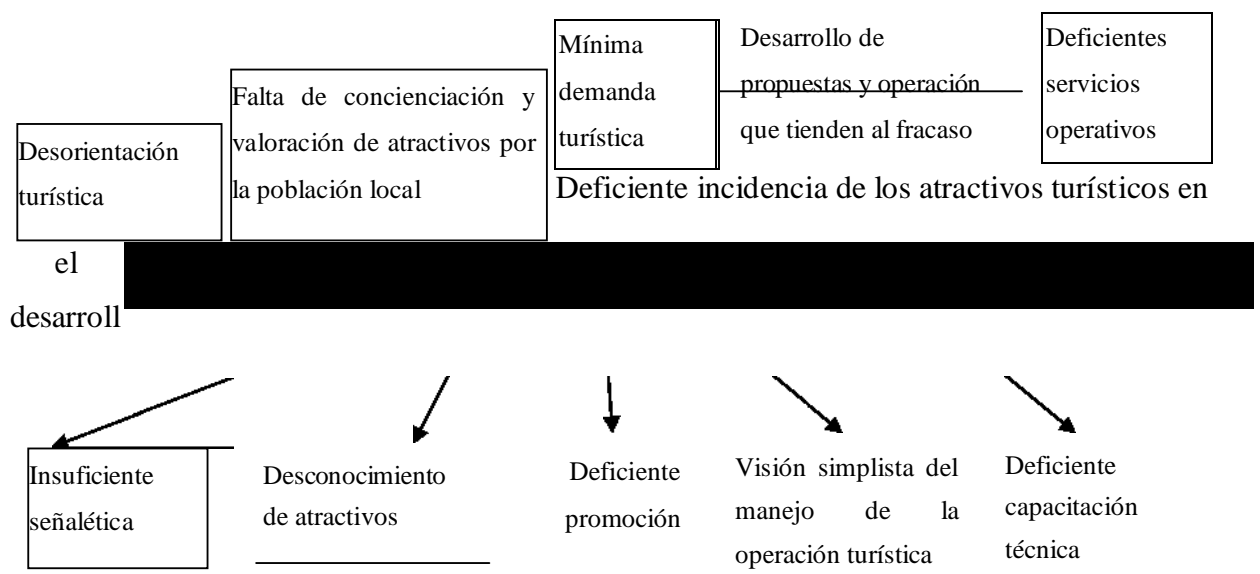
Con esta tendencia se han ido desarrollando variantes orientadas hacia las poblaciones autóctonas inmersas o que se encuentran alrededor de dichos atractivos así aparece el turismo rural el cual es un fenómeno que se ha desarrollado intensamente en los últimos años, convirtiéndose en uno de los

principales generadores de ingresos para los pobladores repercutiendo en la creación de empleo, tanto directo como indirecto.

Cada vez son más los turistas que visitan comunas con la finalidad de conocer la idiosincrasia de sus pueblos, es decir, el medio natural en el que se desenvuelven; la naturaleza, la arquitectura tradicional, gastronomía típica, las tradiciones, el folklore, costumbres populares, el medio físico y las formas de vida tradicionales.

La comuna de Chigüilpe es la más emblemática de las comunas Tsa'chilas además de ser la pionera en la difusión turística de su cultura, dentro de sus atractivos resaltan la reserva ecológica Uni – Shu, el museo cultural Tsa'chila; además de otros sitios ceremoniales y naturales; que no son aprovechados adecuadamente, ya que al no existir una información detallada técnicamente, no se puede aprovechar todo su potencial y principalmente no se puede realizar una planificación orientada a la conformación de una oferta acorde a los requerimientos actuales del mercado. El Arq. David Parra en el Plan estratégico de Desarrollo turístico de Santo Domingo indica: “Las tendencias del mercado apuntan a la conformación de un destino que privilegie la oferta de productos de aventura y deportes, además de la valorización del patrimonio tradicional” (PARRA 2003:10)

### 1.2.2 ANÁLISIS CRÍTICO





o de la comuna de Chigüilpe

En la mayoría de la serie de los planes de desarrollo turístico que se han elaborado desde la época de DITURIS, CETUR Y MINTUR se puede ver que la finalidad es definir los lineamientos indispensables para lograr un desarrollo turístico progresivo y latente en todo el país, para esto se buscaba identificar y superar los principales obstáculos que provocaban el deficiente desarrollo turístico y lograr su despegue, generando una definición turística del Ecuador en forma integral, a través de una coordinación en los esfuerzos de los sectores público y privados así como la conservación de los atractivos turísticos.

El desarrollo turístico en el Ecuador ha sido incipiente y por tanto sus efectos sobre la economía han sido casi marginales los últimos años, ya que se encuentra estancado debido a una serie de problemas ocasionados por la falta de coordinación de los sectores público y privado, una planta turística con deficiencias, los inadecuados mecanismos de financiamiento para la inversión privada, un deficiente inventario de atractivos turísticos y una concentración de la demanda turística hacia sitios definidos, sea Galápagos, Quito, Amazonia; todo esto ha dado como consecuencia una excesiva concentración del ingreso en determinados grupos poblacionales, ya que no se da la recirculación debida de dichos recursos.

La novel provincia de Santo Domingo de los Tsa'chilas, se ha caracterizado por un tipo de turismo de negocios, caracterizado por una baja estadía y un mínimo consumo de servicios turísticos propiamente dichos, el flujo de turistas hacia esta región es mínima, y en su mayor parte se visita un número reducido de los atractivos turísticos existentes, siendo el más relevante la visita a las comunas de la etnia Tsa'chila; aunque a pesar de su relevancia solo se llega levemente a conocer el elemento cultural, que implica visitas cortas, sin aprovechar sus atractivos naturales.

Esto se da por qué no se ha realizado una valoración dentro de esta zona del grado de incidencia turística de los recursos naturales, manifestaciones

folklóricas, culturales, costumbres y tradiciones las cuales son abundantes y tienen una gran influencia en las corrientes turísticas.

Concomitante a la reducida promoción turística conjunta entre los dos sectores, y a pesar de que el MINTUR ha realizado la difusión de afiches, folletos, postales y la participación en ferias y bolsas turísticas a nivel nacional y mundial conjuntamente con empresarios privados, sin embargo, esto no ha sido suficiente ni a reflejado en forma global la bondad de los diversos atractivos turísticos de esta zona.

De allí que la realidad turística de Santo Domingo, lamentablemente deja mucho que desear; en la edición digital de El Comercio del 15 de junio del 2008 en la sección Sociedad se señala que *“difícilmente se podrá convertir en un destino turístico, dado la falencia de promoción”*.

La comuna de Chigüilpe se caracteriza por su gran tendencia hacia el turismo y se enfrentan en inferioridad de condiciones al mundo mestizo que, desde su lógica hegemónica y homogenizante, pretende su destrucción y asimilación mediante la mal llamada integración.

Pero el hecho de que a pesar de ser una de las comunas más reconocidas, no exista un conocimiento real y documentado de los atractivos turísticos de la zona, impide aumentar su incipiente demanda.

### **1.2.3 PROGNOSIS**

Si en la comuna de Chigüilpe no se identifican los atractivos turísticos que permita alcanzar un desarrollo turístico se continuará con el proceso de pérdida de sus recursos turísticos naturales y culturales y su concomitante efecto socio-económico.

Además si no se tiene un real conocimiento de de los atractivos turísticos sean naturales y culturales, no será factible identificar y valorar el real potencial ecológico, en función de su topografía; en función de, su hábitat, de acuerdo a los

efectos de la acción del hombre y condiciones de habitabilidad de la comunidad biótica de la zona y por ende no será posible la generación de una oferta que permita el desarrollo turístico en la comuna de Chigüilpe.

#### **1.2.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿En qué medida incide los atractivos turísticos en el desarrollo de la comuna Chigüilpe?

#### **1.2.5 PREGUNTAS DIRECT RICES**

¿Por qué son importantes los atractivos turísticos para la comuna de Chigüilpe?

¿Qué beneficios le generará a la comuna desarrollar una oferta en base a sus atractivos turísticos?

¿Qué valor les da la jerarquización a los atractivos turísticos de la comuna?

#### **1.2.6 DELIM ITACIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO**

##### **DELIM ITACIÓN DEL CONTENIDO**

**CAM PO:** Planificación turística

**ÁR E A:** Estructura de espacio turístico

**ASP E CT O:** Atractivos turísticos

##### **DELIM ITACIÓN ESPACIAL**

La investigación se realizará y será aplicada en la Comuna de Chigüilpe, del cantón Santo Domingo de la provincia de Santo Domingo de los Tsa'chilas.

## **DELIMITACIÓN TEMPORAL**

La investigación será realizada en el periodo comprendido entre el mes de octubre del 2010 y el mes de febrero del año 2011.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

En la actualidad cuando se habla sobre desarrollo turístico se refiere a los resultados sociales, económicos, culturales y ambientales producto de la relación entre la actividad económica turística y la sociedad; por lo tanto es consecuencia de un proceso planificado, entre los estamentos directamente involucrados con las comunas receptoras y en función de los espacios turísticos naturales, culturales, rurales o urbanos, que permitan la satisfacción de las necesidades sentidas y el desarrollo de una imagen turística en el mercado, así este proyecto sería muy novedoso ya que Chigüilpe se convertiría en la única comuna Tsa´chila con un conocimiento detallado de sus atractivos turísticos, y una oferta turística inclusiva de los ámbitos social – cultural y ambiental la cual concatenada a un plan de comercialización mejorara la calidad de visita de los turistas.

Es de suma importancia conocer técnicamente los atractivos turístico de Chigüilpe, que permita conocer el real valor etnográfico y ecológico de la comuna y que servirá de base para generar una oferta turística, esto implica que la propuesta se convertirá en pauta inicial que permitirá dinamizar no solo a la comuna sino que se convertirá a corto y mediano plazo en un vinculante de nuevas propuestas y generador de nuevas oportunidades en la zona.

La identificación de atractivos es parte de las alternativas de solución propuestas en el plan de desarrollo turístico de Santo Domingo, entregado por el arquitecto David Parra en julio del 2003, en el cual se determina una serie de acciones requeridas con la finalidad de dinamizar el desarrollo turístico del cantón Santo Domingo de los Colorados, por lo que no existe referentes de haberse realizado estudio alguno en la comuna, siendo así el proyecto original y factible.

## **1.4 OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

■ Determinar la importancia de los atractivos para el desarrollo de la comuna de Chigüilpe de la etnia Tsa´chila.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

■ Efectuar un estudio de mercado sobre los atractivos turísticos de la comuna de Chigüilpe.

■ Diseñar las fichas de inventario de atractivos turísticos naturales y culturales.

■ Elaborar un paquete turístico integrador para la comuna de Chigüilpe.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS**

La ciudad de Santo Domingo se ha caracterizado durante los últimos años por ser uno de los sectores que mayor desarrollo ha alcanzado, producto de su ubicación estratégica.

A través del proceso de descentralización de funciones, el Ministerio de Turismo entregó a diferentes municipios, competencias dentro de las que se encuentra la obligación de elaborar un Plan estratégico del turismo local, y en el caso de Santo Domingo, dicho plan fue entregado en julio del 2003, en este se realizó un diagnóstico del sector turismo en este Cantón, en el que se indicaba que:

*“Solamente durante la última década se han comenzado a desarrollar facilidades turísticas para la operación programas de visita con actividades diversificadas en torno a la temática de la naturaleza y la cultura. Desde el comienzo de la actividad turística el único atractivo relevante reconocido en la región ha sido la etnia Tsa 'chila y sus expresiones culturales ”. (PAR RA, 2003: 6)*

Durante el proceso de diagnóstico también se determinó que el inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo tenía muchas imprecisiones y limitaciones en cuanto al registro de los atractivos; razón por la cual se prefirió utilizar el inventario de atractivos elaborados por la CAPTUR en el año 2003.

También cabe indicar que en dicho plan estratégico se plantean diferentes planes y acciones prioritarias como el de Sistematización y Actualización del Inventario Turístico del Cantón a cargo del Municipio en convenio con la PUCE y el Gobierno Provincial de Pichincha; a más de un análisis de señalética, localización y distribución de vallas a cargo del MINTUR con apoyo del Gobierno Provincial de Pichincha.

En relación a la comuna de Chigüilpe no existe ningún documento que indique estudios de tipo turístico dentro de dicha comuna.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA**

Uno de los aspectos relevantes al plantear, desarrollar o ejecutar un proyecto es los mecanismos de sociabilización y sobre las dimensiones e impactos que pueda tener el mismo tanto dentro como fuera de la comuna, sector o región; de tal forma que se pueden identificar los niveles de aceptación e impacto en los ámbitos económico, social y cultural.

El proyecto planeado se convierte en un elemento integrador hacia el interior de la comuna de Chigüilpe, permite profundizar conocimientos ancestrales y genera un refuerzo de su raigambre étnica. El conocimiento de los atractivos naturales y culturales facilita el proceso educativo tanto hacia el interior de la comuna así como hacia el exterior de la misma a través de los turistas.

¿Cómo concienciar en los niños y jóvenes Tsa'chilas los valores endógenos de su cultura?

¿Es la transmisión oral de sus conocimientos ancestrales suficiente en la actualidad?

¿Cómo generar un empoderamiento de su riqueza cultural y biológica?

¿En qué forma se incentivaría la generación de nuevos proyectos?



Son parte de las preguntas que tienen como respuesta la aplicación de este proyecto, entonces el planteamiento del proyecto se convierte en un punto generador de conocimientos y conductor de un proceso de revalorización sociocultural Tsa´chila.

Se mejorará la calidad de la visita de los turistas, ya que se amplía ostensiblemente el nivel de conocimientos y permite ampliar la oferta turística actual, lo que genera un valor agregado a cada uno de los elementos de la visita turística a la comuna de Chigüilpe.

### **2.3 FUNDAMENTACIÓN LEGAL**

La base legal para que la comuna de Chigüilpe pueda desarrollar este proyecto, se encuentra en el **Reglamento General de Actividades Turísticas Decreto No. 3400** dado durante la Presidencia de Gustavo Noboa Bejarano Publicado en el Registro Oficial No. 726 de 17 de diciembre del 2002; en el Título V **DEL ECOTURISMO Y LA SOSTENIBILIDAD.**

*Se señala en el Art. 156.- Dichas actividades se ejercerán con las precauciones necesarias para no alterar la integridad de los ecosistemas ni la cultura local y deberán generar oportunidades económicas que permiten la conservación de dichas áreas y el desarrollo de las Comunidades locales, a través de un compromiso compartido entre las Comunidades, las personas naturales o jurídicas privadas involucradas, los visitantes y el Estado”.*

Esto le permitirá a la misma proteger su ecosistema además de generar ingresos económicos para dicha comuna.

Otro de los articulados que sustentan este proyecto es el N° 157 en cual se indica:

***Art. 157.- Políticas permanentes de ecoturismo y principios generales***

*Literales:*

*i. Asegurar por medio de estas políticas de ecoturismo y los mecanismos del Ministerio de Turismo, que el ecoturismo promueva la conservación de los recursos naturales y la prevención de la contaminación ambiental los cuales son de importancia primordial para la supervivencia de las Comunidades locales y para sustentar las actividades de ecoturismo;*

*j. Fomentar la reinversión de los beneficios económicos generados por el ecoturismo en el manejo y control de las áreas naturales y en el mejoramiento de la calidad de vida de las poblaciones locales;*

*K. Fortalecer a las Comunidades locales en el establecimiento de mecanismos de manejo de los recursos naturales, de actividades de conservación y de turismo que se realizan dentro de las áreas naturales;*

Este respaldo legal le permite ejecutar todas las acciones previstas para inventariar sus atractivos naturales como culturales; y a su vez implementar acciones de aprovechamiento turístico lo que a futuro proporcionará una fuente de ingresos a la comuna.

***Art. 166.- Actividades de ejecución de ecoturismo por parte del sector privado comunitario.-*** Las Comunidades legalmente reconocidas; pueden ejercer las actividades de ecoturismo previstas en la ley, a excepción de aquellas cuyo ejercicio esté reservado a algunas personas jurídicas según las leyes vigentes.

*Las actividades se realizarán de manera directa, sin intermediarios. Por lo tanto las Comunidades legalmente reconocidas podrán realizar la comercialización de sus productos y completar la cadena de valor operativa por sí mismos.*

*Las operaciones realizadas por Comunidades legalmente reconocidas, serán autorizadas únicamente para su jurisdicción; sin implicar ello exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios.*

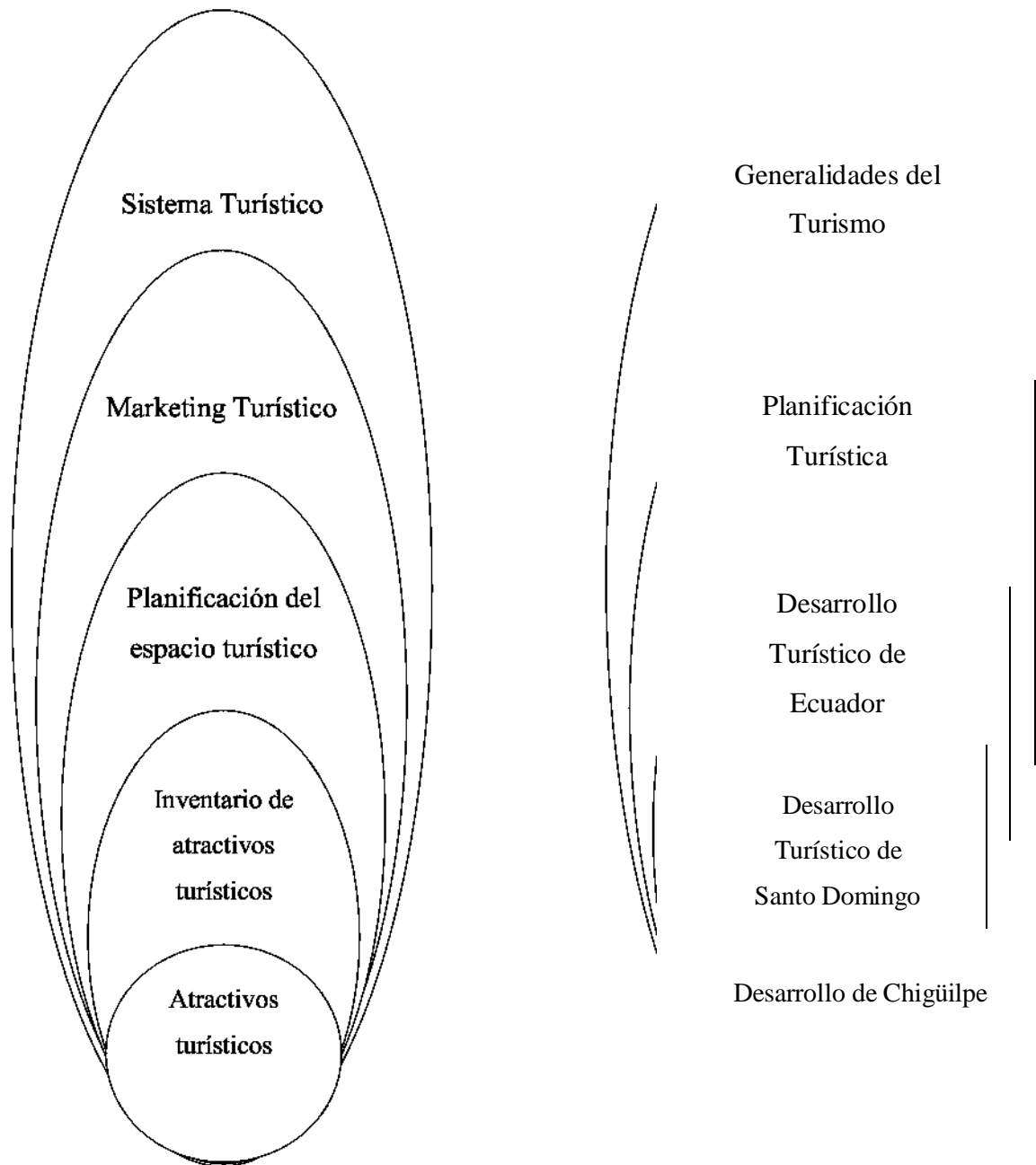
*Para efectos de este reglamento, se entiende por Comunidad la organización comunitaria organizada y capacitada, reconocida como tal, que ejecute actividades de ecoturismo en un área geográfica determinada para tal efecto.*

La comuna de Chigüilpe al ser parte de la etnia Tsa'chila está bajo la jurisdicción de la Gobernación Tsa'chila, que fue reconocida en 1970 por el Gobierno Nacional, esta tiene la siguiente estructura organizativa.

- Asamblea General de la Tribu.
- Consejo de Gobernación compuesta por el Gobernador y los Tenientes nombrados en cada comuna, (organismo supervisor y dirimente de conflictos).
- Gobernador, expresi<sup>y</sup>n del tradicional Jefe o Miyá Tsa'chila.
- Teniente, encargado de la preservación cultural en cada comuna, actúa en calidad de representantes del Gobernador.
- Representantes del Cabildo, responden a la organización comunal.

Estas representaciones del poder al interior de los respectivos asentamientos dependen, a su vez, de instituciones del Estado, en este caso, del Ministerio de Gobierno, la Gobernación del Ministerio de Agricultura, y el Cabildo.

## 2.4 CATEGORÍAS FUNDAMENTALES



### 2.4.1 SISTEMA TURÍSTICO

Se entiende por Sistema Turístico, todo el conjunto complejo de relaciones que nace a partir de los viajes que los turistas realizan. El punto de partida del funcionamiento de este sistema se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través del proceso de venta del llamado producto turístico, que

junto con la infraestructura forman la estructura de producción. Aquí interviene la supra estructura que será el ente que regule el sistema.

En cualquier caso ningún elemento del sistema se encuentra ni aislado con respecto al resto ni desconectado del exterior. Es precisamente esta característica de interdependencia constante la que da al sistema turístico un alto grado de apertura, flexibilidad y dinamismo, y, con ello, se constituye como re adaptable a las distintas condiciones del entorno (físico, sociocultural y económico).

#### **2.4.1.1 ELEMENTOS DEL SISTEMA**

Los dos componentes principales del Sistema Turístico son la Oferta y la Demanda Turística, cuya compleja red de relaciones tanto físicas como intangibles, se desarrollan sobre un territorio determinado (origen, destino y espacio recorrido entre ambos), y causan una serie de impactos tanto positivos como negativos en aspectos ambientales, socioculturales, y económicos en todo el territorio sobre el que se asienta y desarrolla el Sistema Turístico.

#### **LA DEMANDA**

*Es el conjunto de consumidores -o posibles consumidores- de bienes y servicios turísticos (OMT, 1998:47), La demanda es la disposición que tiene los turistas en adquirir bienes y servicios turísticos, la demanda se puede clasificar en:*

- a) **D em and a real.** Que es la cantidad de turistas que se encuentra en un determinado atractivo turístico y la suma de bienes y servicios solicitados por dichos consumidores.
- b) **La dem anda histórica.** Que es registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución.
- c) **L a d em and a f ut ur a.** Es el resultado del cálculo que habrá de realizarse tomando como base la demanda histórica, para proyectar su crecimiento, estancamiento o decremento.

d) **La D em anda potencial.** Es la que podría obtenerse de un mercado emisor no conquistado y los incrementos de la demanda futura como consecuencia del mejoramiento de los servicios o de la capacidad de alojamiento o por el efecto de la promoción

## **LA OFERTA**

*Es el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados activamente en la experiencia turística (OMT, 1998:47); Es la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un precio dado; conformada por la Planta Turística compuesta por alojamiento, alimentación, transporte, guías y el Producto Turístico, que es la suma de los atractivos turísticos, los servicios, suministrados en conjunto por los elementos de la planta turística, infraestructura básica, una adecuada accesibilidad, respaldados por la supra estructura turística, con los cuales se satisface las necesidades de los turistas.*

## **EL ESPACIO GEOGRÁFICO**

*Es la base física donde tiene lugar la conjunción o encuentro entre la oferta y la demanda y en donde se sitúa la población residente (ésta no es en sí misma un elemento turístico pero se considera un importante factor de cohesión o disgregación, según se la haya tenido en cuenta o no a la hora de planificar la actividad turística) (OMT, 1998:47)*

Dentro de la planificación turística se clasifica al espacio en:

### **Espacio real**

Que comprende la superficie terrestre por el cual se da el desplazamiento y eventualmente se lo modifica.

### **Espacio potencial**

Es el que a través de planes y proyectos potencialmente estará destinado a uno o varios usos.

### **Espacio cultural**

Es el espacio terrestre que ha sido modificado por el hombre, acondicionado para sus diferentes usos, pudiendo ser natural adaptado, como son los sembríos o artificial donde predomina los elementos construido por el hombre.

### **Espacio natural virgen**

Áreas cada vez más escasas sin intervención por parte del hombre.

## **2.4.2 MARKETING TURÍSTICO**

Actividad humana que adapta de forma sistemática y coordinada las políticas de las empresas turísticas privadas o estatales en el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades y los deseos de determinados grupos de consumidores y lograr el adecuado beneficio a través de la facilitación de la comercialización de bienes y servicios turísticos.

Está dirigido a determinar las características de un producto o servicio, colocado en el mercado para satisfacer las necesidades específicas de los consumidores y obtener una ganancia racional.

## **2.4.3 PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO**

Los destinos turísticos, sobre todo los que están unidos a la existencia de un recurso natural específico, han sido desarrollados mediante la utilización intensiva del territorio, siendo éste entendido como un bien de fácil y libre acceso. El territorio, como base de la oferta del destino turístico, forma parte fundamental e intrínseca del propio producto, incidiendo, de manera fundamental, en la imagen que del mismo obtenga el consumidor.

#### 2.4.4 INVENTARIO DE ATRACTIVOS

*Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. (MI NTU R 2004:1)*

El Inventario Turístico se determina a partir de la relación de cuatro componentes:

- **Atractivos Turísticos:** son los lugares, objetos y acontecimientos de interés turístico, no valen nada sobre el mercado si no son puestos en valor y no son aprovechados
- **Facilidades:** permiten al turista permanecer en el lugar para apreciar los atractivos: alojamiento, restauración, alimentos y bebidas, entretenimiento, etc., esto es la planta turística.
- **Infraestructura básica:** permite el desplazamiento al lugar y se refiere a las vías de acceso: terrestres, aéreas, marítimas; luz, agua, teléfono, alcantarillado, que sirven tanto a los visitantes como a los habitantes del área donde se encuentra el atractivo.
- **Súper Estructura:** Que es el subsistema Organizacional y Recursos Humanos disponibles para operar turismo, desde el, ámbito público así como del privado.

#### 2.4.5 ATRACTIVO TURÍSTICO

*"Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante." (MINTU R 2004:2)*



### **2.4.5.1 CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS**

*"La clasificación de las categorías de atractivos en esta metodología se la hace en dos grupos: SITIOS NATURALES Y MANIFESTACIONES CULTURALES. Ambas categorías se agrupan en tipos y sub tipos.*

*En la categoría de Sitios naturales se reconocen los tipos: Montañas, Planicies, Desiertos. Ambientes Lacustres, Ríos, Bosques, Aguas Subterráneas, Fenómenos Espeleológicos, Costas o Litorales, Ambientes Marinos, Tierras Insulares, Sistema de Áreas protegidas.*

*En la categoría Manifestaciones Culturales se reconocen los tipos: históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados." (MINTUR 2004:4)*

El investigador norteamericano Clare Gunn dice: *Que a menos que haya lugares interesantes, divertidos y que valga la pena visitar, no hay necesidad de los servicios de hospedaje y comida. (GUERRA DI – BELLA 1997:35).*

Esto da la pauta que todo lugar o atractivo que se constituya en un destino turístico debe tener una serie de características que motiven el desplazamiento temporal de los viajeros. Desde el punto de vista de la región visitada, estos atractivos forman parte de los recursos turísticos, porque constituyen lo que se puede ofrecer al visitante.

### **2.4.6 GENERALIDADES DEL TURISMO**

#### **ANTECEDENTES HISTÓRICOS DEL TURISMO**

En los primeros años el hombre tuvo que trasladarse de un sitio a otro constantemente con el único afán de alimentarse o buscar abrigo; hasta la época del imperio romano las únicas causas del hombre para viajar fue los de la guerra y el comercio, una vez que Roma alcanzó su máximo esplendor, nació una capa

social influyente, tanto ricos como oficiales de gobierno viajaban a través de los caminos por todo el imperio.

Los romanos viajaron a Egipto y Grecia a zonas de veraneo, a baños y sepulcros, a menudo se emprendían peregrinajes a lugares sagrados. Las excavaciones de Herculano y Pompeya, enterradas bajo la lava y barro caliente procedentes del volcán Vesubio, son testimonio de las costumbres de los romanos durante su período vacacional.

Durante la Edad Media viajar fue una actividad que se vio retraída; ya que viajar derivaba de la palabra *TRA VAIL* que significaba *peligro*, no se mantuvieron los caminos en buen estado y se convirtieron en peligrosos e inseguros, los ladrones acechaban a aquellos que se arriesgaban a viajar. Pero un nuevo motivo para los desplazamientos aparece, la Fe, tanto en el cristianismo como en el islamismo, los creyentes visitaban sus lugares santos.

Con el renacimiento empezaron a surgir varias universidades de prestigio y se empezó a viajar con fines educativos, especialmente los ingleses, varios estudiantes partieron a estudiar en Oxford, París, Salamanca y Bolonia. Viajar para aprender se hizo popular en el siglo XVI. Los jóvenes de la nobleza inglesa pusieron de moda en 1.670 lo que se llamó *GRAND TOUR* que consistía en un viaje de finalización de estudios acompañados por sus sirvientes cercanos y por un tutor o maestro, estos viajes duraban hasta 3 años y tenían por motivo aprender nuevas costumbres y conocer nuevos estados.

Esta no era una aventura fácil, ya que necesitaban una infinidad de pasaportes para cruzar por los diferentes principados, ducados y reinos de Europa; otro de los problemas era la cuestión de dinero, pues cada uno tenía su propia moneda, para lo cual llevaban letras de cambio o cartas de recomendación.

En el siglo XX con el invento del tren y el automóvil se produce el apareamiento de lo que hoy se llama *TURISMO*; Thomas Cook, conocido como el padre del Turismo, en 1.841 alquiló un tren para llevar 540 personas a una

convención anti-alcohólica, desde **LEICESTER** hasta **LOUGHBOROUGH**, cobrando por esto un chelín por viajero, aunque no consiguió ningún beneficio, se dio cuenta lo mucho que podía ganar organizando viajes, con esto surge la primera agencia de viajes.

En 1.845 Thomas Cook establece un sistema de cupones para utilizar en transportes hoteles y restaurantes, que fueron el antecedente de los cheques de viajero que circularon más tarde. Esto fue copiado y desarrollado por bancos y otras instituciones de viajes en el mundo.

Pronto Cook tendría un imitador en Alemania, en 1.863 Stangen funda una agencia de viajes, esta empresa la **PULLMAN PALACE CAR COMPANY** introduce en 1.872 los carros dormitorio de ferrocarril, tiempo después establece los carros-comedor y carro-salón de esta manera se disponía de un hotel sobre ruedas y a la vez que se acortaba las distancias mientras se comía o dormía.

Surge también en Alemania la guía de viajes, esta la creo el editor **Karl Baedeker** y su primera guía fue sobre la región del Rin. El **Baedeker** como se le conoce a esta guía estableció un sistema de clasificación de la calidad de los establecimientos turísticos mediante el sistema a de asignarle un, dos o tres estrellas, lo que constituyó el antecedente de la clasificación hotelera actual. A la guía Baedeker le sigue la guía **Michelin** de Francia, estas cuentan con secciones geográficas con una enorme cantidad de datos útiles para los viajeros, sobre todo para aquellos que se desplazan por la carretera.

## CONCEPTO

La palabra turismo se deriva del latín *to r nu s* (torno) y *to r nare* (redondear, tornear, girar), y el sufijo *ismo* se refiere a la acción que realiza un grupo de personas, por lo que etimológicamente puede definirse al turismo como las personas que viajan con la intención de regresar a su domicilio habitual. (RAM ÍREZ BLANCO 1992:29)

Otros opinan que se origina en Inglaterra en el año 1.760 inicialmente denominándose **TO MAKE A TOUR** a la actividad de dar un paseo, más adelante se fue abreviando y se decía **TOUR** a esta actividad.

A continuación una definición muy completa que permite comprender el concepto en su sentido más amplio: *El Turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, con fines pacíficos y no migratorios generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural. (DE LA TORRE, 1994)*

## **2.4.7 PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

### **CONCEPTO**

La planificación turística es el proceso que permite establecer una visión estratégica para un área que refleje los objetivos y aspiraciones de la Comuna, e implementándolo con la identificación de los criterios preferentes para el mejor uso del territorio según el estilo de desarrollo que se quiere aceptar.

### **LOS NIVELES DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

Existen básicamente dos niveles para la planificación del turismo, la planificación económica y la planificación física.

#### **La planificación económica del turismo**



La planificación económica del turismo se basa en las técnicas y elementos de otras ramas económicas, adaptándolas de acuerdo a sus necesidades específicas y variando de acuerdo a las variables propias de su sistema.

#### **La planificación física del turismo**



Está determinada por el ordenamiento espacial de los atractivos y las actividades turísticas propiamente dichas, de acuerdo a los esquemas de planeación desarrollados en cada zona, región o país.

## **LOS ÁMBITOS DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

Dado que la planificación turística está enfocada hacia una rama económica en particular y que por ende adquiere formas sectoriales, sus ámbitos podrán ser internacionales, regionales o nacionales, provinciales o locales.

Por lo regular, el ámbito se define no sólo mediante el espacio físico continuo, sino también a través de la integración económica, demográfica y política que mantenga.

Puede afirmarse que la elección del ámbito para la planificación depende básicamente de la cobertura de poder (político, legal e institucional), del ente responsable e iniciador del proceso de planificación, aunque influyen también sus recursos de información, técnicos, financieros y humanos.

## **LOS PRODUCTOS DE LA PLANIFICACIÓN TURÍSTICA**

Los productos de la planificación turística están limitados por diferentes niveles, ámbitos y destinos preestablecidos. Los principales productos son los planes nacionales de turismo, siguiendo en orden de importancia los planes regionales de turismo, los planes estatales o provinciales de turismo, los planes locales de turismo (donde se incluyen los urbanos), los programas de desarrollo turístico y los proyectos turísticos.

Estas dos últimas categorías (programas y proyectos) se deben considerar productos de un proceso de planificación turística sólo cuando efectivamente se identifiquen o resulten de ésta. En la mayoría de los casos no surgen de un proceso que busque conducir el fenómeno turístico en cualquiera de los ámbitos señalados, sino a raíz de proposiciones o intentos aislados. En estas condiciones, no pueden considerarse como productos de la planificación sino como productos

de un estudio particularizado, independientemente de lo correcto o amplio que sea este último.

Existen numerosos ejemplos de programas y proyectos turísticos tanto de iniciativa gubernamental como privada que han surgido en forma aislada y han conducido a impresionantes complejos y unidades turísticas, los cuales sin embargo no proceden de un auténtico proceso de planificación con la gama de inconveniente que ello ha producido en otras ramas económicas y en el propio turismo.

Los programas (conjunto de proyectos integrados entre sí) y proyectos pueden dar lugar a diferentes tipos de inversiones como los complejos, centros, circuitos, corredores y unidades turísticas e incluso llegan a aglutinar acciones y políticas económicas específicas de este campo.

#### **2.4.8 DESARROLLO TURÍSTICO DEL ECUADOR**

Aunque el turismo internacional moderno tiene una primera etapa de desarrollo entre 1945 y 1958, es en el segundo período que va de 1959 a 1973 que Ecuador encuentra un nicho en el mercado del turismo internacional. Sin embargo, la expansión del sector se da a mediados de los años ochenta, en que aparecen nuevos prestadores de servicios turísticos a todo nivel.

*"El desarrollo turístico en el Ecuador se inicia en el año 1.969, con el estudio realizado por la consultora Arthur D'littel; para introducir en la comercialización turística a nivel mundial a las Islas Galápagos" (GARCÉS, 1987: 1)*

En las décadas del 70' y 80' se elaboran una serie de planes como el Plan Inmediato de Turismo 1971 – 1973 a cargo de CETURIS (Corporación Ecuatoriano de Turismo), que luego se convertiría en de DITURIS (Dirección De Turismo); este fue el primer esfuerzo planificado para el desarrollo del turismo. Se denominó Plan Inmediato de Turismo ya que la situación presentaba un déficit alarmante en la infraestructura necesaria para la prestación de servicios al turismo.

Para 1973 se presenta el Plan de Fomento Turístico 1.973 - 1.977 a cargo de la misma DITURIS, este plan constituyó un marco de referencia para las inversiones públicas en hoteles y paraderos, incluso en años posteriores a su vigencia siguió aplicándose por retraso en la realización de los objetivos programados, y por la inexistencia de un nuevo Plan de Desarrollo Turístico durante el período 1.977 - 1.980.

Posteriormente en 1980 se desarrolla el Plan Nacional de Desarrollo Turístico 1.980 - 1.984 Este plan estaba precedido por varios estudios de alta calidad elaborados por la misión de la OEA/CICATUR /DITURIS durante los años 1.977 - 1.980; como: La Estrategia de Desarrollo Turístico del Ecuador, el Estudio de viabilidad de un polo de Desarrollo Turístico; y el proyecto de un Centro turístico de la Playa de Jaramijó.

En el año 1983 se presenta el Plan Maestro de Desarrollo Turístico del Ecuador 1.983-1.987 (DITURIS) Este plan elaborado con la asesoría de la OMT (Organización Mundial del Turismo) buscó definir una nueva estrategia de desarrollo turístico del Ecuador, a través de programas prioritarios diseñados en función de los recursos materiales y socio - culturales disponibles y de la potencialidad de la demanda turística nacional e internacional que responda además a la capacidad de gestión e iniciativa del sector público y privado.

Para el año 1985 el Plan Nacional de Desarrollo Turístico 1.985 - 1.988 le asignó al sector privado la responsabilidad fundamental del desarrollo turístico, y a DITURIS la gestión de apoyo y asistencia técnica, la coordinación de la promoción y el de priorizar la conservación de los recursos naturales y culturales. El siguiente Plan Maestro de Turismo 1.989 - 1.992 (CETUR). Fue solamente la actualización de la información estadística y revisión del documento en su contexto global, ya que los directivos de CETUR reconocieron el valor del estudio contenido en el plan 1.983 - 1.987

Para inicios del nuevo siglo el estado ecuatoriano y su recién creado Ministerio de

## Turismo con la asistencia económica y técnica de la Organización



Mundial de Turismo (OMT) y el Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), desarrollaron el Plan Nacional de Competitividad Turística 1999 – 2004 con el fin de promover el fomento y desarrollo del turismo en el Ecuador, el análisis que se hizo del turismo en el país fue:

*El sector turístico en Ecuador se ha caracterizado por un crecimiento promedio del 7% anual en la última década; crecimiento que, con excepción del año 1995 (guerra del Cenepa) y 1997 (fenómeno de El Niño), se ha mantenido a la par del crecimiento de las exportaciones del Ecuador. Sin embargo, aún considerándose a la actividad turística como área estratégica para el crecimiento de la economía, no se ha logrado establecer planes adecuados integrales y sostenibles de desarrollo. (PLAN NACIONAL DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA 1999: 6)*

Lamentablemente este plan que aparecía como un innovador proceso en el cual se planteo una nueva estructuración del espacio turístico a través de 5 clúster, 3 micro clúster y 9 núcleos receptores de turismo fue paralizado, para dar paso a otro nuevo plan denominado Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2006-2020 (PLANDETUR 2020) Este es producto de un propuesta liderada por el Ministerio de Turismo (MINTUR) y ejecutada por la empresa TOURISM & LEISURE ADVISORY SERVICES (T&L) con el apoyo del Gobierno Español a través del el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). *“Tiene como objetivo identificar y desarrollar las áreas de mayor competitividad, maximizar el impacto económico positivo en la población dentro de un contexto de desarrollo sostenible y de cumplimiento de los Objetivos del Milenio ”. (WWW.Plandetur 2020\Objetivo y Contexto del PLANDETUR 2020.mht)*

Este a diferencia de los planes de las décadas del 70, 80 y 90 que en su mayoría se basaba únicamente en un diagnostico elaborado por unos pocos consultores los cuales definían las acciones a ejecutarse, es un plan estratégico, en el cual se realiz<sup>y</sup> *“un diagnóstico sectorial ejecutado por un equipo*

*multidisciplinario de profesionales con alcance en seis regiones de consulta utilizadas dentro de este proceso”. (PLAN D ETU R 2020. 2006:6)*

Tomando como objetivo base el “*crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística actual, aprovechando sus ventajas comparativas y elementos de unicidad del país*” (PLANDETUR 2020. 2006:7), coparticipando con los organismos públicos, privados y comunitario inmersos directa o indirectamente en la actividad turística.

En la mayoría de planes se puede ver que la finalidad es definir los lineamientos indispensables para lograr un desarrollo turístico progresivo y latente en todo el país, para esto se buscaba identificar y superar los principales obstáculos que provocaban el deficiente desarrollo turístico y lograr su despegue, buscándose la definición turística del Ecuador en forma integral, y la coordinación en los esfuerzos de los sectores público y privados así como la conservación de los atractivos turísticos.

#### **2.4.9 DESARROLLO TURÍSTICO DE SANTO DOMINGO DE LOS T SA ´C H I L A S**

El turismo se está volviendo una actividad económica muy importante entre los Tsa´chilas, los cuales están iniciando el aprovechamiento de los recursos paisajísticos naturales y sitios sagrados que poseen, así como el potencial de su riqueza cultural, a fin de desarrollar esta actividad desde perspectivas autogestionarias.

*Una variedad de esta actividad, que tiene actual mente mucha demanda, es el turismo de salud dada la legendaria tradición de los Tsa´chilas como un pueblo de shamanes, curanderos y vegetalistas; es por ello que acuden muchas personas de todo el país y del exterior, para realizarse rituales curativos o baños con piedras y yerbas medicinales. Sin embargo, si bien la práctica de esta actividad les ofrece buenas perspectivas de desarrollo económico, también está*

provocando cambios culturales muy rápidos, especialmente entre los jóvenes. [http://www.codenpe.gov.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=60&Itemid=276](http://www.codenpe.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=276)

En cuanto al desarrollo turístico de Santo Domingo de los Tsáchilas se toma como referente únicamente al Plan estratégico de Desarrollo turístico de Santo Domingo realizado el año 2003 por el Arq. David Parra, en el cual se considera como fortalezas del cantón:

*“la potencialidad basada en la diversidad de atractivos naturales y el carácter emblemático valorado de la nacionalidad Tsa’chila” (PARRA. 2003), y en cual además se considera que se ha dado un “mal manejo del recurso cultural Tsa’chila” (PARRA, 2003:16,17)*

Lamentablemente la situación turísticamente hablando deja mucho que desear; en la edición digital de El Comercio del 16 de noviembre del 2007 en la sección Sociedad en grandes letras consta:

**“LA PROMOCIÓN DE SANTO DOMINGO A ÚN ES PRECARIA... ES UNA PROVINCIA DE PASO.** *Y al parecer eso continuará así, porque no hay una política para cambiar esa percepción y convertirla en un destino turístico. Pocas agencias de turismo de Quito y Guayaquil incluyen en su agenda a Sto. Domingo. La mayoría de los visitantes llegar a la zona atraídos por la etnia Tsa’chila. Y eso se aprovecha. En las agencias de viaje de la nueva provincia se ofertan visitas a las comunas desde USD 10 hasta 100. Suárez y Suárez es una de las operadoras de turismo en la nueva provincia” “Casi nadi e nos ti ene en su mapa y en su agenda. Hay muy poca información sobre nuestra oferta, incluso en la Cactur (Cámara de Turismo) ”, indica Javier Salazar, uno de los agentes.*

*No hay precisiones sobre un mapa con la oferta turística. Hace tres meses la Cactur solicitó a la Municipalidad que se elabore un inventario turístico de la zona rural. Según Franco, el próximo año se contará con ese listado. Aunque en el Cabildo, hasta ayer, no se iniciaba ese trabajo.*

[http://www.elcomercio.com/solo\\_texto\\_search.asp?id\\_noticia=98543&anio=2007&mes=11&dia=16](http://www.elcomercio.com/solo_texto_search.asp?id_noticia=98543&anio=2007&mes=11&dia=16)

#### **2.4.10 DESARROLLO DE CHIGÜILPE**

La Comuna de Chigüilpe se encuentra ubicada en la parte noroccidental del país, en la que se incluyen además las comunas de Colorados del Búa, Congona Grande, Peripa, el Poste y Otongo Mapali.

El nombre Chigüilpe viene de *Chiguica*, que significa *caracol de río*, especie que existía en abundancia en los ríos cercanos a la comuna y era muy apetecido.

La comuna se encuentra ubicada en la vía a Quevedo Km 7, ingresando por el lado izquierdo vía al Balneario Los Ángeles, en la comuna habitan 93 familias con un promedio de 3,4 miembros por núcleo familiar; en la actualidad gracias a la labor de sus nuevos líderes entre ellos Henry y Agustín Calazacón la comuna ha entrado en un proceso de recuperación de sus tradiciones y costumbres, principalmente en cuanto a su vestimenta, lengua; a través de un proceso de concienciación de sus valores.

La Comuna de Chigüilpe se caracteriza por poseer la mayor potencialidad orientada a la actividad turística y es pionera en exponer su cultura y las tradiciones ancestrales a los visitantes. La relativa cercanía al centro poblado de Santo Domingo y el hecho de haber sido la sede de la gobernación o poder central del grupo Tsa'chila, permiti<sup>y</sup> a los comuneros establecer un contacto permanente con los valores de la cultura mestiza y su influencia.

Si se entiende como desarrollo, la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales, entonces en el caso de los Tsa'chilas de la comuna de Chigüilpe deben aprovechar el potencial cultural, y natural que tiene su territorio; para ello se utilizarían tecnologías que no se encuentren en contradicción con los elementos culturales de

este grupo étnico. Este concepto integra elementos económicos, tecnológicos, de conservación y utilización ecológica, así como lo social y político.

Un sentido con mayor aplicabilidad y concreción en la definición de desarrollo establecería que el mismo está caracterizado por condiciones en las cuales los bienes y servicios se encuentran crecientemente al alcance de los grupos sociales; y es así como esta comuna aprovecha la agricultura la cual es la actividad fundamental de la comuna, las chacras les proporcionan el plátano, caña de azúcar, maíz, yuca, maní, dichos cultivos son principalmente para el autoconsumo, la productividad varia de una finca a otra en razón de múltiples causas como cultivos viejos, presencia de plagas, descuido; otros productos no alimentarios que se cultiva también es el abacá, razón por la cual su desarrollo tanto individual como grupal es ínfimo, generándose múltiples limitantes tanto a nivel social, de servicios, infraestructura; siendo necesario el aprovechamiento de sus recursos naturales y culturales que le permitan alcanzar un desarrollo optimo.

## **2.5 HIPÓTESIS**

Los atractivos turísticos tienen una gran incidencia en el desarrollo de la comuna de Chigüilpe.

## **2.6 VARIABLES DE HIPÓTESIS**

### **VARIABLE INDEPENDIENTE**

Atractivos turísticos

### **VARIABLE DEPENDIENTE**

Desarrollo de la comuna de Chigüilpe

## **CAPÍTULO III METODOLOGÍA**

### **3.1 ENFOQUE**

El presente trabajo está enmarcado en el paradigma cualitativo puesto que el problema requiere de una investigación fundamentada en la realidad, orientada a los descubrimientos, exploratorio, descriptivo e inductivo, orientada a un proceso que valide datos reales y profundos.

Está orientada a la observación naturalista y sin control subjetivo, próximo a los datos y busca generalizar los resultados en todos los ámbitos turísticos de la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

### **3.2 MODALIDAD BÁSICA DE INVESTIGACIÓN**

La modalidad de la investigación básicamente será:

De campo, cuyos estudios cuantitativo y cualitativo del comportamiento del objeto

■ a estudiar, permitirán determinar la validez de la hipótesis expuesta. Este estudio por su alcance, está en un nivel descriptivo, ya que determina el qué se considera un atractivo y el cómo sirve y apoya al proceso de desarrollo turístico de la zona, planteando una solución hipotética.

También se encuentra en un nivel explicativo, pues incluye a la descriptiva y ■ la supera en tanto que interrelaciona los argumentos necesarios que determinaran las posibilidades de desarrollo turístico que podría alcanzar la comuna de Chigüilpe.

Por lo tanto la investigación será predominantemente cualitativa ya que implica un fichaje valorativo de los atractivos turísticos de la comuna, tendrá también una tendencia cuantitativa ya que tratará de determinar la oferta de los servicios que se pretende poner a disposición del turismo nacional e internacional..

### **3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Inicialmente el trabajo será exploratorio ya que permite el reconocimiento de las variables en este caso los atractivos, el cual llevará implícito una amplia recopilación de datos y el posterior fichaje, que a través de los parámetros validados por el Ministerio de Turismo permitirán subir al siguiente nivel de investigación que es el descriptivo el cual sirve para la cualificación comparativa y la respectiva clasificación de los atractivos por categoría, tipo y subtipo.

### **3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN**

Para la presente investigación se realizará las entrevistas dirigidas hacia los dirigentes de la Comuna; finalmente las encuestas a las agencias de viajes y a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la comuna para lo cual se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * PQ}{(N-1) (E/K)^2 + PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra N

= Población o universo E =

Margen de error 0.09

K = Constante de corrección del error = 1.69

P = Probabilidad de ocurrencia: 0.5

Q = Probabilidad de no ocurrencia: 0.5

### 1) Muestra para turistas extranjeros

N = 4640 turistas extranjeros

E = Margen de error 0.09

K = Constante de corrección del error = 1.69

P = Probabilidad de ocurrencia: 0.5

Q = Probabilidad de no ocurrencia: 0.5

$$4640 * 0.25$$

**n= 87**

### 2) Muestra para turistas nacionales

N = 247233 turistas nacionales

E = Margen de error 0.09

K = Constante de corrección del error = 1.69

P = Probabilidad de ocurrencia: 0.5

Q = Probabilidad de no ocurrencia: 0.5

$$247233 * 0.25$$

**n= 88**

**Total de n= 175 visitantes**

<b>INSTRUMENTO</b>	<b>POBLACIÓN</b>	<b>MUESTRA</b>
Encuesta	Personal de agencias de Viajes de Santo Domingo	6
Entrevista	Dirigentes de la comuna Tsa'chila de Chigüilpe	4
Encuesta	Visitantes nacionales y extranjeros	175
	total	185



### 3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

**VARIABLE INDEPENDIENTE:** Atractivos turísticos

ABSTRACTO		CONCRETO			
CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADOR	ÍTEM BÁSICO	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Son el conjunto de lugares o manifestaciones, bienes y costumbres que por sus características propias o de ubicación atraen el interés del visitante.	Sitios naturales	Ríos	Conservado	Inventario	Ficha de inventario de atractivos turísticos
			Alterado		
			Deteriorado		
	Manifestaciones culturales	Reserva ecológica	Intervenido	Inventario	Ficha de inventario de atractivos turísticos
			Especies endémicas		
			Especies introducidas		
	Etnográfica	Especies medicinales	Inventario	Ficha de inventario de atractivos turísticos	
		Origen			
		Costumbres			
	Artesanías	tradiciones	Inventario	Ficha de inventario de atractivos turísticos	
		Madera			
		Vegetales			
			Piedras		

**VARIABLE DEPENDIENTE:** El desarrollo de la comuna de Chigüilpe.

ABSTRACTO		CONCRETO			
CONCEPTO	CATEGORÍAS	INDICADOR	ÍTEM BÁSICO	TÉCNICA	INSTRUMENTOS
Desarrollo= Es aquel que atiende a las necesidades de los habitantes de las regiones y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro mediante la utilización sostenible de los recursos.	Necesidades de los habitantes	Vivienda	¿Cuántas personas habitan por vivienda?	Entrevista	Formulario
		Servicios básicos	¿Qué servicios básicos son deficientes en la comuna?	Entrevista	Formulario
		Trabajo	¿Considera al turismo una opción de desarrollo para la comuna?	Entrevista	Formulario
	Necesidades regiones	Infraestructura básica	¿Qué infraestructura básica es urgente para la comuna?	Entrevista	Formulario
		Empleo	¿Cuáles son las principales actividades económicas de la comuna?	Entrevista	Formulario
		Salud	¿Qué enfermedades son comunes en la comuna?	Entrevista	Formulario
Utilización sostenible de recursos	Recursos naturales	¿Con que recursos naturales cuenta la comuna?	Entrevista	Formulario	

### 3.6 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

La selección y definición de las fuentes de información supone decidir dónde y de quien conseguir los datos, registros y conocimientos necesarios para poder llevar a cabo la labor investigadora y alcanzar los objetivos propuestos en el plan de estudio.

Por lo tanto se ha partido de aquellas que proporcionan información elaborada por terceros, como son fuentes bibliográficas y fuentes estadísticas; las primeras han proporcionado información sobre aspectos teóricos, técnicas métodos y modelos relacionados con la temática del desarrollo que se encuentran implicadas en el estudio. Mientras que las fuentes estadísticas proporcionan datos y registros cuantitativos sustanciales tanto de los visitantes como de la población local.

#### 3.6.1 TÉCNICA DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1.- ¿Para qué?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
2.- ¿De qué personas u objetos?	De la comuna de Chigüilpe
3.- ¿Sobre qué aspectos?	Sobre los atractivos turísticos
4.- ¿Quién?	Lic. Johnny Bayas
5.- ¿Cuándo?	Enero 2011
6.- ¿Dónde?	Chigüilpe – Santo Domingo de los Tsa'chilas
7.- ¿Cuántas veces?	5 veces
8.- ¿Qué técnicas de recolección?	Observación, entrevistas, encuestas
9.- ¿Con qué?	Cuestionario
10.- ¿En qué situación?	En el desarrollo de la investigación

#### 3.6.2 INSTRUMENTOS

El instrumento que se ha utilizado es el cuestionario, pues sirve de enlace entre los objetivos y la realidad estudiada, y facilita la obtención de información por escrito para su posterior análisis. Se elaboraron 2 cuestionarios para encuestas dirigido a las agencias de viajes, y a los turistas y 1 cuestionario para entrevistas dirigidos a dirigentes de la Comuna, basados en la Matriz de Operacionalización

de Variables, en estas se utilizaron preguntas cerradas de selección simple y selección múltiple para facilitar el proceso de análisis de los resultados.

### **3.7 PLAN DE PROCESAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**

La información recopilada a través de la aplicación de los cuestionarios permitirá luego de ser analizada, comprobar la hipótesis planteada para el presente proyecto.

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS**

Lamentablemente la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas no cuenta con datos estadísticos que permitan conocer el número de visitantes sean nacionales o extranjeros; los únicos datos sobre la demanda turística de la provincia es el cuadro de desplazamientos internos de julio a septiembre del 2008 en el cual se señala que se movilizaron a Santo Domingo 36.638 personas. En cuanto al turismo receptivo en la encuesta del Ministerio de Turismo al turismo receptor de julio a septiembre del año 2002 se indica que visitaron Santo Domingo 707 extranjeros; en base a estos datos se realizó una aproximación de dichos datos. Se consideró como universo de estudio a 251873 turistas nacionales y turistas extranjeros que visitan la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas.

#### **Turistas extranjeros**

Según datos obtenidos del Boletín de estadísticas turísticas 2004 – 2008 del Ministerio de turismo, en el año 2008 llegaron al Ecuador 1 005 297 turistas extranjeros de los cuales el 0.41% visita Santo Domingo, según la proyección, es decir 4128 personas, por lo que con la tasa del incremento turístico que fue del 4% para el 2009 y del 8,1% para el 2010 según el MITUR, se consideró un Universo de estudio para el año 2010 de 4640 turistas.

### Cuadro N° 01 Proyección del Universo de Turistas Extranjeros

AÑO	N° TURISTAS
2008	4128
2009	4293
2010	4640

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas.

#### Turistas nacionales

Según el MINTUR, en el año 2008 periodo julio a septiembre se estima que visitaron Santo Domingo 36638, anualizando este valor se considera que llegaron a la ciudad de Santo Domingo aproximadamente 146552 turistas nacionales. Tomando en cuenta un incremento del 20,5% para el 2009 y un 40% para el 2010, según el INEC. Por lo que se ha considerado un universo de estudio para turistas nacionales de 247233 turistas.

### Cuadro N° 02 Proyección del Universo de Turistas Nacionales

PERÍODOS	N° TURISTAS
Jul. 2007/jun. 2008	146552
Jul. 2008/Jun. 2009	176595
Jul. 2009/Jun. 2010	247233

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas.

#### Muestra

Para el cálculo del tamaño de la muestra se ha utilizado un margen de error del 9%. Aplicando la fórmula propuesta por Cannavos se obtiene:

$$n = \frac{N * PQ}{(N-1) (E/K)^2 + PQ}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N = Población o universo E

= Margen de error 0.09

K = Constante de corrección del error = 1.69

P = Probabilidad de ocurrencia: 0.5

Q = Probabilidad de no ocurrencia: 0.5

### 1) Muestra para turistas extranjeros

$$n = \frac{K^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

$$= \frac{1.69^2 \cdot 4640 \cdot 0.25}{0.09^2}$$

n= 87

$$n = \frac{K^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

### 2) Muestra para turistas nacionales

$$n = \frac{K^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{E^2}$$

n= 88

**Total de n: 175 visitantes**



#### **4.1.1 ENCUESTA APLICADA A TURISTAS NACIONALES, EXTRANJEROS Y AGENCIAS DE VIAJES**

Se aplicaron ochenta y ocho encuestas a turistas nacionales y ochenta y siete a extranjeros entre los meses de diciembre del 2010 y enero del 2011 en la comuna de Chigüilpe. De igual manera se realizó una encuesta a las 6 agencias de viajes de Santo Domingo, donde se obtuvieron los siguientes resultados:

#### **DEMANDA TURÍSTICA**



**Gráfico: N° 01 Demanda turística para Chigüilpe según agencias de viajes**

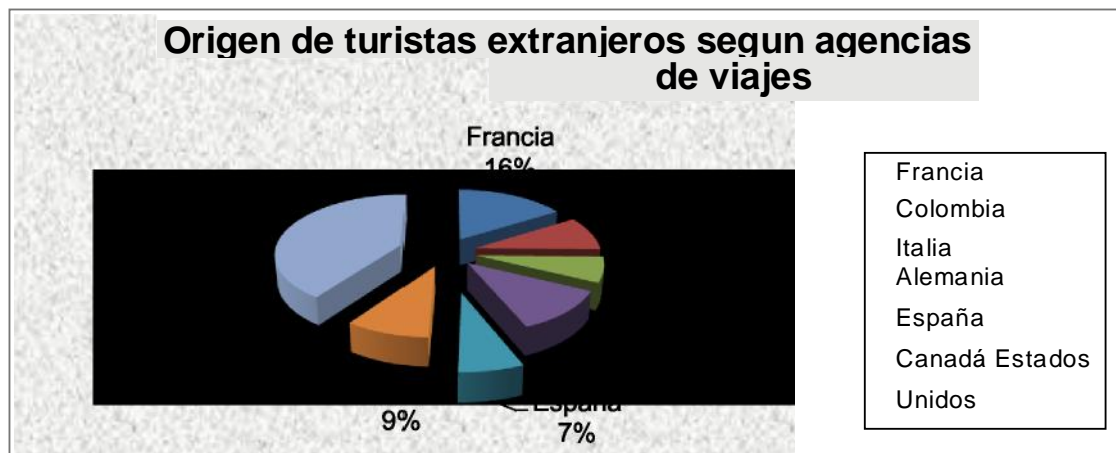
**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

#### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN**

Según las agencias de viajes de Santo Domingo, el 86% de los turistas que solicitan visitar la comuna de Chigüilpe son extranjeros, mientras que el 14% son nacionales, hay que considerar que, *“el 98,7% de los ecuatorianos que viajan no utilizan paquetes turísticos para sus viajes, principalmente por no considerarlos necesarios”*, según consta en la encuesta del INEC realizada entre diciembre y febrero del 2010.

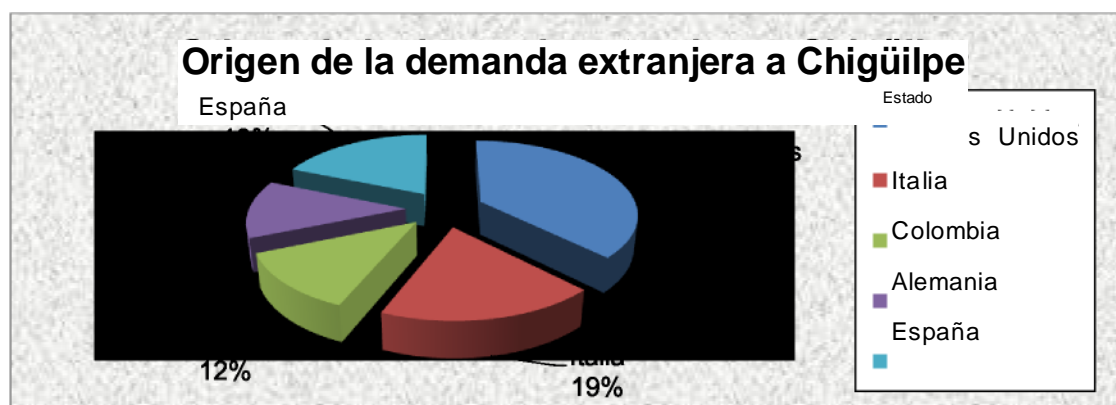
## ORIGEN DEL TURISMO EXTRANJERO



**Grafico: N° 02 Origen de turistas extranjeros según agencias de viajes F**

**fuente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Grafico: N° 03 Origen de la demanda extranjera a Chigüilpe F**

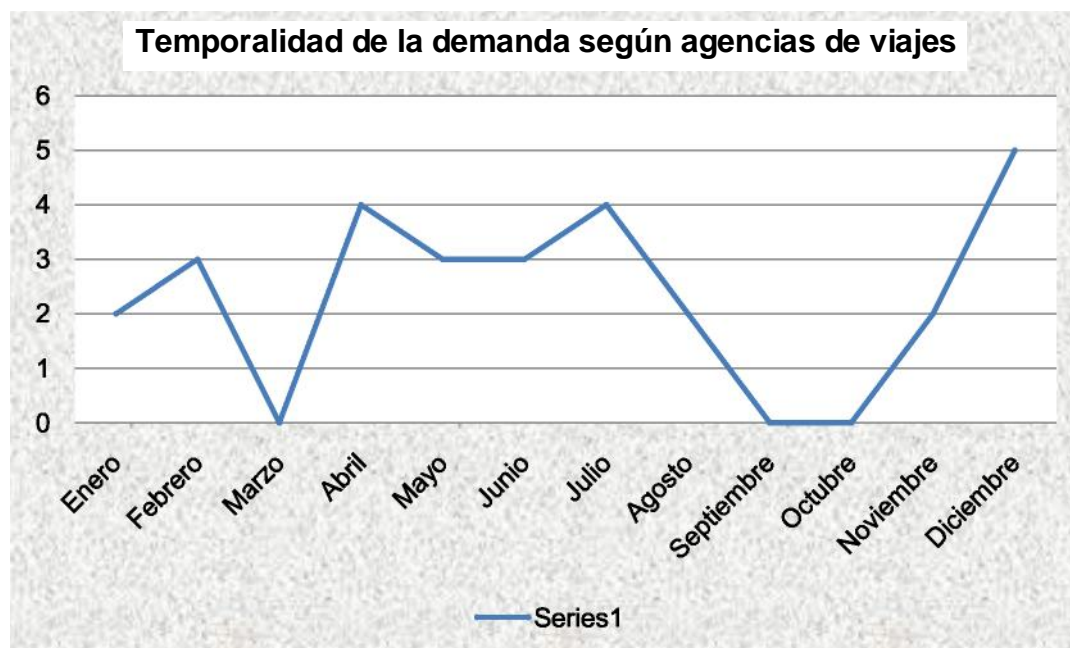
**fuente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 37% de los turistas extranjeros según las agencias y el 40% según la encuesta son norteamericanos seguidos por italianos, alemanes y colombianos. En cambio en la encuesta están franceses y alemanes; esto confirma la tendencia histórica del Ecuador, en cuanto a los mercados emisores de turistas.

## TEMPORADAS DE MAYOR AFLUENCIA TURÍSTICA



**Grafico: N° 04 Temporalidad de la demanda según agencias de viajes F**

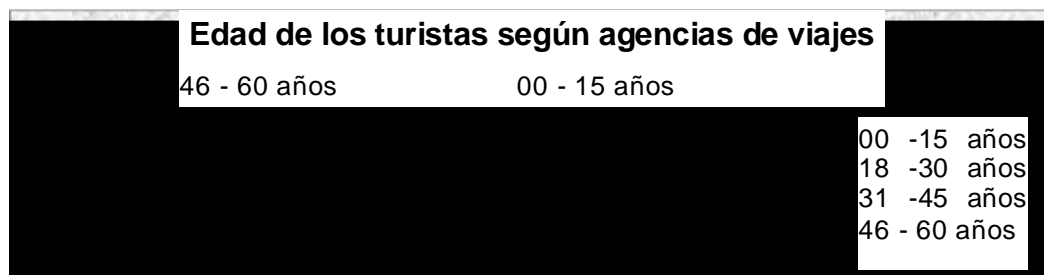
**uente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La demanda se da preferentemente entre los meses de abril a julio y entre los meses de diciembre a febrero, en ambos periodos concuerdan con la temporada alta de turismo para el Ecuador.

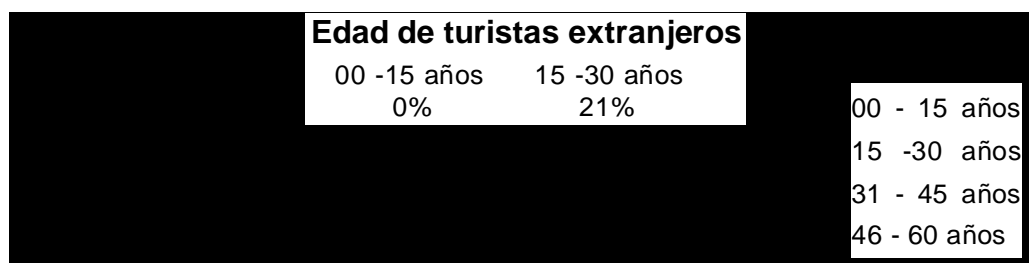
## EDAD



**Grafico: N° 05 Edad de los turistas según agencias de viajes F**

**u ente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Grafico: N° 06 Edad de turistas extranjeros según encuesta F**

**u ente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Grafico: N° 07 Edad de turistas nacionales según encuesta F**

**u ente:** Encuesta aplicada

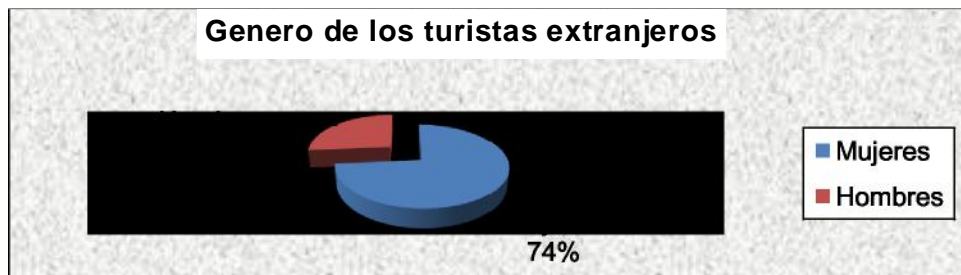
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 37% de los turistas según las agencias se encuentran entre los 31 a los 45 años, el 25% entre los 15 a 30 años y el 19% entre los 46 a los 60 años.

Mientras que el 70% de los turistas extranjeros que visitaron Chigüilpe corresponden al rango de 31 a 45 años, en tanto que los nacionales el 52% se encuentra en el rango de 15 a 30 años, esto indica que en su mayoría los turistas son personas adultas con motivaciones definidas que necesitan ser satisfechas durante su visita a la comuna.

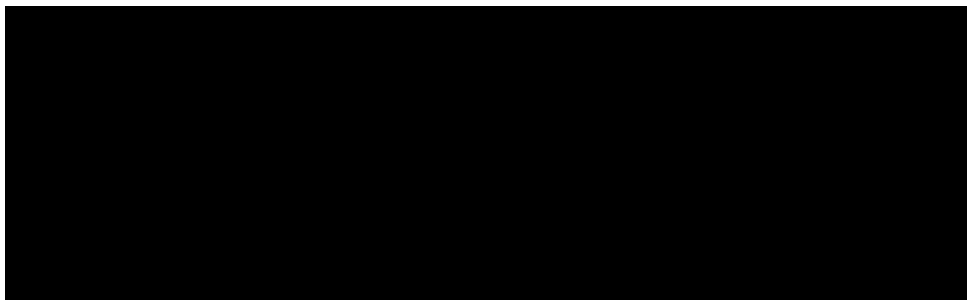
## GENERO



**Grafico: N° 08 Genero de los turistas extranjeros según encuesta F**

**u ente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Grafico: N° 09 Genero de los turistas nacionales según encuesta F**

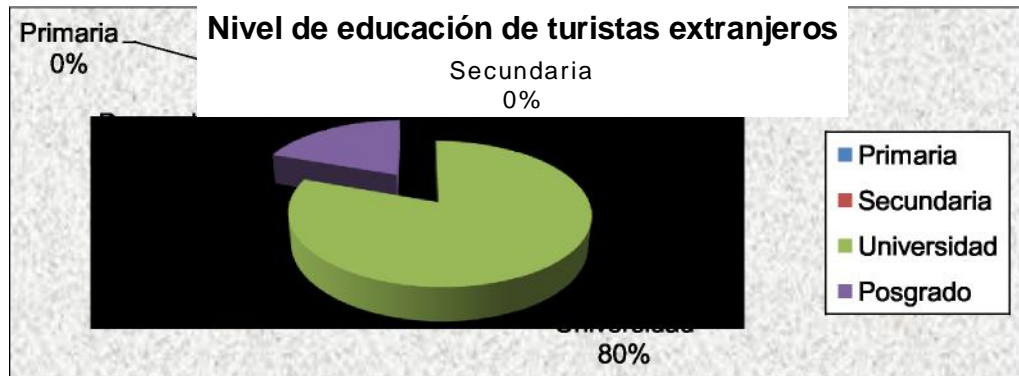
**u ente:** Encuesta aplicadas

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

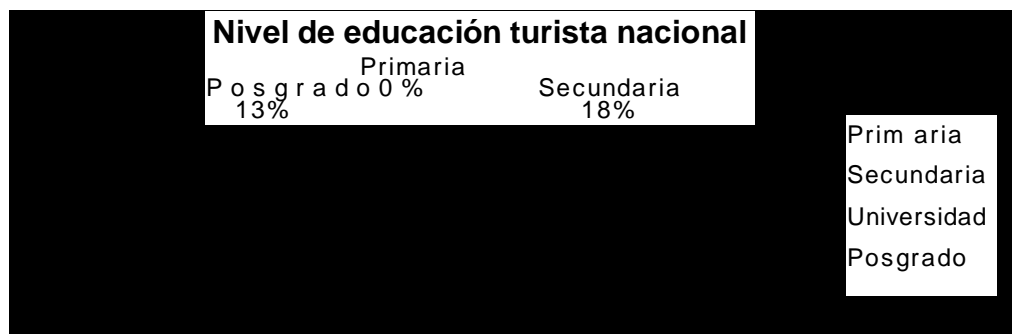
## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según las encuestas el 74% de los extranjeros son mujeres, en cambio en los nacionales representa el 45%. El 26% de extranjeros son hombres y en el caso de los nacionales es el 55%. Esto indica una mayor preferencia de mujeres extranjeras en cambio en los nacionales es mayor el porcentaje de los hombres.

## NIVEL DE EDUCACIÓN



**Gráfico: N° 10 Nivel de educación de turistas extranjeros según encuesta Fuente:** Encuesta aplicada  
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

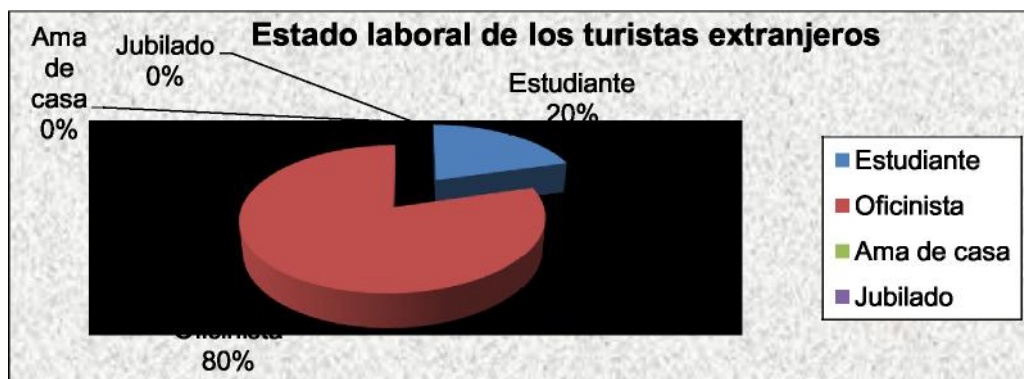


**Gráfico: N° 11 Nivel de educación de turista nacional según encuesta Fuente:** Encuesta aplicada  
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según las encuestas el 20% de los extranjeros tienen estudios de posgrado y los nacionales el 13% tiene dicho grado académico; el 80% de los extranjeros tienen un nivel universitario en cambio en el caso de los nacionales este representa el 69%; esto indica que Chigüilpe posee una demanda de un alto nivel académico, por lo que deberá mejorar su oferta para incrementar su demanda.

## ESTADO LABORAL



**Grafico: N° 12 Estado laboral de los turistas extranjeros según encuesta F**

**u ente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Grafico: N° 13 Estado laboral de los turistas nacionales según encuesta F**

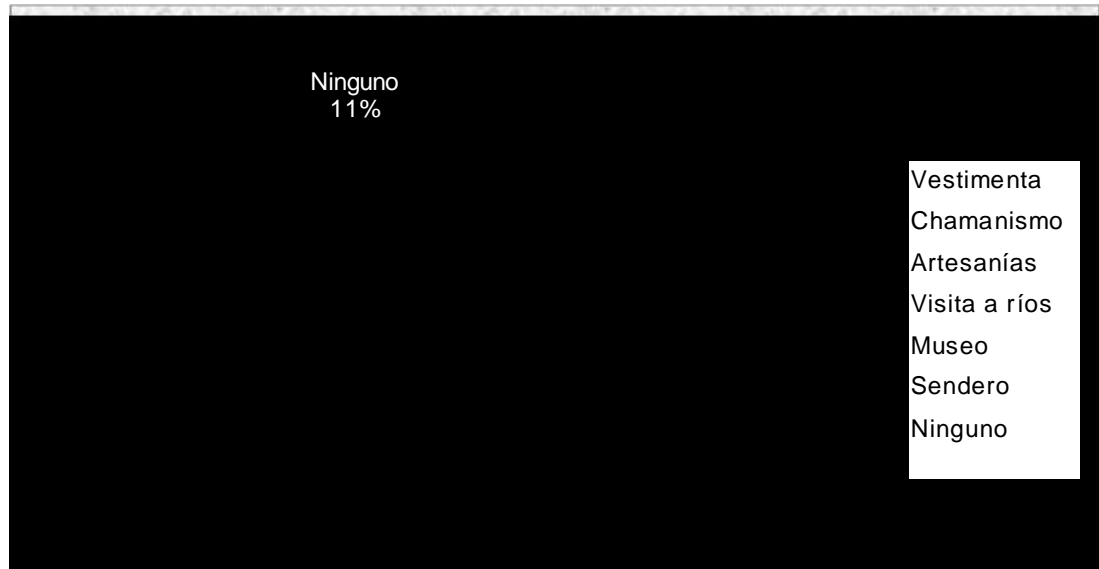
**u ente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 80% de los extranjeros son profesionales que cumplen labor de oficina, mientras que el 53% de los nacionales son estudiantes universitarios, se recalca la necesidad de mejorar la oferta dirigida hacia estos mercados.

## ATRATIVOS QUE MÁS SE INCLUYEN



**Grafico: N° 14 Atractivos que más se incluyen según agencias de viajes F**

**fuente:** Encuesta aplicada

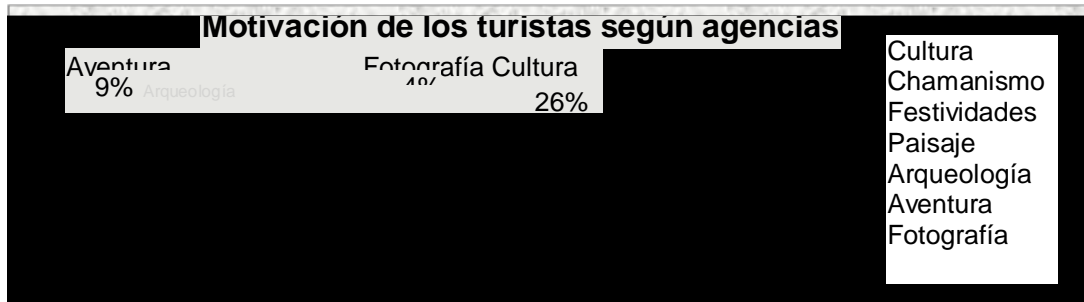
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los únicos atractivos a los que se ha dado prevalencia son al chamanismo y a su vestimenta con un 23% y 22% respectivamente, mientras que con menor porcentaje están sus artesanías, su museo. Esto da la pauta de que es necesario implementar nuevos productos en los que se incluyan la mayoría de sus atractivos, como son su cultura, su gastronomía, senderos naturales, con lo cual mejorara ostensiblemente su oferta.



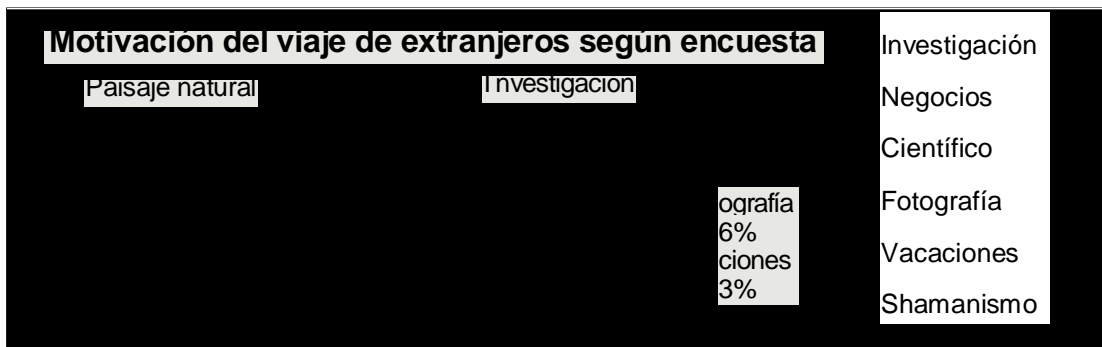
## PRINCIPAL MOTIVACIÓN PARA VISITAR LA COMUNA



**Gráfico: N° 15 Motivación de los turistas según agencias de viajes Fuente:**

Encuesta aplicada

Elaboración: Lic. Johnny Bayas



**Gráfico: N° 16 Motivación de los turistas extranjeros según encuesta Fuente:**

Encuesta aplicada

Elaboración: Lic. Johnny Bayas



**Gráfico:**

**N° 17 Motivación de los turistas nacionales según encuesta Fuente:**

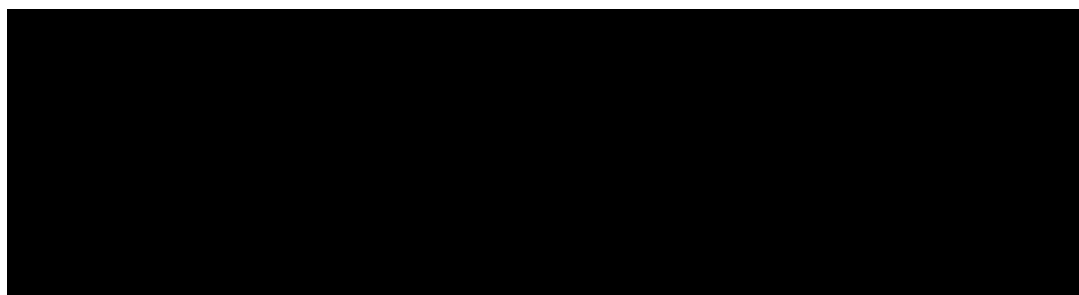
Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo al gráfico el 26% de las agencias considera que la principal motivación de los turistas es la cultura de la Comuna seguido del chamanismo con un 22%, también se considera de importancia las festividades con un 22%. En las encuestas se confirma estos valores ya que el 20% de los extranjeros llegaron por la historia cultural y el 19% por el shamanismo, en tanto que los nacionales el 32% su motivante fue el shamanismo y un 16% la historia cultural; por lo que será necesario estructurar productos que satisfagan estos requerimientos de la demanda.

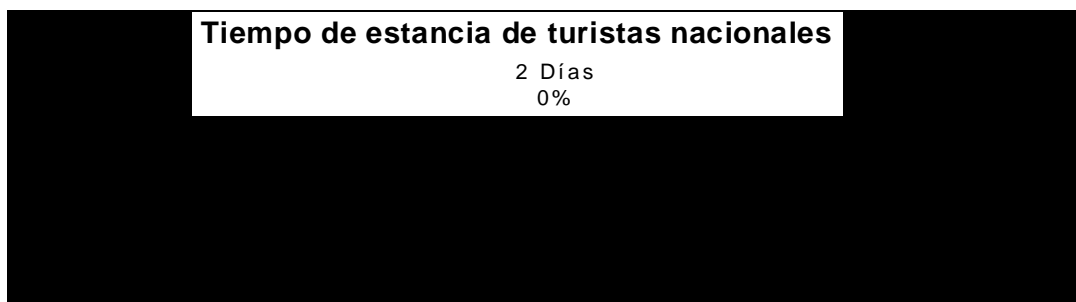
## ESTANCIA



**Gráfico: N° 18 Tiempo de estancia de turistas extranjeros según encuesta**

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Gráfico: N° 19 Tiempo de estancia de turistas nacionales según encuesta**

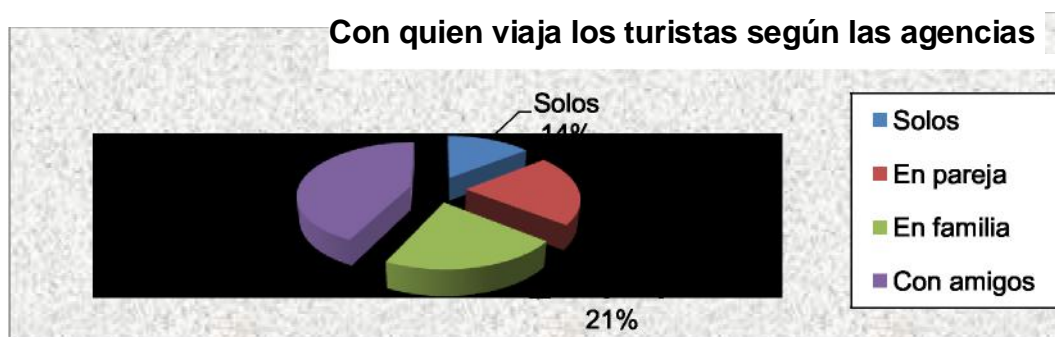
**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

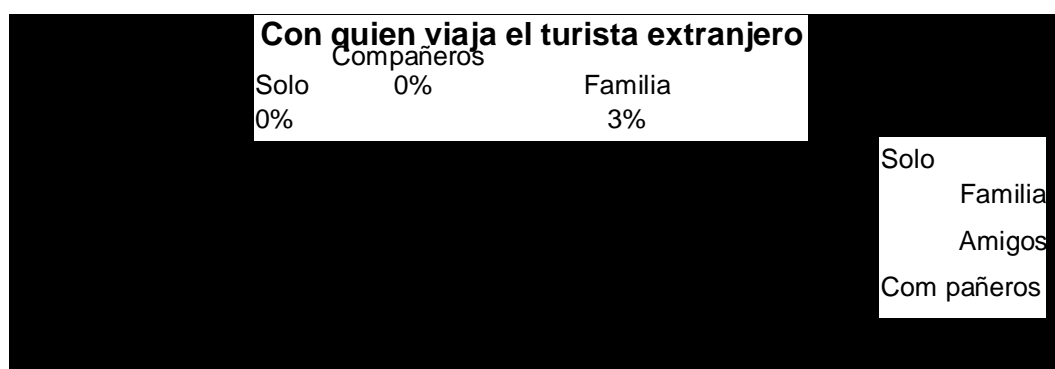
## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los extranjeros en un 74% prefieren una estancia de hasta 2 días, cabe recalcar que en la actualidad la comuna no posee alojamiento, por lo que pernoctan en hoteles de Santo Domingo, en los próximos meses se concluirá la construcción de las cabañas del Centro de turismo Comunitario Tolon – Pelé, con lo cual mejorara ostensiblemente la estancia de los turistas, en tanto que los nacionales prefieren la visita de 1 día en un 100%.

### CON QUIEN VIAJAN HABITUALMENTE LOS TURISTAS



**Gráfico: N° 20 Con quien viajan los turistas según agencias de viajes Fuente:** Encuesta aplicada  
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Gráfico: N° 21 Con quien viajan los turistas extranjeros según encuesta Fuente:** Encuesta aplicada  
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

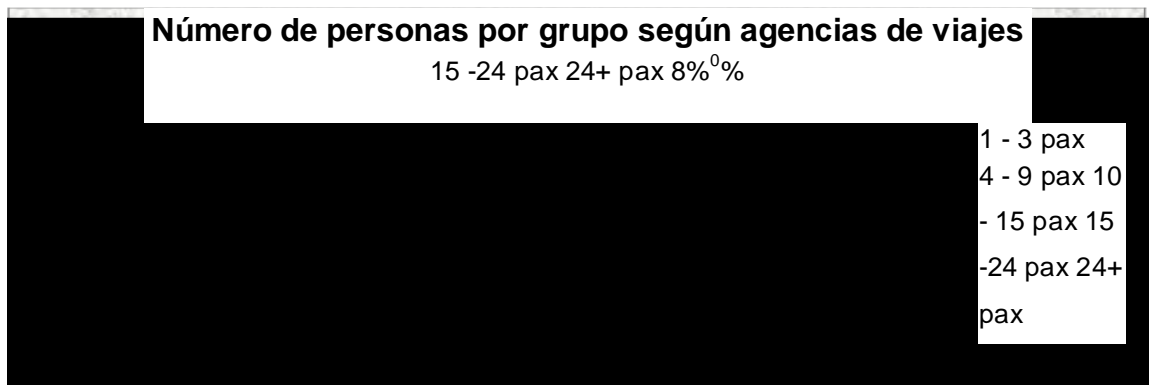


**Grafico: N° 22 Con quien viaja el turista nacional según encuesta**  
**F u ente:** Encuesta aplicada  
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

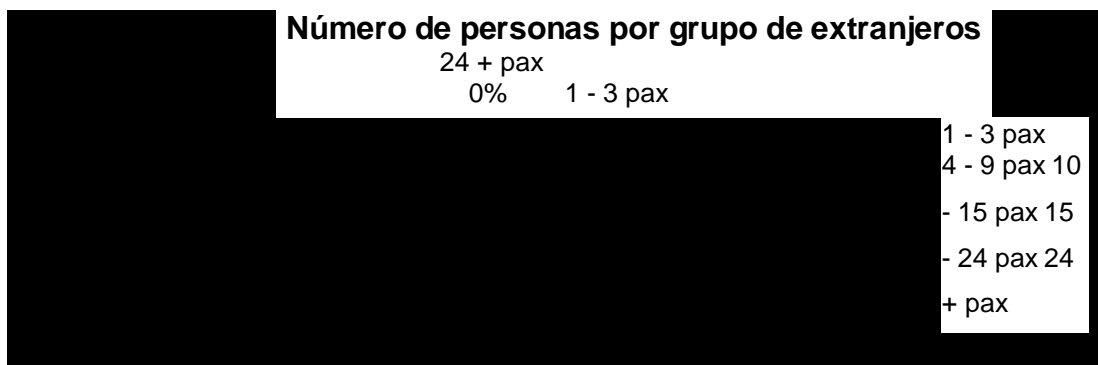
### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 43% de los turistas según las agencias viajan en grupos de amigos, el 22% con su pareja y el 21% viajan con la familia, el 14% viaja solo. Esto concuerda con las encuestas a turistas extranjeros y nacionales los primeros con un 97% y los nacionales con un 74%, siendo un segmento al que se deberá ofrecer productos para fidelizarlo.

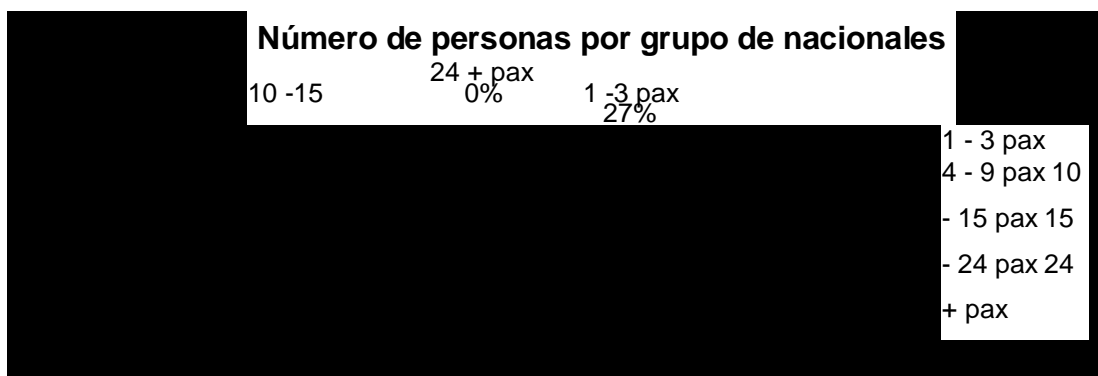
### NÚMERO DE PERSONAS POR GRUPO DE TURISTAS



**Grafico: N° 23 Número de personas por grupo según agencias de viajes**  
**F u ente:** Encuesta aplicada  
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Gráfico: N° 24 Número de personas por grupo de extranjeros según encuesta F**  
**fuente:** Encuesta aplicada  
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Gráfico: N° 25 Número de personas por grupo de extranjero según encuesta F**  
**fuente:** Encuesta aplicada  
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según las agencias el 42% son grupos entre 10 y 15 personas; el 33% son entre 1 y 3 personas y el 17% entre 4 a 9 personas. En las encuestas los extranjeros llegaron en grupo de 4 a 9 personas en un 83% y en un 15% los grupos de 1 a 3 personas. Los nacionales llegaron en grupos de 4 a 9 personas en un 72% y en un 27% grupos de 1 a 3 personas. Esto demuestra que si se mejora los productos y con una buena promoción los beneficios del turismo serian muy palpables para la comuna.

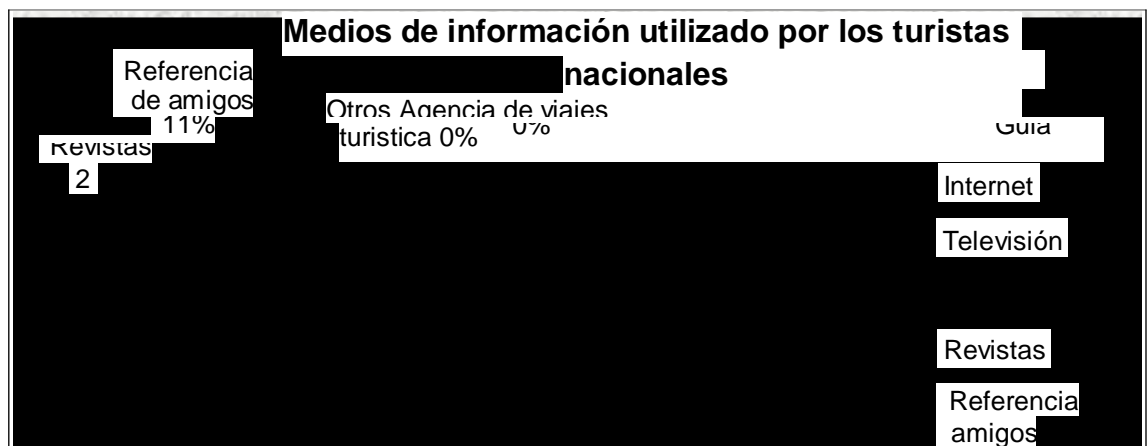
## MEDIOS DE INFORMACIÓN



**Grafico: N° 26** Medios de información utilizada por turistas extranjeros según encuesta

**F u ente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**G rafico: N° 27** Medios de inform ación utilizada por turistas nacionales según encuesta

**F u ente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

De acuerdo a las encuestas el 35% de los turistas extranjeros se informaron de la comuna a través de guías turísticas y un 33% a través del internet; mientras

que los nacionales el 33% lo hizo a través de la televisión y un 30% a través de guías turísticas.

### QUE LES GUSTÓ MAS DE LA COMUNA



**Grafico: N° 28 Que les gustó más a los turistas extranjeros según encuesta F**  
**u ente:** Encuesta aplicada  
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Grafico: N° 29 Que les gusto más a los turistas nacionales según encuesta F**  
**u ente:** Encuesta aplicada  
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

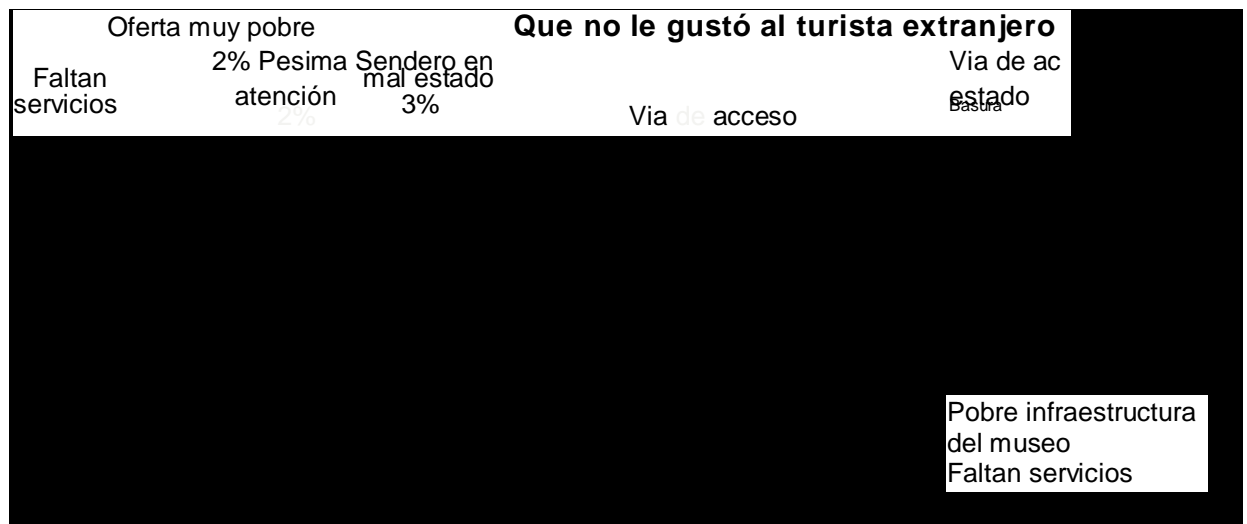
### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Al 21% de los extranjeros y al 16% de los turistas nacionales les agrado la cultura de los Tsa'chilas, mientras que el 13% de los extranjeros y al 28% de los



nacionales les gusta la práctica de shamanismo; por lo tanto es necesario dar realce a estos atractivos culturales que permitirán incrementar la demanda turística a Chigüilpe.

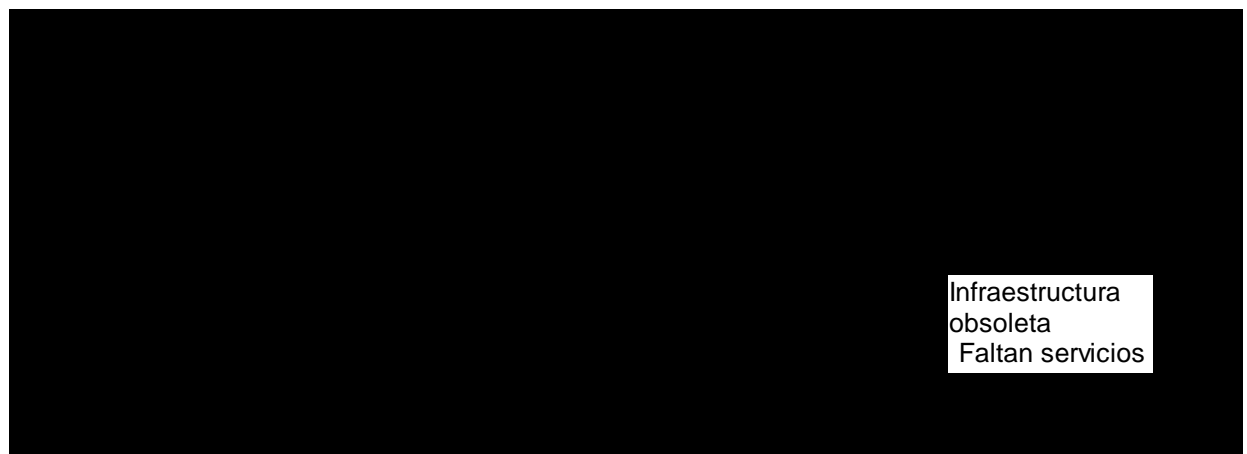
### QUE NO LES GUSTÓ DE LA COMUNA



**Grafico: N° 30 Que no les gustó a los turistas extranjeros según encuesta**

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Grafico: N° 31 Que no les gustó a los turistas nacionales según encuesta**

**Fuente:** Encuesta aplicada

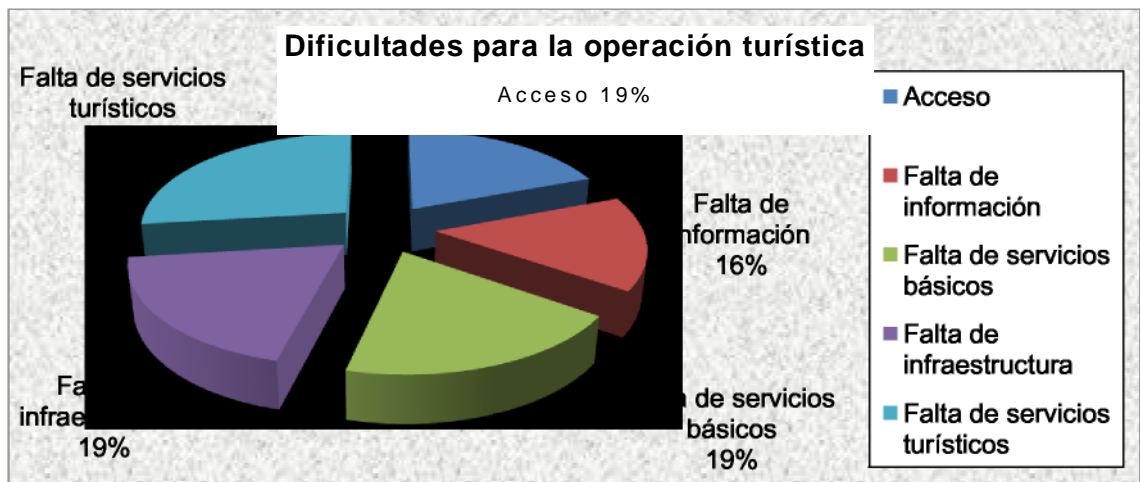
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta al 26% de los turistas extranjeros y al 22% de los turistas nacionales no les gustó el estado de la vía a la comuna y le consideran un gran inconveniente.

De igual manera al 20% de los extranjeros y al 18% de los nacionales les molesta el nivel de contaminación que es visible en el río y el camino de acceso a la comuna. Hay cierta coincidencia, al 18% de los turistas extranjeros y al 20% de los nacionales no les agrada la falta de servicios en la comuna.

### DIFICULTADES PARA LA OPERACIÓN TURÍSTICA



**Grafico: N° 32 Dificultades para la operación turística según agencias de viajes**

**F u ente:** Encuesta aplicada

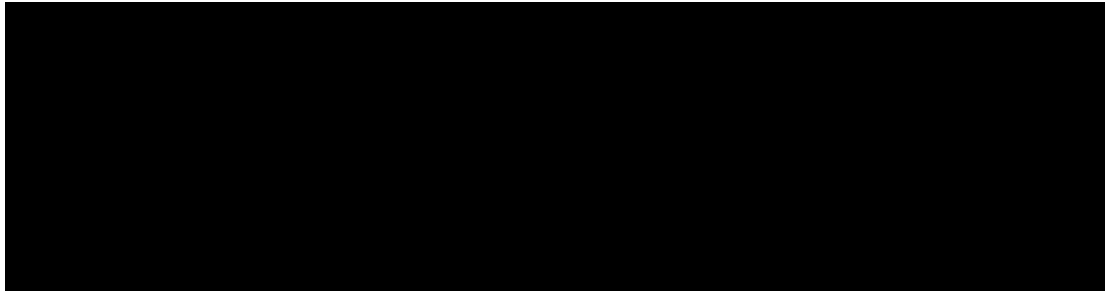
**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Las agencias de viajes consideran en un 27% que la falta de servicios turísticos es una gran dificultad para la operación turística en la comuna, también las dificultades para el acceso, la falta de servicios básicos y la falta de infraestructura considerado cada una con un 19% ; son parte de la problemática para la operación, con un 16% está la falta de información; cada una de estas dificultades deberán

ser tomadas en cuenta en el proceso de estructuración de los nuevos productos para la comuna.

## GASTO TURÍSTICO EN LA COMUNA



### **Grafico: N° 33 Cuanto gasto el turista extranjero según encuesta F**

**fuente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



### **Grafico: N° 34 Cuanto gasto el turista nacional según encuesta F**

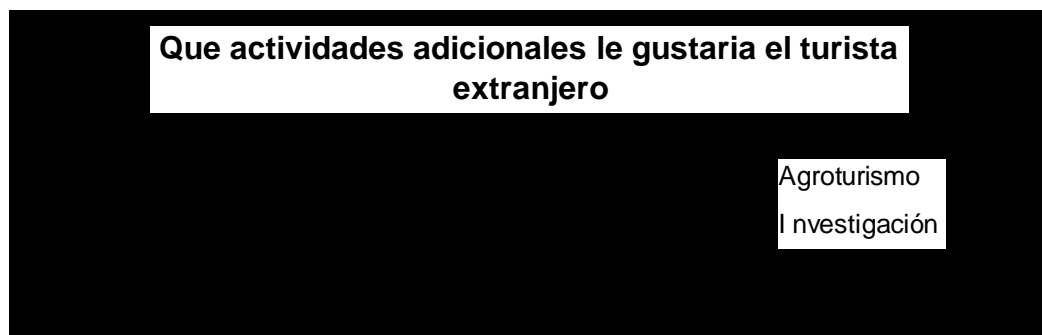
**fuente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Según la encuesta los extranjeros en un 57% gastaron un entre 21 y 40 dólares, y los ecuatorianos un 49% en el mismo rango. Los ecuatorianos gastaron en un 51% entre 6 y 20 dólares, mientras que los extranjeros un 25% en dicho rango; esto indica el volumen de gasto no es muy alto y por lo tanto tiene un fuerte potencial.

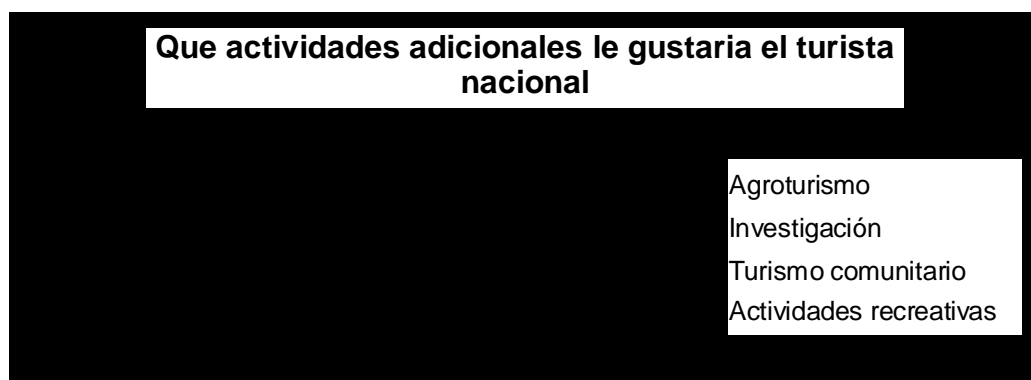
## ACTIVIDADES QUE DEBERÍAN IMPLEMENTARSE



**Gráfico: N° 35** Que actividades adicionales le gustaría al turista extranjero según encuesta

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Gráfico: N° 36** Que actividades adicionales le gustaría al turista nacional según encuesta

**Fuente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Existe una coincidencia entre turistas nacionales y extranjeros respecto a la implementación de turismo comunitario con un 32% y 40% respectivamente, de igual forma respecto al agroturismo con un 36% los extranjeros y un 34% los nacionales; esto indica que las posibilidades de desarrollo de la comuna son

amplias.

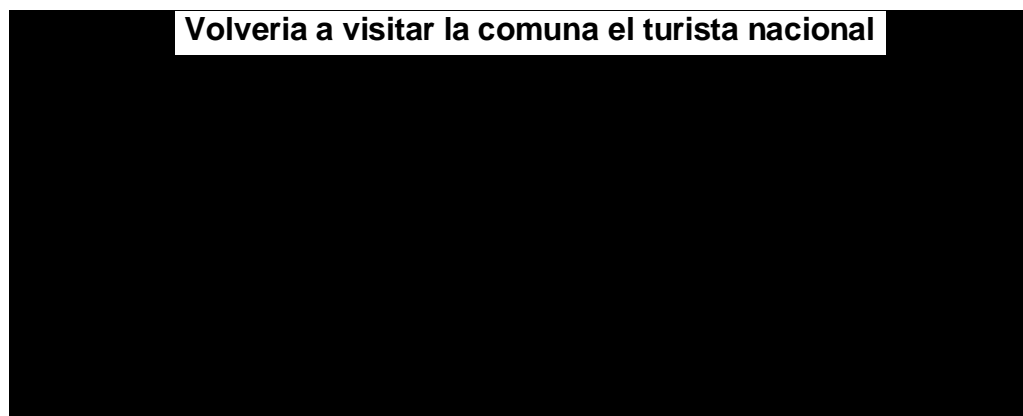
## VOLVERÍA A VISITAR LA COMUNA DE CHIGÜILPE



**Gráfico: N° 37 Volvería a visitar la comuna el turista extranjero según encuesta**

**F u ente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas



**Gráfico: N° 38 Volvería a visitar la comuna el turista nacional según encuesta**

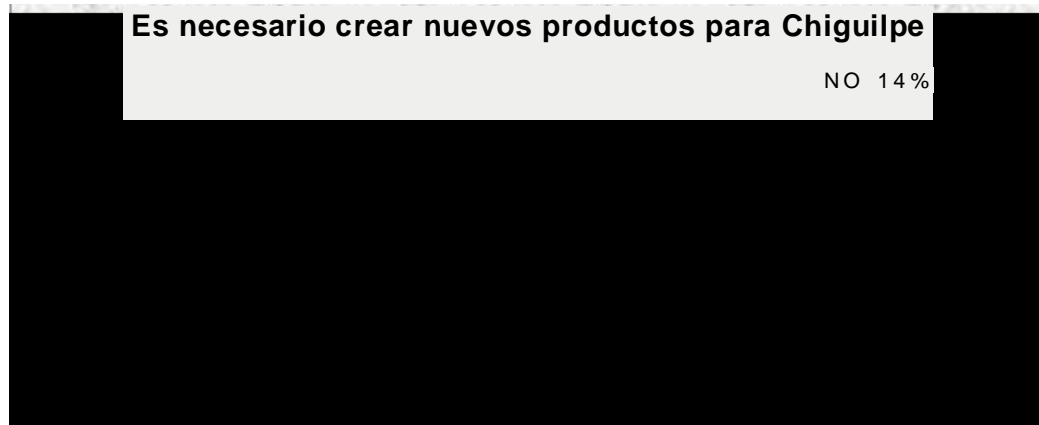
**F u ente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 65% de los extranjeros y el 95% de los nacionales indican que les gustaría regresar a la comuna, lo que indica una demanda constante a futuro para Chigüilpe, más aún con la implementación de la nueva infraestructura de Tolón – Pelé.

## NECESIDAD DE NUEVOS PRODUCTOS TURÍSTICOS



**Gráfico: N° 39 Es necesario crear nuevos productos según agencias F**

**u ente:** Encuesta aplicada

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 86% de las agencias de viajes encuestadas consideran la necesidad de crear nuevos productos, ya que consideran que lo que poseen no ha sido aprovechado adecuadamente, además de que es indispensable mejorar su promoción. El 14% considera que no es necesario ya que lo primero debería ser la capacitación de las Comuna para que manejen de manera adecuada la actividad turística en su Comuna.

## 4.1.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

### 4.1.2.1 INVENTARIO TURÍSTICO DE LA COMUNA DE CHIGÜILPE

N°	NOM BRE	CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	JERARQUIA
1	Museo etnográfico	Manifestaciones culturales	Históricos	Museo etnográfico	I
2	Fiesta del Ka'sama	Manifestaciones culturales	Acontecimientos programados	Fiestas	II
3	Limpias shamánicas	Manifestaciones culturales	Etnografía	Shamanismo	I
4	Reserva ecológica Uni - Shu	Sitios Naturales	Áreas protegidas	Reserva ecológica	I
5	Etnia Tsa'chila	Manifestaciones culturales	Etnografía	Grupos étnicos	II
6	La bala	Manifestaciones culturales	Etnografía	Comidas y bebidas típicas	I

**Fuente:** trabajo de campo

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## 4.1.3 SERVICIOS TURÍSTICOS EXISTENTES EN CHIGÜILPE

### ALOJAMIENTO

En la actualidad no se ofrece el servicio de alojamiento pero en el centro de turismo comunitario Tolon – Pelé se ofrecerá en los próximos meses alojamiento, para nacionales o extranjeros en 10 cabañas nativas, con acomodación doble, triple y cuádruple.



## **ALIMENTACIÓN**

En el museo etnográfico se ofrece el servicio de alimentación únicamente previa reservación, por lo general con 1 o 2 días de anticipación; el menú tradicional que se ofrece consta de guanta asada, con una bala de verde, una guaña en hojas de bijao y un *M AYO N (g u san o de la pal ma)* acompañada de *M ALA* chicha de maduro. En ciertos casos por pedido de los visitantes se reemplaza con pollo o carne de res.

En el centro de turismo comunitario Tolon – Pelé cuando ya inicie la operación de su restaurante se ofrecerá comidas tradicionales.

## **GUIANZA**

La Guianza completa en el museo etnográfico tiene una duración de 45 minutos, consta de un recorrido donde se explica el origen de los Tsa'chilas, su vestimenta, su flora y fauna, mito, leyendas, artesanías.

El recorrido hacia Wuapilu – Uni – Shu tiene una duración de 4 horas observando diversidad de flora, fauna y cultivos hasta llegar al río Otongo – Mapali donde se encuentra la piedra Uni – Shu.

El recorrido por el sendero Jelen – Minu tiene una duración de 5 horas en este recorrido se puede observar la diversidad de flora medicinal, utilizada por los Poné indígenas.

## **MUSEO TSA'CHILA**

Es una muestra de su cultura ancestral está dividido en cuatro sectores, el de artesanías elaboradas de semillas, pulseras, lanzas de chonta; allí también se puede observar el proceso de elaboración de su vestimenta típica.

Otro sector es el de música y danza con sus instrumentos como la marimba, el *G U A B A B U C T U*  
*M* bombo grande, el *S H U A D E* palo de lluvia.

También es posible adquirir los CD's de música grabada por el grupo musical del museo.

El sector que más llama la atención es el de shamanismo, que se encuentra en un cubículo bajo tierra, cubierto con paja toquilla, en el cual se realizan los rituales shamánicos.

Finalmente está el sector de interpretación de plantas curativas donde se explica detalladamente la función y el proceso de uso de las mismas.

#### **4.1.4 PLANTA TURÍSTICA DE SANTO DOMINGO**

La estratégica posición geográfica de Santo Domingo y su incesante desarrollo económico y urbano han influido para que exista una variada tipología de establecimientos de hospedaje, que prestan servicios en diferentes categorías y con una planta e instalaciones con diversas facilidades.

Estos servicios se encuentran preferentemente en el sector urbano, mientras que son menos frecuentes en el rural, donde se encuentran algunas hosterías.

**Cuadro N° 03 Resumen de establecimientos de Alojamiento del cantón Santo Domingo**

<b>Establecimientos de Alojamiento</b>			
<b>Clasificación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Número</b>	<b>Total</b>
Hostal	Primera	2	8
	Segunda	6	
Hostal Residencial	Primera	1	24
	Segunda	12	
	Tercera	11	
Hostería	Primera	6	7
	Segunda	1	
Hotel	Primera	4	10
	Segunda	5	
	Tercera	1	
<b>TOTAL</b>			<b>49</b>
<b>Fuente: Cámara de turismo de Santo Domingo</b>			

**Cuadro N° 04 Resumen de establecimientos de Alimentación del Cantón Santo Domingo.**

<b>Establecimientos de Alimentación</b>			
<b>Clasificación</b>	<b>Categoría</b>	<b>Número</b>	<b>Total</b>
Bar	Segunda	1	8
	Tercera	7	
Fuente de Soda	Segunda	1	6
	Tercera	5	
Restaurante	Primera	4	65
	Segunda	9	
	Tercera	43	
	Cuarta	9	
<b>TOTAL</b>			<b>79</b>
<b>Fuente: Cámara de turismo de Santo Domingo</b>			

#### 4.1.5 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

**C u a d r o N° 05.** Análisis de las comunas consideradas competencia para Chigüilpe

<b>NOM BRE</b>	<b>SERVICIO</b> <b>PRECIO</b>	<b>ACTIVIDADES</b>	<b>CAPACIDAD DE ALOJAMIENTO</b>	<b>TURISTAS POR AÑO</b>	<b>CANAL ES DE DISTRIBUCIÓN</b>
<b>C H I G Ü I L P E</b> <b>T olon – Pelé</b> <b>M useo Etnográfico</b>	<b>Alojamiento</b> Habitación Doble 15 USD Habitación triple 25 USD Habitación Cuádruple 30 USD <b>Alimentación</b> Desayunos 3 USD Almuerzos 6 USD	Caminatas Guianza Observación de aves Visita a huertos Shamanismo Caminatas nocturnas	40 PAX	1100	Internet Guías turísticas Operadoras
<b>El Poste</b>	<b>Alimentación</b> Almuerzo 6 USD Box lunch 3 USD	Caminatas Guianza Shamanismo	....	....	Guías turísticas Operadoras
<b>E l B ú a</b>	<b>Alimentación</b> Almuerzo 6 USD Box lunch 3 USD	Caminatas Guianza Shamanismo	....	....	Guías turísticas Operadoras
<b>Peripa</b>	<b>Alim entación</b> Almuerzo 6 USD Box lunch 3 USD	Caminatas Guianza Shamanismo	....	....	Internet Guías turísticas Operadoras

## 4.2 DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

### 4.2.1 UBICACIÓN

Chigüilpe está situada en el kilómetro 7 de la vía Quevedo a 20 minutos de Santo Domingo con una extensión aproximada de 1285 hectáreas, existe alrededor de 93 familias y cerca de 300 personas aproximadamente.

### 4.2.2 ORIGEN

Hasta el momento se tiene pocos datos respecto al pasado de los Tsa'chilas, los únicos datos recogidos indican que en su momento de máximo esplendor, ocuparon una inmensa área cerca de la cuenca del río Esmeraldas al norte hasta el Babahoyo al sur, desplegando una intensa actividad comercial con los grupos del litoral, hasta el oriente. El término *Colorado* fue asignado por los misioneros en virtud de la costumbre que tiene de pintarse el cabello de color rojo.

En su lengua que es el *TSA'FÍQUI verdadera palabra*, Tsa'chila significa *hombres, o seres humanos, la verdadera gente*. Esta lengua pertenece a una rama de la familia lingüística Chibcha, se trata de una lengua de tradición oral.

El Tsa'fiqui tiene cierta similitud en el léxico con el *CHÁ PALAA* (idioma de la nacionalidad Chachi) y con el *AWAPÍT* (idioma de la nacionalidad Awá), pero a la vez registra grandes diferencias en el sistema fonológico, sintáctico y en la estructura gramatical, por lo que se puede decir que son lenguas diferentes. La población Tsa'chila, que habría alcanzado la cifra de hasta 30.000 habitantes en los inicios de la colonia, según Cabello y Balboa; sufrió una disminución progresiva debido a diversos factores, siendo el último una epidemia de viruela a principios de siglo, que habría provocado una de las grandes migraciones desde la zona de Cocaniguas al norte de Santo Domingo, hasta las actuales ubicaciones. Se puede calcular la actual población Tsa'chila en cerca de 3500, residentes en las 7 comunas, que son el poste, Peripa, Otongo – Mapali, Chigüilpe, Colorados del Búa, Congoma grande, Los Naranjos; hasta 1997 también se consideraba a Tahuaza (Filomena Aguavil) como comuna pero debido a la circunscripción

territorial que en un inicio comprendía aproximadamente 125 hectáreas y se ha reducido a 30 hectáreas principalmente por la venta realizada por parte de sus dirigentes a personas mestizas, además la población Tsa'chila la conforman apenas 30 personas, razón por la cual ya no la considera una de las comunas Tsa'chilas.

#### **4.2.3 ORGANIZACIÓN SOCIO POLÍTICA**

La estructura organizativa de la Nacionalidad Tsa'chila está constituida jerárquicamente por la Asamblea General, el Consejo de Gobernación, los Cabildos Comunales y las Comisiones Comunales. Los Cabildos Comunales se sujetan a la Ley de Régimen de Comunas y presentan la terna para la elección del Teniente de la Comuna quien los representa en el Consejo de Gobernación; en caso de ausencia, es sustituido por el Gobernador.

Los Tsa'chila tienen dos formas de autoridad: el Cabildo, organización establecida por el Estado, y la tradicional con un jefe llamado "Miyá", que legendariamente siempre ha sido un "Pone" o "Vegetalista", como su máxima autoridad. El Miyá ordena las actividades cotidianas de la Comuna y cura las enfermedades, ya que tiene el poder que le dan los espíritus; es quien preserva la memoria colectiva y el saber de su pueblo y lucha por la defensa de su identidad y su cultura; por lo tanto, es el guía espiritual y conductor social y político.

La Asamblea General es la máxima instancia y autoridad de resolución de la Nacionalidad Tsa'chila y está compuesta por los miembros Tsa'chilas, mayores de 18 años, de las siete comunas, estas son uniones de familias nucleares con vínculos de consanguinidad y afinidad patrilineales, y se constituyen en núcleos de cooperación y ayuda mutua.

En lo referente a la administración de justicia, y para las mejoras de obra, los Cabildos son la primera instancia de solución; las resoluciones allí tomadas sirven como documento de antecedente para las resoluciones de otras instancias. El Gobernador es la autoridad inmediata y representativa de la nacionalidad

Tsa'chila y es electo en forma democrática en Asamblea General, con voto secreto; su nombramiento es de carácter vitalicio, sin ser hereditario.

El Consejo de Gobernación está conformado por los Tenientes de las Comunas y está presidido por el Gobernador y, en su ausencia, por el Presidente del Cabildo.

#### **4.2.4 ECONOMÍA**

En el trabajo de su chacra, *WITA*, emplean el sistema de rosa y quema que lo practican en la estación seca; cultivan sus productos a inicios de la estación lluviosa. El hacha y el machete son sus herramientas principales de trabajo. El plátano es su principal producto del que cosechan diversas variedades. Además cultivan yuca, cacao, maní, caña de azúcar, café, camote, pimienta, ají, achiote, calabazas; frutales como piñas, chonta, papaya, coco, guaba, zapote. Estos productos son destinados para la subsistencia, y los excedentes a la comercialización en los mercados locales.

En su chacra cultivan además otros productos no alimenticios: plantas para la pesca como el barbasco y diversidad de plantas medicinales. El profundo conocimiento sobre el poder curativo de las plantas, es uno de los rasgos más importantes de la identidad y la cultura Tsa'chila. Recolectan semillas y palmas de diferentes árboles como chonta, plátano, palma real, etc., además de una diversidad de larvas comestibles.

Para cazar, antiguamente utilizaban la bodoquera que prácticamente ha desaparecido por el empleo de la carabina introducida por los colonos mestizos. Entre los animales que cazaban antiguamente estaban: sajino, guanta, guatusa, armadillo, cucucho y varios roedores, entre otros, en la actualidad es difícil encontrar, ya que la cacería indiscriminada los han llevado a refugiarse en la montaña.

La pesca es otra actividad de subsistencia que aún tiene importancia. Pescan, entre otros, el

boc

achico, el campeche, el barbudo, guaña, dama; tortugas.



La pesca está destinada básicamente al autoconsumo. Para la pesca emplean dos tipos de redes, la raya y la atarraya; trampas o "lechos de pescado" como el batán; y venenos naturales como el barbasco. Últimamente se ha generalizado el uso de la dinamita, lo que está provocando un acelerado proceso de disminución de la población de peces y problemas de contaminación en los ríos.

La ganadería se ha convertido en su nuevo modelo de reproducción económica, especialmente el ganado porcino, cuya producción la venden a los intermediarios o en los mercados locales. Además, en menor proporción, se dedican a la crianza de gallinas destinados generalmente al mercado local.

#### **4.2.5 INFRAESTRUCTURA BÁSICA**

##### **SALUD**

No existe un centro de salud; hace 8 años se construyó una infraestructura pero lamentablemente nunca se lo implementó, en la actualidad está siendo utilizado por la policía; en caso de emergencias, acceden al centro médico del Kilometro 6 en el sector de la Aurora o sino en el centro de salud de Santo Domingo.

##### **EDUCACIÓN**

La comuna cuenta con una escuela Uni docente "Enrique Terán"; la mayoría de habitantes han culminado la instrucción primaria, actualmente los jóvenes terminan la instrucción secundaria y muy pocos la instrucción superior. Pues la mayoría después de acabar la escuela o colegio prefieren trabajar en la ciudad de Santo Domingo.

##### **AGUA**

El agua que abastece a la comuna es de pozo pero, es tratada en una planta ubicada a un kilómetro de esta, pero a pesar de eso se recomienda llevar botellas de agua al momento de realizar el recorrido con los turistas.

## **LUZ**

Chigüilpe está conectado al sistema interconectado que abastece a todos los moradores de la comuna.

## **AL CANTARIL LA DO**

No tienen sistema de alcantarillado, las aguas servidas van a pozos ciegos.

## **DESECHOS SÓLIDOS**

No existe ningún sistema de recolección de basura, habitualmente se lo arroja a los terrenos, posiblemente para los primeros meses del 2011 cuenten con un recorrido de recolección de basura ofrecido por el municipio de Santo Domingo.

## **ACCESIBILIDAD**

Existen dos líneas la Cooperativa Santo Domingo y la Cooperativa San Jacinto que hacen tres recorridos diarios, en la mañana, el mediodía y la tarde.

La vía principal de acceso es la carretera construida en los años 60, la cual se encuentra en buen estado, pero esta únicamente llega hasta la escuela Enrique Terán desde allí lamentablemente los ramales se encuentran en estado deplorable.

## **COM UNICACIÓN**

No existe telefonía convencional pero si existe servicio móvil de Porta y Movistar, aunque existen ciertos inconvenientes con la señal.

En la comuna la recepción de canales en señal abierta es regular, no cuentan con servicio de televisión por cable. La recepción de emisoras radiales es buena, existen variedad de emisoras. Hasta el momento no llega ningún tipo de prensa escrita.

## 4.2.6 LA CULTURA TSA'CHILA

### VIVIENDA

Las viviendas ancestrales *TOACH I YA*, estaban construidas sobre una planta rectangular, tenían 3 secciones. El primer espacio que correspondía a un área que estaba fuera de la casa, que tenía una cubierta pero no paredes conocida con el nombre de *ORATO*, era el área social de la casa. Aquí se encontraba asientos de madera llamados *C H I POLO*, elaborados con balsa, que se utilizaban para sus reuniones familiares; actualmente se puede observar sillas y mesas plásticas, también se encontraba la Marimba y el *CU N U N U* o tambor pequeño; y diversas herramientas.

El segundo espacio era conocido como *N I N F U* era el área de la cocina; allí existía una especie de mesa de madera, en el interior de esta área se encontraba antiguamente un fogón en medio de la arena, actualmente ya utilizan cocinetas o cinas a gas; los utensilios domésticos están colgados en las paredes sobre el fogón, como el *F U R I N B A C Ú*, mate para recoger el agua o una bebida, la *RE LU SA* tabla sobre la cual se aplasta el verde con el mazo llamado *RE LU SA C H I D E* para preparar la bala, también está el *K I YO* (especie de parrillas hecho de pambil picado), que sirve para ahumar el pescado y la carne de los animales que sirven de alimento para la familia que habita la vivienda.

El tercer espacio se llamaba *TAM Ó* y corresponde al área del dormitorio del padre, la madre y los hijos pequeños, allí se encontraba el *NA CUYAN* (hamacas para niño recién nacido), el *SO K O* (especie de corral para niños), y la *LOA* (cama hecha de caña guadua); cuando había jóvenes, se construía un dormitorio cercano a la casa.

Se utilizan maderas propias de la zona para la construcción de sus viviendas, así: el *SH I P U M PO* pambil o la chonta, que se lo utiliza para los pilares que sirven de base a la casa; luego, las paredes que se recubren de *PA K I KA* caña guadua machacada o de madera de monte como el *OSAD E* laurel,

en el techo también se utiliza la guadua; sobre el techo se ponen hojas de *BI SOLA* palma o de *PESO* toquilla, esta palma va entretejida para permitir una impermeabilización de la casa. Estas construcciones están sobre el suelo, por tanto, el piso es la tierra misma.

Actualmente se está perdiendo la vivienda tradicional, los Tsa'chilas prefieren las construcciones modernas con bloque y cemento; incluso están a la espera de la construcción de viviendas por parte del gobierno.

## **V E S T I M E N T A**

El hombre utiliza una especie de faldilla conocida como *MAMPETSAM PA* la misma que le cubre desde la cintura hasta las rodillas, es una tela de algodón con franjas horizontales negro y blanco alternadas, representa los colores de la serpiente X una de las mas venenosas y mortales también representa el día la noche el bien y el mal.

Esa faldilla va sujeta a la cintura con una faja conocida como *SENDORI* que también es de algodón. Se complementa el vestido con una tela de colores llamativos sobre el hombro izquierdo, esta tela se la conoce como *PANUNANUN*, se lo utilizaba en ocasiones como fiestas y reuniones.

Los hombres usan una corona de algodón conocida como *MISLI*, además, acostumbran a pintarse el rostro, los brazos y piernas con franjas horizontales utilizando el achiote que les da una coloración roja y, utilizando otro vegetal llamado *MALI* que les da una coloración negra; adicionan esto con unas pulseras de plata llamadas *KALATASLI* que lo mandaban a confeccionar los Tsa'chilas antiguos para utilizarlos como símbolo de energía y fuerza lo llevaban en las dos muñecas y esto a futuro lo entregaban para sus hijos y así sucesivamente.

Se pintan el cabello con achiote *MU*, se lo cortan en forma ovoide y compacto, la consistencia compacta se debía al uso del *TANGARÉ*, actualmente utilizan vaselina solida.

Las cintas multicolores que los hombres Tsa'chilas llevan en el cuello como adorno y **O** representa los colores del arcoíris a mas de las cintas también llevan el *PANU WI NUN* (pañó para el cuello), en ocasiones también llevan collares hechos de semillas que representan protección o especie de amuletos.

La vestimenta de la mujer consiste en el uso de una falda, que se llama *TU NAN*, que se diferencia de la del hombre en que es una tela grande que le cubre desde la cintura hasta los tobillos, se sujeta al cuerpo con un nudo en las puntas; los colores característicos son: el rojo, el amarillo, verde y morado, tomate, azul.

Antiguamente las mujeres no se cubrían el dorso en la actualidad usan el *KACH I DONU N* para cubrirse la parte del pecho ya que la influencia de las religiones determinaron que andar con el dorso desnudo representa falta de respeto y esto incidía en el morbo de los primeros colonos; se complementa con el adorno en el pelo, ya sea con el uso de cintas en representación a la variedad de contrastes que ofrece la naturaleza representada por *M APIAN* (diosa de las montañas), hoy se utiliza también vinchas; también Usan el *WI N* como adornos en el cuello y estos los confeccionan usando semillas de árboles y arbustos como el *WU AM PAN I* (semillas de san Pedro), *KA TI KA* (semillas de palma), *D ELAN I* (semillas de arbustos) entre otras semillas y materiales.y una tela de algodón *PA N U DON U* lo utilizan para cubrirse la espalda este tiene varios los colores ya que por costumbre a las mujeres Tsa'chilas siempre les atrae los colores fuertes y todo lo que sea llamativo.

## **ALIMENTACIÓN**

La base de su dieta es el plátano, un producto que fue introducido en América por Tomás de Berlanga en 1.516 y que se difundió rápidamente entre los indígenas, gracias a los mecanismos de intercambio que existía entre ellos. La manera más común de prepararlo es el *ANÓ I LÁ* es decir el plátano molido, comúnmente llamado *BA LA*, este se lo cocina, muele y luego se le da la forma cilíndrica de unos 3 a 5 cm. de diámetro por 15 o 20 cm. de largo, otra preparación es el *LU CU PI TUM BI* sopa preparada con el plátano rallado,

*LÚNM ALA* colada de plátano maduro, *WATSA TAM AL I* masa de plátano rallado condimentado con un pedazo de pescado envuelto en una hoja de bijao.

La yuca es otro de sus alimentos indispensables, se lo utiliza para preparar la sopa del día, se continúa usando el maní mezclándolo con plátano asado o cocido., el *G U ATZA PA 'CA* que es el bocachico, barbudo y guaño, envueltos en hoja de bijao y asado en fogón de leña, el *M ALÁ* licor hecho de caña y maíz fermentado, el *M A LÚN* gusano que crece en la palma, asado con verde.

### **MAT RIM ONIO**

Un número considerable de uniones maritales se establecen intercomunalmente, antiguamente la elección de la pareja correspondía a los padres del novio a muy temprana edad y en el momento de la formalización de la unión el novio debía entregar presentes a la familia de la novia, en forma de carne de caza principalmente. La joven pareja residía en la casa de los padres del novio hasta el nacimiento del primer hijo, tiempo en el cual el joven ya había trabajado su parcela para mantener a su familia. El embarazo en las mujeres solteras es una transgresión castigada por la tradición, generalmente con la entrega de la joven a un viudo o a un anciano soltero de la Comuna, aunque estas resoluciones han disminuido y otra alternativa es el aborto o la entrega de la criatura a mujeres estériles o dispuestas a aumentar su prole, esta situación se da por la unión con hombres no Tsa'chilas. En la actualidad todo esto ha quedado atrás y se han adaptado a las costumbres de la cultura mestiza.

### **SHAMANISMO**

Los Tsa'chilas reconocían como jefe al *PONE* o *MI YÁ* quien era la máxima autoridad, que lideraba al grupo. En la actualidad todavía existen algunos *PON E*, pero ya no son reconocidos como autoridad. Los *SHAM A N ES* eran los detentores del poder por excelencia tanto político, como mágico – religioso; las dos figuras con poder, el *M I YÁ* con el rol de mediador, y él *SHAM ÁN* con el rol

de gobernador; tal es el caso de Abraham Calazacón, el primer gobernador, reconocido por el estado ecuatoriano, que fue un importante Shamán.

Se ha podido identificar aproximadamente 300 variedades de vegetales que usan para el tratamiento de diversas dolencias y enfermedades.

## **M ÚSICA**

En cuanto a la música vernácula, poco se sabe de su verdadero origen, su principal instrumento es la marimba, construido con 20 teclas de chonta desde la más chica que mide 25 cm. de largo por 5 cm. de ancho, están tendidas horizontalmente sobre dos soportes cada tecla tiene su propia caja de percusión que responde a las vibraciones producidas por el golpeteo de las teclas, las cajas de percusión son cañas guaduas desde la más grande que mide 60 cm. de largo hasta la más pequeña que mide 9 cm.; se desconoce el origen de la marimba, aunque se mantiene la teoría del origen africano.

Otros instrumentos que utilizan son la *G U ABA BU CTU M* bombo grande, elaborado de balsa cubierto con piel de saíno, el *SH U AD E* palo de lluvia elaborado con el guarumo y semillas *D ELAN I*.

El museo etnográfico ha editado un CD con la música representativa de los Tsa'chilas, entre las que se destacan *LA KI TERA*, *PONÉ (RITUAL)*, *CH IWIFI NALA SONA*, danza para el Mala, *KUNDA PINDA*.

## **ART ESANÍAS**

La artesanía no es una actividad que les ofrece muchos recursos ni tiene mayor salida en el mercado turístico; su producción, más bien, está destinada al autoconsumo. Se dedican al tallado de balsa, caña, pambil y otras maderas. Antiguamente se dedicaban a la cestería, actividad que no era exclusiva femenina, puesto que algunos hombres también elaboraban canasto y atarrayas para la pesca, en menor escala la alfarería.

Antiguamente la artesanía textil, para la confección de la faldilla tradicional *M ANPE TSAM PA* para los hombres y *TU NAN* para las mujeres, era una tarea específica de las mujeres y la mitología atribuye su origen a la madre de las estrellas *TSABO AYAN*.

Estas actividades artesanales están casi desapareciendo como consecuencia de la introducción de productos que encuentran en los mercados locales, también por la dificultad para encontrar las materias primas en una selva ya casi desaparecida, sin embargo, su empeño cultural, ha permitido delegar estas funciones a otros grupos étnicos como los otavaleños, quienes tejen estas prendas y las comercializan personalmente en las comunas Tsa'chilas.

Una artesanía que está teniendo mayor empuje es la bisutería, se elaboran pulseras de tagua, bambú, caña y semillas de *H UAI RU LO*, se elaboran también llaveros, bolsos, *TU NAN* y lanzas de chonta; esta se comercializa principalmente en la celebración del *KA 'SAM A*.

## **F I E S T A S**

La etnia Tsa'chila no posee ninguna festividad ancestral, la influencia de los misioneros católicos motivaron el desarrollo de ciertas celebraciones como bautizo, matrimonio.

La celebración del Ka'sama, surge recién en 1997 luego que un grupo de jóvenes deciden organizar un evento que les permite recuperar sus costumbres y tradiciones; con el apoyo de los sacerdotes dominicos organizan esta celebración a la que denominan *KA 'SAM A* (Nuevo año), los dominicos sugirieron hacerlo coincidir con la celebración de la semana santa, el jueves santo y el sábado de gloria



#### 4.2.7 INVENTARIO DE LA DIVERSIDAD FLORÍSTICA

**Cuadro N° 06 Diversidad de especies de flora de la zona**

NOM BRE COM ÚN	NOM BRE TSA'CHILA	NOM BRE CIENTÍFICO	USO TSA'CHILA
Jengibre rojo Michiquipanga Bijagua	Lu Tumbaca	<i>Renealmia alpinia</i>	Colorante natural.
Betilla	Elena shili	<i>Dioscorea</i> <i>cf. meridensis, Ipomoea</i> <i>L.</i>	Infección estomacal, perfume, enfermedades venéreas.
Tangare Caoba Brasilia Carapa	Lonkoka	<i>Carapa guianensis</i>	Insecticida. Anti-inflamatorio, Corteza del fruto sirve para el colesterol y la diabetes.
Escancel – Gusanera Pie de paloma	Escancel	<i>Iresine celosoides</i>	Colorante natural energizante.
Albahaca negra	Paban Te'fun	<i>Ocimum campechianum</i> <i>Mill</i>	Flor (alivia molestias en los ojos) – Hojas (saca la mala energía).
Albahaca común	Fiban Te'fun	<i>Ocimum campechianum</i> <i>Mill</i>	Flor (alivia molestias en los ojos) – Hojas (saca la mala energía).
Barbasco	Kajali	<i>Liabum Adans</i>	Desinfectante, veneno (utilizando en pesca), desintoxicante.
Abelmosco/hibisco	burutunga	<i>Abelmoschus</i> <i>Moschatus medikus</i>	Como bebida alivia el dolor de estomago-semillas sirven para producir perfumes
papachina	Tsampo	<i>Guarana c.f</i> <i>espinulosa (poepp, &amp; endl) cogn.</i>	Alimenticio usado en la preparación de cremas.
	Lo~"ki	<i>Podandrogyne ducke</i>	Para aliviar dolor producido por golpes. Insecticida, alucinógeno, desinflamante
Anís / acuyo / hoja santa / matico / yerba de soldado / matico falso / cordoncillo.	Fiban wapingu	<i>Piper bellidifolium</i> <i>yunck piper aduncum</i>	Molestias de estómago, dolores musculares, resfriados, anti diarreico, astringente, antiséptico, próstata.
Yuca /mandioca	A" kurata"pe	<i>Manihot esculenta</i> <i>crantz, podandrogyne</i> <i>ducke</i>	Mejora la memoria
Albahaca Silvestre Gallant-soldier Kleinblutiges Guascas-colombia	Pumpu ta" pe	<i>Gallisonga parviflora</i> <i>Cav.</i>	Baja el colesterol, alivia Dolores del Corazón

	Lu Nepi Wa Nepi	<i>Tabernaemontana L.</i>	Limpieza estomacal, energizante, alivia el stress, cicatrizante, desinflamante, alucinógeno.
	Tsetsero	<i>Chamaedorea Wild.</i>	Colorante, con Mali y ampo sirve para tinturar ropa.
Caña agria	Ko'konla	<i>Costus Scaber (Ruiz &amp; Pavon)</i>	Problemas de riñón y vejiga, para la vista.
Caña agria	Ko'konla	<i>Gynerium sagittatum</i>	Problemas de riñón, colesterol, para problemas de diabetes, para la vista
Jergon Sacha hierba del jargon taja-de-cobra.	So'potede	<i>D racontium cf. Croatti</i> <i>G .H. Zhu</i>	Se usa como antiofídico (contra mordedura de culebras). Antiviral, antiinflamatorio.
Barbasco	Bumshili	<i>Lonchozarpus utilis</i> <i>A.C. Smith</i>	Insecticida. Desintoxicante.
Barbasco	Talu	<i>Phyllanthus anisolobus</i> <i>Mull. Arg.</i>	Insecticida. Desintoxicante.
	Fiban O'tonkoro – ta'pe	<i>Pseuderanthemum</i> <i>Radlk.</i>	Raíz y hoja se usa como desparasitante.
	Luban tini	<i>U rera baccifera (L.)</i> <i>Gaudich. Ex Wedd</i>	Usado contra ataques epilépticos, clasificación de hueso, osteoporosis, reumatismo, artritis, nervios
	Fiban tini	<i>Urera baccifera (L.)</i> <i>Gaudich. Ex Wedd.</i>	Enfermedades venéreas. Lavado de estómago, reumatismo, artritis, nervios. Raíz vías urinarias, ovarios, hígado.
Hierba del vómito.	Ka'tsa Ta'pe	<i>No identificada.</i>	Purgante, alivia gases y provoca vómito.
	Rondo Ta'pe	<i>Pi lea Lindi.</i>	Bueno para digestión y para lavado estomacal.
Barba chivo	Mana te'se	<i>Jatropha L.</i>	El líquido del tallo alivia la gastritis, hígado, riñón.
	Yu'kan luli	<i>Cordia L.</i>	Actúa como repelente por la noche.
	Somba Pa'ki	<i>Justicia L. / Ruella L.</i>	Para presión baja.
Guasuya, Huasuya, Aguasuya, Guñusa, Wayusa.	Da ka – pi	<i>Ilex G u ayu sa L oesn er</i>	Antidiabético
Punta lanza.	Teya-ja	<i>Columnea picta H.</i> <i>Karsten</i>	Presión baja y para purificar la sangre.
	Wale Pa'ki	<i>Fittonia Coemans</i>	Para tratamientos de inflamación de vías urinarias.

Zaragosa.	Tenka – shili	<i>Philodendron Schott</i>	Dolor del corazón y picadura de culebra.
	A'san Ta'pe	<i>Columnnea spathulata Mansf.</i>	Controla las hemorragias.
	Lamari Ta'pe	<i>Bryophyllum pinnatum (Lam.) Oken</i>	Contra dolor de cabeza. Desmayo causado por el colesterol.
	Pini Ta'pe	<i>Pilea microphylla (L.) Liebmann / Tectaria nicotianifolia (Baker) C. Chr</i>	Estimulante. Repelente.
	Awedo Tajpe	<i>Fittonia Coemans</i>	Contra picadura de culebra, alacrán, araña e insectos.
Hierba sapo	Buru Ta'pe	<i>Begonia L.</i>	Para tumores y alivia golpes y calambre. Desinflamante.
Menthol	O'fo ta'pe	<i>Polygala paniculata L.</i>	Para lavar las heridas. Contra la gripe/tos. Resfriados, bronquitis, sinusitis, asma.
	Pia – de	<i>Boehmeria Jacq.</i>	Sirve como coagulante, desinfectante.
	Woso'ka	<i>Eucharis Planch.</i>	Contra paño blanco, hongos.
	Fiban pempo	<i>Cissus L.</i>	Bueno para la digestión y combatir gastritis junto con agua de cordoncillo y látex de Sande. Solo actúa como desparasitante.
Caña gigante	Wa Pa'ki	<i>Dendrocalamus giganteus</i>	Contra el envejecimiento mezclado con Elena sili.
	Mali		Tinta corporal
	Tu pansi pa'ki	<i>Selaginella lingulata Spr in g</i>	Tranquilizante y para insomnio.
	Wa ampurú	<i>Piper umbrellatum L.</i>	Para presión baja, mejor circulación de la sangre, baño caliente para dolor de huesos y reumatismo.
Puño de león	Ara tside	<i>Hemidictium marginatum (L.) C.</i>	Caída de cabello y piel seca.
	Chanchui		Colesterol, ataques epilépticos y dolor de cabeza.
	Chia'ku ta'pe	<i>Seleginella geniculata (C. Pr esl. Spr in g)</i>	Presión baja y dolor del corazón.
	Ampo		Masticar hoja para prevención de caries.
	Paban Shili Ampo	<i>Piper L.</i>	Las mujeres lo mastican para prevenir caries.

	Puban kara		Se lo utiliza como infusión, controla el colesterol y activa la circulación de la sangre.
	Jelen Diku	<i>Piper augustum</i> <i>Rudge</i>	Infusión de hoja y raíz para dolor de parto. Alivia el dolor de cabeza.
	Kolin ara shili	<i>Lomariopsis japurensis</i> (Mart.) J. D. Smith	Infusión del interior del bejuco, con raíz chiparo y hoja de sompaqui y miel de abeja.
	To pa'ki	<i>Paretar i a debi lis G.</i>	Extracto de hojas machacadas para el mal de orina.
	Parishili	<i>Bomarea M irb.</i>	El bejuco se pela, se seca y se hace infusión.
	Kiri Ta'pe		Hojas frescas machacadas para frotar en sarpullidos y picaduras de insectos.
Sandae	Fuka / Sandae – Fuka	<i>Brosimum utile (kunth)</i> <i>Pittier</i>	Látex para gastritis intestinal
Luano	A'san Ta'pe	<i>H eli con i a L.</i>	Infusión de hojas y raíz para hemorragias y control de menstruación.
	Kunta Ta'pe	<i>Geogenanthus rhizanthus (ule)</i> <i>Brückner</i>	Infusión para circulación de sangre y regula el colesterol.
	Jelen Pin'ku	<i>Piper augustum Rudge</i>	Infusión: aromático estimulante, contra gonorrea, hemorragias, próstata, astringente, antiséptico, antidiarreico.
	Pa'ko Telenle	<i>Coussapoa ovalifolia</i> <i>Trécul</i>	Se usa el agua que sale de la corteza para las cataratas y limpieza de ojos.
	Fiban Luano	<i>Heliconi aemygdiana</i> <i>Burle-marx</i>	Raíz y semillas en infusión para la digestión.
	Mapini Ta'pe	<i>U echaris Planch</i>	Infusión o cataplasma para la circulación de sangre, dolor de cuerpo, articulación y artritis.
	Wa'tsa Senko		Se utiliza la infusión de hojas machacadas y reposadas al sereno para baños frescos, para drogadicción, para sahumeros, plagas y como diurético.
	Chi'kui		Hojas alimenticias, se utiliza para preparar sopa.
Achiote	Mu	<i>Bixia Orellana</i>	Colorante para pelo y comidas (aceites).

Guabo de Bejuco	Pi'tsan	<i>Inga heteróptera Benth.</i>	Se comen las semillas y las hojas en infusión sirven para dolor de estómago y diarrea.

**Fuente:** Henry Calazacón, Investigación de campo y revisión bibliográfica

**Elaboración:** Henry Calazacón y Lic. Johnny Bayas.

#### 4.2.8 INVENTARIO DE LA DIVERSIDAD FAUNÍSTICA

##### Cuadro N° 07. Fauna representativa de la zona

Nombre vulgar	Nombre científico
Armadillo	<i>Dasyprocta</i>
Guanta	<i>Cuniculus paca</i>
Sajino	<i>Tayassu tajacu</i>
Guatuso	<i>Dasyprocta punctata</i>
Conejo de monte	<i>Oryctolagus cuniculus</i>
Tigrillo	<i>Leopardus pardalis</i>
Serpiente	<i>Micrurus Altirostris</i>
Gavilán	<i>Parabuteo unicinctus</i>
Colibrí	<i>Campylopterus ensipennis</i>
Serpiente X	<i>Bothrops atrox</i>
Serpiente coral	<i>Micrurus ancoralis</i>
Bocachico	<i>Prochilodus magdalenae</i>
Dama	<i>Brycon alburnus</i>
Barbudo	<i>Rhandia Wagne</i>
Guanchiche	<i>Hoplias Microlepis</i>

**Fuente:** Henry Calazacón, Investigación de campo y revisión bibliográfica

**Elaboración:** Henry Calazacón y Lic. Johnny Bayas.

#### 4.3 VARIANTES DE TURISMO PARA CHIGÜLPE

##### 4.3.1 AGROTURISMO

*También conocido como agro ecoturismo, es aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos*



*de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos.*

<http://www.grupochorlavi.org/php/doc/documentos/Elagrotur.pdf>

El agroturismo debe fundamentarse sobre los criterios de sustentabilidad, es decir, que su impacto sobre el medio ambiente garantice un destino turístico sostenible. Además que el mismo beneficie a todos los actores involucrados, es decir, que sea viable económicamente, ecológicamente sostenible, socio-culturalmente aceptable y que proporcione satisfacción en el turista.

Esta por lo tanto es una alternativa viable para la comuna de Chigüilpe, debido a que la principal actividad económica a la que se dedican es la agricultura y se convertiría en una variante económica de ingresos para todos aquellos que participen de esta modalidad de turismo.

*Existen dos características del turismo en el espacio rural que agregan elementos a la presentación de esta actividad como elemento de una estrategia de desarrollo. La primera tiene relación con el potencial turístico del medio rural, asociado a que éste no exige que la región tenga atractivos naturales extraordinarios, sino que posea aspectos culturales bien desarrollados; una arquitectura apreciable, una gastronomía característica, que la población conserve sus hábitos y costumbres, tornando la zona interesante, como un todo, y la segunda, tiene que ver con la posibilidad de crear eslabonamientos con otras actividades tales como la elaboración de alimentos caseros (panes, pasteles, quesos, cecinas, conservas, mermeladas, dulces, miel, etc.), los restaurantes de comidas típicas, la artesanía, los paseos (de carreta y/ o a caballo), los senderos para caminatas ecológicas, entre otros.*

[http://www.rimisp.org/dfid/colonial\\_es.pdf](http://www.rimisp.org/dfid/colonial_es.pdf)

Algunas características básicas del agroturismo podrían ser aplicables a la comuna de Chigüilpe, por:

■ Ser compatible con el desarrollo de sus actividades, la conservación del territorio y su aprovechamiento turístico. Porque difiere de la oferta turística convencional de grandes concentraciones y a gran escala, en este caso se habla de equipamientos y servicios a pequeña escala y despolarizado en el territorio.

■ Porque se desarrollan actividades complementarias en contacto con la naturaleza y con la población local.

■ Porque es una inyección de dinero a la economía comunitaria local sin caer en la tentación de pensar que el turismo sea la panacea de las economías agrarias deprimidas.

■ Porque es un tipo de turismo que debe ser organizado y gestionado por la población local, evitando dejarlo en manos de empresas ajenas al área de desarrollo.

■ Porque se incorpora a la arquitectura tradicional y típica de la comuna.

### **4.3.2 TURISMO COMUNITARIO**

En la actualidad el turismo comunitario viene a cambiar el concepto sobre cuáles son las expectativas de un turista cuando conoce un destino determinado.

*Es la relación entre la Comuna y sus visitantes desde una perspectiva intercultural en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados. (PLANDETUR 2020. 2006: 74)*

El turismo comunitario se caracteriza por el contacto con la naturaleza e involucra a los visitantes a participar en las diferentes actividades diarias de una determinada localidad, la cual se caracteriza por no tener una gran infraestructura



turística pero si ha hecho un trabajo de mantener su cultura e identidad a través del tiempo, creando una singularidad.

Al hacer partícipe al turista en actividades de la comuna de Chigüilpe se lo hará sentir como “uno más de la comuna”, integrándolo con la naturaleza y las costumbres de la étnica Tsa’chila, aprovechando esta singularidad altamente valorizada por países del primer mundo, ya que se le brindará al turista una alternativa interesante con respecto a unas “vacaciones convencionales”, al ofrecerles un contacto con la naturaleza, trato personalizado y un intercambio cultural muy significativo.

#### **4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS**

Si se parte de la hipótesis planteada al inicio del presente trabajo de investigación y de acuerdo a la información recopilada a las agencias de viajes, turistas nacionales y extranjeros en las encuestas, se procede a la verificación de la hipótesis a través de la valoración cualitativa, que se basará en la preguntas directrices del presente trabajo:

##### **¿Por qué son importantes los atractivos turísticos para la comuna de Chigüilpe?**

Basándose en los resultados de las encuestas realizadas se determinó que para el 64% del personal de agencias, el 55% de los turistas extranjeros y el 67% de los turistas nacionales, los atractivos turísticos culturales de la comuna son los principales motivantes para visitar la comuna.

Además de que tanto para el 65% de los turistas extranjeros y para el 95% de los turistas nacionales, les gustaría volver a visitar la comuna; basados en las experiencias vividas durante su estadía en Chigüilpe, por lo que la importancia de los atractivos es muy alta.

**¿Qué beneficios le generará a la comuna desarrollar una oferta en base a sus atractivos turísticos?**

Los beneficios para la comuna serán principalmente económicos, ya que si con las características actuales de infraestructura y servicios existe un promedio anual de 1100 turistas; y si se toma en cuenta que el 74% de los turistas extranjeros prefieren una estadía de 2 días, con un gasto promedio entre 21 y 40 dólares según el 57% de extranjeros; dichos beneficios serán importantes lo que favorecerá considerablemente a su desarrollo comunal.

**¿Qué valor les da la jerarquización a los atractivos turísticos de la comuna?**

La jerarquización de los atractivos tiene un valor alto ya que según el 86% de las agencias esto permitirá el desarrollo de nuevos productos turísticos; e inclusive la implementación de nuevas modalidades turísticas como el agroturismo según el 36% de turistas extranjeros y el 24% de nacionales; o la implementación del turismo comunitario según el 40% de turistas extranjeros y el 32% de turistas nacionales, por lo que dicha jerarquización serán una pauta importante para el desarrollo de Chigüilpe.

Por lo tanto se demuestra que:

*Los atractivos turísticos tienen una gran incidencia en el desarrollo de la comuna de Chigüilpe.*

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 5.1**

### **CONCLUSIONES**

- A. Al realizar el diagnóstico situacional de la Comuna de Chigüilpe se pudo conocer las condiciones actuales en que viven, donde uno de los problemas que más les afecta es la falta de servicios básicos como agua potable, alcantarillado, recolección de basura, salud, servicios que se vienen gestionando desde algún tiempo atrás pero que las autoridades han hecho caso omiso a estas peticiones.
- B. Al inventariar los atractivos se encontró que la mayoría son de Jerarquía I que muy bien podría ser utilizados en conjunto para atraer a los turistas, en la actualidad estos atractivos son poco promocionados y eventualmente se los ha incluido como parte del recorrido en los paquetes.
- C. Se pudo determinar el perfil del turista extranjero que visitó la comuna es 51% europeo y 40% norteamericano con un rango de edad de 31 a 45 años, poseen estudios universitarios, sus principales motivantes son la cultura y el shamanismo, generalmente viajan con amigos en grupos entre 4 y 9 personas, se informan vía guías turísticas e internet y han tenido un gasto diario entre 21 y 40 dólares.
- D. Se pudo determinar el perfil del turista nacional que visitó la comuna tiene un rango de edad de 15 a 30 años, poseen estudios universitarios, sus principales motivantes son la investigación y el shamanismo, generalmente viajan con amigos en grupos entre 4 y 9 personas, aunque existe un 26% viaja también con familiares; se informan a través de guías turísticas y la televisión, y han tenido un gasto diario entre 6 y 20 dólares.
- E. Como parte del estudio realizado se determinó que el 32% de turistas nacionales y el 40% de turistas extranjeros desearían que se implemente el

- F. turismo comunitario, pues es una actividad nueva en el mercado; esto abre puertas para crear nuevas ofertas turísticas.
- G. En lo referente a la oferta turística se determinó que tanto los turistas nacionales como extranjeros les gusta realizar caminatas por los senderos naturales, el shamanismo, la cultura ancestral Tsa'chila, compras de artesanías entre otras, con estos criterios se debería estructurar un producto turístico que englobe estas actividades en la comuna de Chigüilpe, el mismo que tendría muy buena acogida.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

- A. Es necesario que las autoridades competentes se preocupen por dotar de los servicios básicos a esta comuna como es el alcantarillado, recolección de basura, implementación del centro médico.
- B. Se recomienda estructurar productos turísticos orientados al agroturismo y el turismo comunitario, en los que se incluyan actividades de caminata, observación de flora y fauna, convivencia con la Comuna, elaboración de artesanías entre otras actividades.
- C. Sería importante que se busque nuevos mercados para la venta de artesanías ya que el trabajo que ellos realizan es muy bueno, pero la mayoría de las ventas solo lo hacen a turista que visitan la zona.
- D. Se recomienda buscar nuevas alianzas estratégicas con operadoras y agencias.
- E. Diseñar un sistema de comercialización y difusión de la Comuna de los distintos productos turísticos que se elaboren para lograr un posicionamiento

de la oferta turística.

- F. Las personas de la comuna deben comprometerse con el trabajo comunitario para que funcione adecuadamente y deben ser consientes que la actividad turística es una alternativa extra a sus labores y que les permite mejorar su nivel de vida pero siempre y cuando ellos se valoren y no pierdan sus costumbres y tradiciones.

## **CAPITULO VI**

### **LA PROPUESTA**

#### **6.1 DATOS INFORMATIVOS**

##### **TITULO**

Paquetes turísticos integradores para la comuna Tsa'chila de Chigüilpe.

#### **6.2 ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA**

En el año 2006 el gobierno del Ecuador con el apoyo del BID inicio el desarrollo del denominado PLANDETUR 2020, uno de los análisis realizados en los antecedentes de este proyecto es que *La fortaleza del país en el mercado turístico internacional radica en su acervo natural y en los valores culturales de sus habitantes. En tal sentido, la diversidad natural y cultural del país juega un papel determinante en la sostenibilidad del turismo y los beneficios económicos asociados con él (PLANDETUR 2020; 2006:10)*; este análisis sustenta el gran valor cuantitativo y cualitativo de los atractivos turísticos, ya que sin ellos no es posible la movilización de los flujos turísticos nacionales o internacionales.

*De igual manera se observa que existen otras zonas de interés turístico que no se han logrado consolidar como destinos, como las áreas protegidas y algunas poblaciones dispersas en el territorio nacional o que se encuentran cercanas a sitios de interés turístico o de patrimonio cultural, pues no se han visto beneficiadas por el turismo, ya que no se han constituido como proveedores de bienes y servicios. (PLANDETUR 2020; 2006:257)*; es por lo tanto indispensable aprovechar el potencial turístico de la comuna, ya que tanto su

peculiaridad cultural a más de su entorno natural, viabilizan la actividad turística, la cual se convierte en un medio de desarrollo, razón por la cual es imprescindible potencializarla y convertirla en un referente turístico para la zona.

### **6.3 JUSTIFICACIÓN**

Los primeros pasos en el diseño de una política turística deben dirigirse a la identificación y evaluación del producto turístico que mejor se adapte a los requerimientos del mercado, de modo que se optimicen, económica y socialmente, las inversiones a realizar. En esencia, este producto turístico consiste en el conjunto de recursos naturales, humanos y materiales con capacidad de atracción que el área a planificar puede ofrecer, complementado por un equipo de apoyo y promovido por una organización de ventas efectiva.

Sin embargo, la mayor parte de la investigación turística hasta ahora, y por extensión el diseño de la planificación de la actividad, ha prestado muy poca atención al producto turístico básico: el atractivo turístico.

El desarrollo de la propuesta les proporcionará a dicha comuna mejorar su capacidad de gestión permitiéndoles el desarrollo de nuevas oportunidades de ■ negocios y proyectos para los indígenas de la comuna de Chigüilpe; lo que conllevará un impacto positivo en su situación socio-económica.

### **6.4 OBJETIVOS**

#### **OBJETIVO GENERAL**

Diseñar paquetes turísticos integradores para la comuna Tsa'chila de Chigüilpe, que optimicen el uso de los atractivos turísticos de la comuna.

## **CAPITULO VI**

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

squematizar los paquetes turísticos integradores. eterminar  
el posicionamiento de los paquetes roponer las estrategias  
de comercialización





## **6.5 ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD**

El proyecto propuesto es factible ya que se desarrollará en la comuna permitiendo la puesta en valor de sus sitios de interés turístico, lo que a su vez resaltará la identidad Tsa'chila como símbolo de la región, mediante la valoración de sus recursos histórico-culturales.

Esto también dará pauta para la generación de proyectos representativos y de rescate de la cultura local, desarrollando nuevas opciones de visita a sitios Naturales y culturales, gestando nuevas rutas turísticas y sitios de visita. Incorporando herramientas modernas de promoción y tecnología de punta para la información y promoción turística.

## **6.6 FUNDAMENTACIÓN**

Basándose en el hecho que *“Las tendencias del mercado turístico apuntan a la conformación de un destino que privilegie la oferta de productos de aventura y deportes, además de la revalorización del patrimonio tradicional, como base para nuevas opciones de turismo vivencial, místico y de interacción cultural”*. (PAR RA 2003: 10) entonces es imprescindible generar una alternativa que le permita a la comuna desarrollarse turísticamente, ya esta se caracteriza por tener un alto potencial turístico – cultural, que permitirá generar un producto con alta demanda; con diversidad de opciones, permitiendo incrementar la difusión de los valores culturales de los Tsa'chilas.

A través de la realización de este proyecto el desarrollo turístico y socio económico, de los habitantes mejorarán sus condiciones económicas, pero sobre todo, éste proyecto fortalecerá las costumbres, tradiciones y cultura del pueblo Tsa'chila.

## **6.7 MODELO OPERATIVO**

### **6.7.1 CONCEPTO DE LOS PAQUETES**

Recrear paquetes temáticos sobre su cultura ancestral y escenarios históricos-naturales, a través de la modalidad de turismo comunitario, y

agroturismo, en la que las experiencias del grupo de visitantes y el intercambio con la comuna contribuyan a generar una imagen de autenticidad y sostenibilidad del producto.

### **6.7.2 ATRIBUTOS**

- Se deberá aprovechar la infraestructura existente que posibilitará el montaje de una base de operaciones flexible y móvil, que permita reducir los costos y garantizar el uso de rutas y recursos no convencionales, en aras de garantizar la competitividad del producto.
- La definición estratégica del producto se hará desde la primera fase con la integración de los distintos atractivos mejorando y adaptando su infraestructura existente, además de implementar nueva infraestructura.
- Desarrollará servicios no convencionales que permitan la integración y participación de la mayoría de los miembros de la comuna.
- Utilizará la modalidad de turismo comunitario como forma de presentación y penetración de este producto en los diferentes mercados. Potenciará la participación y la interactividad de los clientes con el producto, en escenarios previamente seleccionados.
- Contribuirá a la preservación, desarrollo y promoción del patrimonio histórico y natural Tsa'chila.
- Fuerte componente cultural como atributo básico del producto, el cual debe contar con el reconocimiento a nivel nacional e internacional.

### 6.7.3 DISEÑO DE LOS PRODUCTOS

#### DISEÑO DEL PAQUETE TSACHI – TO – JELEN “HOMBRE – TIERRA – NATURALEZA”

#### C R O N O G R A M A

Cuadro N° 08 Cronograma del Paquete TSACHI – TO - JELEN

DÍA	HORARIO	ACTIVIDAD	LUGAR
Primer Día	08:00 a 08:45	Llegada y desayuno	Centro de turismo comunitario Tolon - Pelé
	09:00 a 13:00	Recorrido por el sendero ecológico Wuapilu - Uni-shu, toma de fotografías, observación de flora y fauna	Sendero Wuapilu - Uni-Shu
	13:30 a 14:30	Almuerzo nativo	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	14:30 a 15:30	Descanso	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	16:00 a 18:00	Demostración del proceso de pintura corporal y del cabello	Museo Etnográfico
	18:30 a 19:30	Cena	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	19:30 a 21:00	Noche Cultural, demostración de danza y música autóctona.	Museo etnográfico
	21:00	Alojamiento	Centro de turismo comunitario Tolon - Pelé
Segundo Día	07:30 a 08:20	Desayuno	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	08:00 a 13:00	Recorrido por el sendero, Jelen – Minu explicación de plantas medicinales.	Sendero Jelen - Minu
	13:00 a 14:00	Almuerzo	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	14:30 a 15:40	Salida a la escuela de formación y capacitación del idioma Tsa'fiqui	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	15:40 a 18:00	Explicación y participación del proceso de elaboración de artesanías.	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	18:00 a 20:00	Cena	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	20:00 a 22:00	Ritual chamánico	Museo etnográfico
	24:00	Alojamiento	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé

Tercer Día	07:30 a 08:20	Desayuno y entrega de una camiseta	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	08:20 a 09:00	Salida hacia Santo Domingo	Santo Domingo – Vía Quevedo
	10:00	Fin del servicio	

**Elaborado por. Lic. Johnny Bayas**

### **PROCESO DE PRESTACIÓN**

**Cuadro N° 09 Actores que intervienen en el paquete “TSACHI – TO - J**

**EL EN”**

<b>ACTIVIDADES</b>	<b>REQUERIMIENTOS Y SERVICIOS</b>	<b>PRESTADOR DE SERVICIO</b>
Hospedaje	Habitaciones dobles, triples y cuádruples	Centro de turismo comunitario Tolon - Pelé
Alimentación	3 Desayuno 2 Almuerzo 2 Cena	Centro de turismo comunitario Tolon Pelé
Ritual shamánico	Shamán	Museo etnográfico
Guianza	Guías nativos	Museo etnográfico
Música y danza	Grupo de música y danza	Museo etnográfico y Centro de turismo comunitario

**Elaborado por. Lic. Johnny Bayas**

**ITINERARIO**

**TSACHI – TO - JELEN**

**CH 001**

**(3 DÍAS/2 NOCHES) DÍA 01. – SANTO DOMINGO - CHIGÜLPE**

06:00 Desayuno y recorrido por el sendero ecológico Wuapilu - Unishu, conociendo su flora y fauna, cultivos. Almuerzo nativo y descanso.

Por la tarde se realizará una demostración de pintura corporal y del cabello, por la noche demostración de danza y música ancestral, cena y alojamiento en cabañas comunitarias de Tolon - Pelé.

## **DÍA 02. CHIGÜLPE**

8:00 Desayuno y recorrido por el sendero Jelen - Minu conociendo las plantas utilizadas en los rituales chamanico, almuerzo.

Por la tarde visita al centro de aprendizaje de Tsa'fiqui, donde se aprenderá parte de su lenguaje ancestral, luego visita al centro artesanal, donde se podrá conocer y aprender sobre la elaboración de algunas de las artesanías Tsa'chilas como lanzas, tejidos de tunan, collares con semillas, cena; noche de mitos y leyendas y un ritual shamánico. Alojamiento en las cabañas comunitarias de Tolon - Pelé.

## **DÍA 03. CHIGÜLPE – SANTO DOMINGO**

8:00 Desayuno y entrega de una camiseta, salida hacia el hotel.

### **"FIN DEL SERVICIO"**

COSTO DE 2 A 4 \$1 12,0 USD PRECIO POR PAX.  
COSTO DE 5 A 10 \$ 104,7 USD PRECIO POR PAX.  
COSTO DE 11 + \$93,2 USD PRECIO POR PAX.

### **EL PRECIO INCLUYE**

Guía nativo  
Alojamiento en Centro comunitario Tolon - Pelé  
Alimentación completa  
Entradas a reserva ecológica Uni - Shu, Sendero Jelen - Minu  
Ritual chamanico  
Noche de música y baile ancestral

### **EL PRECIO NO INCLUYE**

~ Gastos y servicios no detallados en el programa

## DISEÑO DEL PAQUETE TUA TO SON SEMBRANDO LA VIDA

### C R O N O G R A M A

**Cuadro N° 10 Cronograma del paquete TUA – TO - SON**

DÍA	HORARIO	ACTIVIDAD	LUGAR
Primer Día	08:00 a 08:45	Llegada y desayuno	Centro de turismo comunitario Tolon - Pelé
	09:00 a 13:00	Desbroce de monte previo al cultivo de producto de temporada	Chacras comunales
	13:30 a 14:30	Almuerzo nativo	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	14:30 a 17:30	Aprendizaje por los cultivos de yuca, cacao y plátano.	Chacras comunales
	18:30 a 19:30	Cena	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	19:30 a 21:00	Noche Cultural, demostración de danza y música autóctona.	Museo etnográfico
	21:00	Alojamiento	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
Segundo Día	07:30 a 08:20	Desayuno	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	08:00 a 13:00	Aprendizaje siembra de malanga.	Chacras comunales
	13:00 a 14:00	Almuerzo	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	14:30 a 18:30	Recolección de cacao, plátano, orito, maqueño.	Chacras comunitarias
	19:00 a 20:00	Cena	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	20:00 a 22:00	Ritual chamanico	Museo etnográfico
	24:00	Alojamiento	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé

Tercer Día	07:30 a 08:20	Desayuno y entrega de una camiseta	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	08:20 a 09:00	Salida hacia Santo Domingo	Santo Domingo – Vía Quevedo
	10:00	Fin del servicio	

## PROCESO DE PRESTACIÓN

### Cuadro N° 11 Actores que intervienen en el paquete “TUA TO SON”

ACTIVIDADES	REQUERIMIENTOS Y SERVICIOS	PRESTADOR DE SERVICIO
Hospedaje	Habitaciones dobles, triples y cuádruple	Centro de turismo comunitario Tolon - Pelé
Alimentación	3 Desayuno 2 Almuerzo 2 Cena	Centro de turismo comunitario Tolon Pelé
Guianza	Guías nativos	Museo Etnográfico
Ritual shamánico	Chaman	Museo etnográfico

Elaborado por. Lic. Johnny Bayas

**ITINERARIO**

**TUA TO SON**

**CH 002**

(3 DÍAS/2 NOCHE) **DÍA**

### **01. – SANTO DOMINGO - CHIGÜLPE**

07:00 Desayuno y visita a las chacras comunales, descripción de los proceso de cultivo o cosecha; desbroce de monte previo al cultivo del producto de temporada o cosecha. Almuerzo nativo y descanso.

Por la tarde recorrido por los cultivos de yuca, cacao y plátano, explicando los procesos ancestrales de siembra; por la noche demostración de

danza y música ancestral, cena y alojamiento en cabañas comunitarias de Tolon - Pelé.

## **DÍA 02. CHIGÜLPE**

07:00 Desayuno y visita a las chacras comunales de malanga descripción de los proceso de cultivo o cosecha, almuerzo nativo y descanso.

Por la tarde recorrido para la recolección de cacao, plátano, orito y maqueño; cena; noche de mitos y leyendas y un ritual shamánico. Alojamiento en las cabañas comunitarias de Tolon - Pelé

## **DÍA 03. CHIGÜLPE – SANTO DOMINGO**

8:00 Desayuno y entrega de una camiseta, salida hacia Santo Domingo.

### **"FIN DEL SERVICIO"**

COSTO DE 2 A 4 \$99,8 USD PRECIO POR PAX.

COSTO DE 5 A 10 \$92,4 USD PRECIO POR PAX.

COSTO DE 11 + \$85,8 USD PRECIO POR PAX.

### **EL PRECIO INCLUYE**

Guía nativo  
Alojamiento en cabañas Tolon Pelé  
Alimentación completa  
Ritual chamanico  
Noche de música y baile ancestral

### **EL PRECIO NO INCLUYE**

~ Gastos y servicios no detallados en el programa



## DISEÑO DEL PAQUETE PIOWA DIOS - HOMBRE

### C R O N O G R A M A

**Cuadro N° 12 Cronograma del paquete PIOWA**

DÍA	HORARIO	ACTIVIDAD	LUGAR
Primer Día	08:00 a 08:45	Llegada y desayuno nativo	Centro de turismo comunitario Tolon - Pelé
	09:00 a 13:00	Explicación del origen y vestimenta tradicional Tsa'chila.  Demostración del de corporal y del cabello.  Explicación y demostración del proceso de elaboración de artesanías.	Museo etnográfico
	13:00 a 14:00	Almuerzo nativo	Centro de turismo comunitario Tolon - Pelé
	14:30 – 18:00	Explicación sobre las plantas medicinales.  Ritual del Shu - Poca	Museo etnográfico
	18:30 a 19:30	Cena	Tolon - Pelé
	19:30 a 21:00	Noche Cultural demostración de danza y música autóctona.	Tolon - Pelé
	21:00	Alojamiento	Centro de turismo comunitario Tolon - Pelé
Segundo día	07:30 a 08:20	Desayuno y entrega de una camiseta	Centro de turismo comunitario Tolon – Pelé
	08:20 a 09:00	Salida hacia Santo Domingo	Santo Domingo – Vía Quevedo
	10:00	Fin del servicio	

## PROCESO DE PRESTACIÓN

Cuadro N° 13 Actores que intervienen en la ruta “PIPOWA”

ACTIVIDADES	REQUERIMIENTOS Y SERVICIOS	PRESTADOR DE SERVICIO
Hospedaje	Habitaciones cuádruple	Centro de turismo comunitario Tolon - Pelé
Alimentación	2 Desayuno 1 Almuerzo 1 Cena	Centro de turismo comunitario Tolon Pelé
Guianza	Guías nativos	Museo Etnográfico
Ritual shamánico	Chaman	Museo etnográfico
Música y danza	Grupo de música y danza	Museo etnográfico y Centro de turismo comunitario

Elaborado por. Lic. Johnny Bayas

### ITINERARIO

### PIPOWA

CH 002

(2 DÍAS/1 NOCHE) DÍA

#### 01. – SANTO DOMINGO - CHIGÜLPE

08:00 Desayuno y visita al museo etnográfico, en el cual se realizará un recorrido por la historia Tsa'chila, su vestimenta, gastronomía y su cosmovisión, se realizará una demostración de pintura corporal y del cabello. Almuerzo nativo y descanso.

Por la tarde explicación de plantas medicinales, ritual chamánico del Shu Poca, (baños de vapor); por la noche demostración de danza y música ancestral, cena y alojamiento en cabañas comunitarias de Tolon - Pelé.

#### DÍA 02. CHIGÜLPE

8:00 Desayuno, entrega de una camiseta, salida hacia Santo Domingo.

## **"FIN DEL SERVICIO"**

COSTO DE 2 A 4 \$64,0 USD PRECIO POR PAX.

COSTO DE 5 A 10 \$56,6 USD PRECIO POR PAX.

COSTO DE 11 + \$50,1 USD PRECIO POR PAX.

### **EL PRECIO INCLUYE**

Guía nativo

Alojamiento en cabañas Tolon Pelé

Alimentación completa

Ritual Shu - Poca

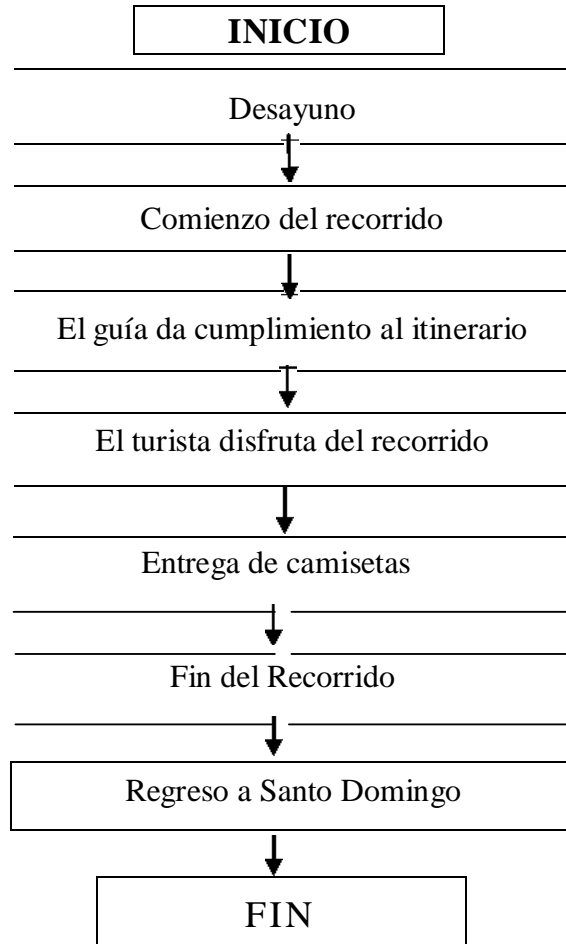
Noche de música y baile ancestral

### **EL PRECIO NO INCLUYE**

~ Gastos y servicios no detallados en el programa

## PROCESO DE PRODUCCIÓN

Grafico N° 40 Proceso de producción de los paquetes



### 6.7.4 POSICIONAMIENTO

El posicionamiento define el lugar que, en relación con las ofertas de los competidores, se pretende que ocupen los productos *TSACHI TO JELEN*, *PIPOWA* y *TUA TO SON* en la mente de los consumidores. Este "lugar en la mente" se establece en función de las percepciones que los integrantes del mercado se hacen respecto a las características, beneficios, atributos e imagen de los productos de la comuna. El concepto de posicionamiento también se utiliza para establecer cuál es la posición de las ofertas de la empresa respecto al "producto ideal" que desearían tener a su disposición los consumidores.

Por lo tanto se pretende que los consumidores perciban un producto autentico, con características culturales que no podrán observar ni disfrutar en otro lugar.

Se busca que en la memoria de los turistas tengan el recuerdo de las costumbres únicas de los Tsa'chilas, su vestimenta, su modo de vida.

Fuera de el resto de las comunas, las cuales carecen de infraestructura, no se puede considerar la existencia de una competencia directa, ya que no existe otro lugar en el país con las características culturales de los Tsa'chilas, por lo tanto será su única opción de convivir con una autentica etnia indígena con una originalidad ancestral.

La mayor parte de las personas encuestadas tanto nacionales como extranjeros, tiene como conocimiento la vestimenta y la práctica de shamanismo, es decir, que ignoraban que en la comuna se puede practicar senderismo, que pronto existirán los servicios de alojamiento y alimentación. De allí que el posicionamiento para la comuna de Chigüilpe es la siguiente:

*“Para turistas nacionales e internacionales que buscan un lugar turístico alternativo en medio de un ambiente natural que provee contacto con la cultura ancestral Tsa 'chila y la naturaleza.”*

#### **6.7.5 ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN DISEÑO DE LETREROS PARA**

#### **SEÑALIZACIÓN**

Es necesario también para facilidad de los turistas que deseen visitar la comuna, la correcta señalización de cómo llegar al sitio, y también en las zonas de los atractivos con información general e información interpretativa.

La propuesta sugiere utilizar dos paneles tipo forja de 800 x 1600 mm. Estará construido con un pórtico de acero estructural, con postes de soporte con un diámetro de 75 y 2 mm de espesor; con una longitud de 3 metros, con placas

base de acero de 150 x 150 x 5 mm de espesor, reforzada por cartelas de acero de 10 mm de espesor.

El grafico será de vinilo adherente, cabe indicar que la ubicación de esta señalética deberá realizarse de acuerdo a la regla técnica ecuatoriana INEN 004 Señalización vial.

Estos deberán estar colocados en la vía a Quevedo en las dos direcciones a 600 metros del ingreso a la vía a Chigüilpe a los costados derechos respectivos, de manera que sea fácil identificarla.



**Figura N° 1: Panel tipo forja**

Otro tipo de señalética será de marquesina con tejadillo de dos aguas, elaborada con postes de madera de sección cuadrada de 95 x 95 mm, de 3 metros de altura, formado por duelas de madera de 20 mm de espesor.

El bastidor que conforma la señal en si lo forma cuatro piezas transversales de 95 x 95 mm. La madera deberá ser resinosa y resistente a la humedad. El panel del grafico será de aluminio donde se colocara el vinilo adherente.

Se sugiere la elaboración de dos marquesinas que se colocaran estratégicamente en la vía, facilitando el acceso a los visitantes.



**Figura N° 2: M arquesina de madera con tejado de dos aguas**

## **ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN**

Como principal estrategia de promoción se elaboró una imagen turística para la comuna que tiene como slogan: ***“TSACHI TO JELEN”, que significa HOMBRE – TIERRA – NATURALEZA***, este término recoge la base y el significado de la vida de un Tsa’chila.

El propósito es conducir a Chigüilpe como un destino turístico de calidad, con una oferta diferenciada, basado en las fortalezas turísticas de los atractivos naturales y culturales, dirigido a mercados potenciales y en busca de nuevos destinos. La imagen turística ira de la mano con las diversas estrategias de promoción, tales como:

### **MARCA TURÍSTICA.**

La “Marca Chi güilpe” está configurada por los siguientes elementos:

#### **Nombre o fenotipo:**

*“TSACHI – TO JELEN”*

#### **Logotipo:**

El hombre representado por el perfil del rostro de un Tsa’chila, en su cabellera esta el rojo del achiote *M U* que simboliza la vida, sobre su cabeza está la corona de algodón *M I S I L I*, que significa dignidad, paz y pureza, las líneas negras en su mejilla es la alusión a la muerte que generó las epidemias de viruela que se representa con los puntos negros; las líneas en zig – zag representan las montañas que cruzaron huyendo de dichas epidemias, y las horizontales son el equilibrio entre la vida y la muerte.

La tierra representada por la línea negra, significa productividad.

La Naturaleza representada por el verde de la vegetación y sobre esta se encuentra la serpiente *TSA’PI NI*, que representa la verdad.



Todo esto está rodeado por un semicírculo anaranjado que representa a *PIPOWA* (Dios Hombre), el cual vive en los cielos y se manifiesta en los horizontes a la inclinación del sol en la tarde.



**Figura N° 03 M arca turística Chigüilpe**

#### **LA IMAGEN**

La imagen del lugar de destino es fundamental, puesto que en ella se origina la confianza del visitante, crea simpatía hacia el producto turístico, y junto con el argumento de venta, es un elemento del cual depende en gran medida la decisión de compra. De este modo, la imagen publicitaria se puede definir como el

punto de contacto entre la oferta y la demanda, es el medio de contacto personal de más largo alcance o el vendedor cuya misión es comunicar.

Un aspecto importante que vale destacar, es el hecho de que se inculcará la idea en los visitantes, de que con su visita están aportando a la conservación de este escenario natural y al desarrollo de la comuna.

Se recomienda en el caso de Chigüilpe la imagen a ser promocionada esté en función de:

- Las características de su cultura ancestral
- La comuna y su dinámica en la recuperación y manejo de los recursos naturales.

### **HERRAMIENTAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.**

El objetivo de los instrumentos de promoción y publicidad es dar a conocer, informar y promover y todos los atractivos turísticos y servicios que tiene Chigüilpe para ofrecer y hacer que esta información se disperse para atraer más turistas, además de posicionar la imagen o marca turística Chigüilpe dentro de la mente del potencial consumidor como un destino turístico diferenciado. Dentro de las herramientas que ayudará a promocionar están: Página Web Turística de Chigüilpe, Video Turístico Promocional, dípticos, Pancartas Turísticas, Afiches, Postales y Merchandising

### **DIFUSIÓN TURÍSTICA INTERNA.**

El objetivo de la difusión turística interna, es la concienciación, apropiamiento y participación de la comuna acerca de todos los temas relacionados con el Turismo. Esto se realizará a través de talleres y cursos, acerca de diversos temas tales como: Atención y Servicio al turista, Educación Ambiental y Turística, Manipulación de Alimentos, Guianza Turística y Primeros Auxilios.

## CAMPAÑA DE MEDIOS DE INFORMACIÓN.

Tiene que ver con la selección de los medios de información masivos más idóneos para promocionar los productos, para llegar a mercados potenciales en busca de nuevos destinos. Se buscara la ayuda del Ministerio de Turismo para incluir este destino en el Plan de Marketing del Ministerio de Turismo Nacional. Entre los medios informativos más conveniente están:

Televisión, Radio, Periódicos, Internet y Suplementos Turísticos

## ALIANZAS ESTRATÉGICAS.

Se fortalecerá alianzas estratégicas existentes con el municipio de Santo Domingo, Dirección Provincial de Turismo y la Cámara de Turismo además se buscaran establecer nuevas alianzas con agencias de viajes y operadoras turísticas de Quito, con las cuales se puedan ofertar y vender el producto turístico de Chigüilpe.

### Cuadro N° 14 Lista de agencias de viajes de Santo Domingo, Quito, Guayaquil

NOMBRE	DIRECCIÓN	TELÉFONO	FAX
<b>Santo Domingo</b>			
Bomboliviajes	Tulcán 916 y Padres Dominicos	(02) 276 8923	(02) 2768877
Dayana express	Av. Quito y Latacunga	2750-868	
Delgado Travel	Av. Quito y Cocaniguas	2760-03 6	
Eduales tours	29 de Mayo 777 y Cuenca	(02) 276 0992	
Germany travel	Av. de los Tsa'chila, edif. Ontaneda	(02) 276 0148 / (02) 276 0149	(02) 275 0723
Suárez & Suárez	Chorreras del Napa 104 y Av. Quito	(02) 275 1214 / (02) 276 3846	
Turismo Zaracay	Av. 29 de Mayo 200 y Cocaniguas	(02) 275 0546 /(02) 275 0874	(02) 275 0873
Altur	Calle Guayaquil # 203 y Rio Mulate	(02) 2762459 /(2) 2763578	

<b>QUITO</b>			
Klein tours	Eloy Alfaro N34 – 151 y Catalina Aldaz	(02) 226 7000	244 2389
Tropic Journey in nature	La niña E7 – 46 entre Reina Victoria y Almagro	(02) 222 5907 / (02) 223 4594	252 0824

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

### **FERIAS TURÍSTICAS.**

Se buscara entrar a mercados potenciales a los cuales se les pueda ofertar el producto turístico Chigüilpe, por medio de la participación en ferias turísticas, tales como:

#### **Cuadro N° 15. Ferias Nacionales e Internacionales**

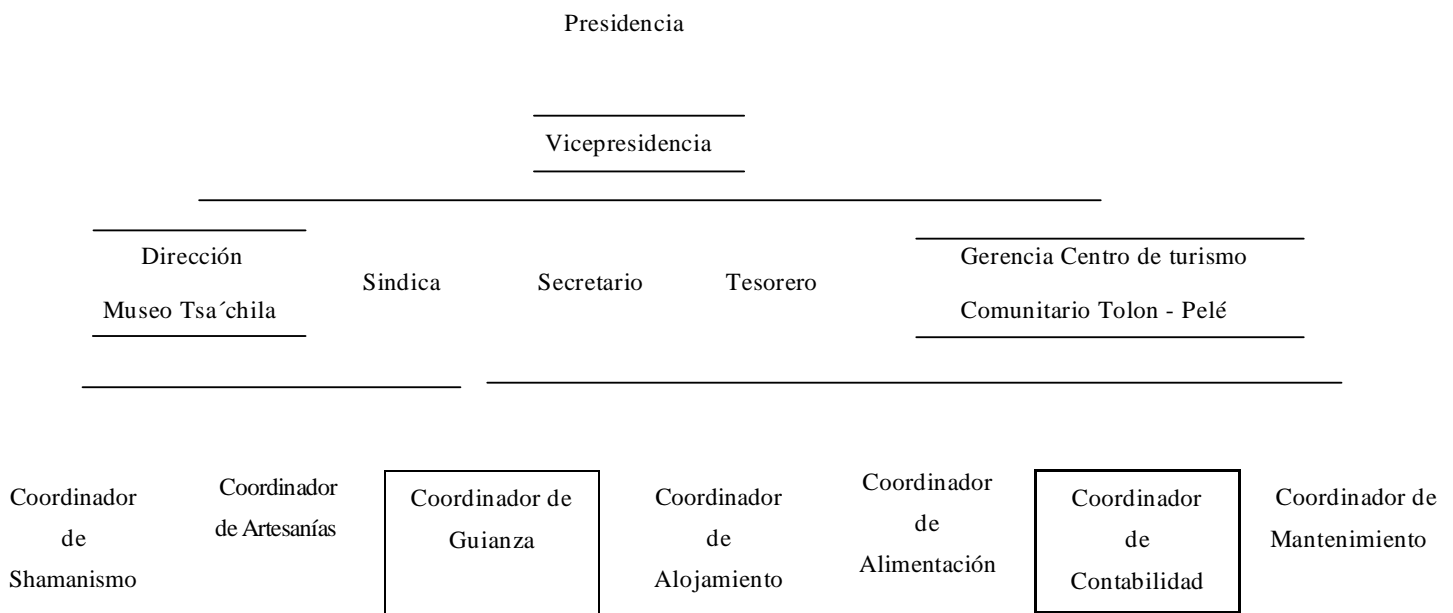
<b>FERIA</b>	<b>Lugar</b>	<b>FECHAS</b>	<b>OBJETIVO</b>
FIT (Feria internacional de turismo de América Latina)	Buenos Aires – Argentina)	Octubre a Noviembre	Generación de nuevas relaciones comerciales, presentar y potenciar destinos y productos turísticos.
FITE (Feria Internacional de Turismo del Ecuador)	Guayaquil	Septiembre	Participación en la ronda de negocios con operadores nacionales e internacionales para establecer ventas.
Encuentro turismo indígena de las Américas	Neuquén - Argentina	Marzo	Permite propiciar esos intercambios de experiencias de Comunidades indígenas que mejoraron su calidad de vida con el desarrollo de la actividad turística.

**Elaboración:** Lic. Johnny Bayas

## 6.8 ADMINISTRACIÓN

### 6.8.1 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

La administración es el proceso de planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades de los miembros de la organización y el empleo de todos los demás recursos organizacionales, con el propósito de alcanzar las metas establecidas para la organización, por lo tanto se propone el siguiente esquema:



**Figura N° 04. Propuesta del esquema administrativo de la comuna.**

### 6.8.2 PERFIL DE PERSONAL

Un perfil del personal es una descripción de las habilidades que un profesional o trabajador deberá tener para ejercer eficientemente un puesto de trabajo, la creación de este perfil ocupacional se puede considerar una parte del análisis y la descripción de cargos, ya que a partir de las necesidades de la propuesta en la comuna, se crean perfiles ocupacionales como un elemento en la selección y análisis de personal.

### Gerente de Centro de turismo comunitario

RESULTADOS ESPERADOS	CONOCIMIENTO	HABILIDAD	ACTITUDES
Planificar objetivos y estrategias	Procesos administrativos y contables	Planificación de corto y largo plazo,	Innovador
Establecer estrategias y acciones de mercadeo	Técnicas de definición de precios, productos y servicios	Toma de decisiones	Perseverante
Analizar y evaluar resultados para proponer acciones	Procesos de mejora continua	Raciocinio numérico aplicado a negocios	Atento
Asegurar la satisfacción del cliente	Técnicas de negociación	Raciocinio lógico y verbal para comunicarse	Detallista
Liderar al equipo humano de trabajo	Procesos legales, fiscales, tributarios, salud, seguridad, ambientales	Interpretación de lenguaje corporal	Previsor

Fuente: Norma INEN 450

### Coordinador de Alimentación

RESULTADOS ESPERADOS	CONOCIMIENTO	HABILIDAD	ACTITUDES
Planificar el trabajo	Procesos básicos de liderazgo y gestión de personal	Comunicación verbal clara, articulada y expresiva	Detallista
Participar en la composición de los menús	Técnicas de manejo de crisis	Planificación de corto, mediano y largo plazo	Confiable
Coordinar el servicio	Métodos básicos de control contable	Toma de decisiones en situaciones críticas con clientes	Atento
Atender y supervisar la atención al cliente	Normas de seguridad alimentaria para personal operativo	Raciocinio lógico y verbal	Equilibrado emocionalmente
Cuidar la seguridad alimentaria	Sistemas básicos de administración de la producción	Interpretación de lenguaje corporal y gestual	Controlador
Promover ventas	Ingredientes de platos en venta	Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales	
Asegurar la satisfacción del cliente	Principios de almacenamiento y conservación de alimentos y bebidas	Capacidad para solucionar conflictos internos	
	Normas de etiqueta en la mesa y en el salón	Capacidad para evaluar ideas	

Fuente: Norma INEN 436

### Coordinador de alojamiento

RESULTADOS ESPERADOS	CONOCIMIENTO	HABILIDAD	ACTITUDES
Planificar objetivos y estrategias	Procesos administrativos y contables	Planificación de corto y largo plazo,	Innovador
Establecer estrategias y acciones de mercadeo	Técnicas de definición de precios, productos y servicios	Toma de decisiones	Confiable
Analizar y Vincularse con servicios externos	Reglas de etiqueta y protocolo	Memoria de corto y largo plazo	Atento
Asegurar la satisfacción del cliente	Técnicas de negociación	Raciocinio lógico y verbal para comunicarse	Equilibrado emocionalmente
Liderar al equipo humano de trabajo	Tipos , estructura de establecimientos de alojamiento	Interpretación de lenguaje corporal	Previsor
Solucionar problemas con huéspedes		Rapidez en la solución de problemas relacionados con atención al cliente	Razonador con datos

Fuente: Norma INEN 450

### Coordinador de Guianza

RESULTADOS ESPERADOS	CONOCIMIENTO	HABILIDAD	ACTITUDES
Organizar su trabajo	Vocabulario técnico de turismo	Expresividad en la comunicación	Activo
Informar al turista sobre el atractivo cultural	Aspectos históricos, geográficos, culturales	Argumentación lógica clara y articulada	detallista
Velar por la seguridad del turista	Técnica de conducción de grupos	Motivación de grupos	Confiable
Asegurar la satisfacción del turista	Técnica de ventas		Equilibrado emocionalmente
Prever peligros y riesgos	Primeros auxilios		Practico
Cuidar su apariencia personal			

Fuente: Norma INEN 462

### Coordinador de Contabilidad

RESULTADOS ESPERADOS	CONOCIMIENTO	HABILIDAD	ACTITUDES
Analizar los cierres de caja	Manejo de hojas de calculo	Cálculos matemáticos	Confiable
Identificar errores u omisiones	Procesos y procedimientos contables y financieros	Memoria de corto y largo plazo	Razonador
Entregar facturas	Elaboración de planillas y gráficos para análisis y control	Análisis y solución de situaciones conflictivas	Equilibrado emocionalmente
Realizar informes	Técnicas de auditoría en sistemas de empresas de alojamiento	Verificación de diferencias entre planillas o resúmenes	Detallista

Fuente: Norma INEN 449

### Coordinador de mantenimiento

RESULTADOS ESPERADOS	CONOCIMIENTO	HABILIDAD	ACTITUDES
Diagnosticar los servicios	Técnicas de diagnostico y reparación de aparatos eléctricos , electrónicos, hidráulicos	Calculo de las cuatro operaciones básicas	Practico
Reparar fallas eléctricas	Operación y manejo de equipos y aparatos de uso común en las habitaciones	Lectura y escritura para el llenado de formularios y registros	Atento
Reparar fallas hidráulicas	Conocimientos básicos de plomería, carpintería, albañilería	Improvisar y encontrar soluciones optimizando los recursos disponibles	Equilibrado emocionalmente
Aplicar procedimientos de seguridad industrial		Identificar los detalles de roturas o características de objetos y piezas	Previsor
Hacer reparaciones en las cabañas	Primeros auxilios	Diagnosticar ruidos que indiquen defectos	Activo
Hacer instalaciones provisionales			
Manejar y controlar existencia de materiales de mantenimiento			

Fuente: Norma INEN 434



### **6.8.3 PROCEDIMIENTO PARA EL INGRESO DE VISITANTES A LA COMUNA.**

■ El ingreso se realizara en el Centro comunitario Tolon Pelé donde se les dará la bienvenida, Siempre deberá estar un responsable de la recepción de los visitantes, quien dará una explicación detallada de todo lo que se ofrece el museo, los senderos, alojamiento, alimentación, precios.

■ Se verificará si el grupo o persona llega por cuenta propia o si ha realizado alguna reservación, en cuyo caso deberá revisar la reserva

■ Si el grupo o persona solicita alojamiento se procederá a llenar la ficha de alojamiento, luego de lo cual se le dará la información sobre las instalaciones, servicios y horarios; se le designará una persona quien será su contacto permanente y se encargará de que su estadía sea la más adecuada.

■ A continuación se le entregará las llaves de su cabaña respectiva y se dará inicio a las actividades que consten en el paquete contratado.

### **6.8.4 CÓDIGO DE ÉTICA PARA EL PERSONAL Y NORMAS DE VISITA PARA VISITANTES**

#### **CÓDIGO DE ÉTICA**

La actividad turística debe ser considerada como una fuente alternativa de ingreso que genere beneficios directos e indirectos a la comuna de Chigüilpe, por lo tanto sus recursos naturales y culturales deberán ser respetados y valorados tanto por los habitantes de la comuna como por parte de los visitantes.

Es imprescindible inculcar el respeto a su cosmogonía y forma de vida tanto a los habitantes de la comuna como de turistas.

#### **NORMAS PARA EL VISITANTE**

Las normas de conducta tanto para visitantes como para los miembros de la comuna que se proponen fueron analizadas y discutidas con los cabildos de la comuna, siendo las siguientes:

- Disfrute la diversidad de nuestro patrimonio natural y cultural y ayúdenos a protegerlo y preservarlo.
- Asístanos en nuestros esfuerzos de conservación a través del uso eficiente de los recursos incluyendo energía y agua.
- Experimente la cordialidad de nuestra gente y el espíritu fraternal de nuestras comunas. Ayúdenos a preservar estos atributos respetando nuestra tradición, costumbres y reglamentos locales.
- Evite actividades que amenacen la flora y fauna salvajes o que puedan significar un peligro en potencia para nuestro medio ambiente natural.
- Seleccione productos de turismo y servicios que demuestren sensibilidad social y ambiental.
- Si se desea realizar alguna investigación, es necesario el permiso respectivo de los cabildos locales.

#### **NORMAS PARA LOS MIEMBROS DE LA COMUNA CON RELACIÓN A LOS VISITANTES.**

- Deben tener un conducta apropiada durante la permanencia de los visitantes
- No deben ingresar al área de cabañas de turistas, salvo por razones exclusivamente de trabajo.
- El personal encargado del aseo de las habitaciones deberá realizarlo de manera rápida y efectiva.
- Deberán atender las necesidades del turista con prontitud y amabilidad. El aseo personal es importante.
- En caso de que el turista olvidara alguna pertenencia se tratará de informar o guardarlo hasta que el turista lo solicite.
- Es prohibido ingerir bebidas alcohólicas ni drogas en el área destina a la actividad turística en la comuna.
- No deben fumar en ellas instalaciones turísticas de la comuna.
- No pedir regalos de los turistas.
- Se debe evitar gritos, peleas, discusiones que puedan molestar al visitante.

## 6.9 PLAN DE MONITOREO Y EVALUACIÓN DE LA PROUESTA

A

<b>PREGUNTAS BÁSICAS</b>	<b>EXPLICACIÓN</b>
1. ¿Quiénes solicitan evaluar?	Los integrantes de la comuna de Chigüilpe
2. ¿Por qué evaluar?	Por verificar el grado de incidencia del proyecto en la Comuna.
3. ¿Para qué evaluar?	Para tomar correctivos en caso de requerirlos.
4. ¿Qué evaluar?	La calidad de servicio, la accesibilidad, el grado de satisfacción del turista.
5. ¿Quién evalúa?	Los líderes del proyecto.
6. ¿Cuándo evalúa?	Trimestralmente
7. ¿Cómo evalúa?	Encuestas, entrevistas.
8. ¿Con qué evaluar?	Cuestionarios, ficha de campo

## MATERIALES DE REFERENCIA

### 1. BIBLIOGRAFÍA

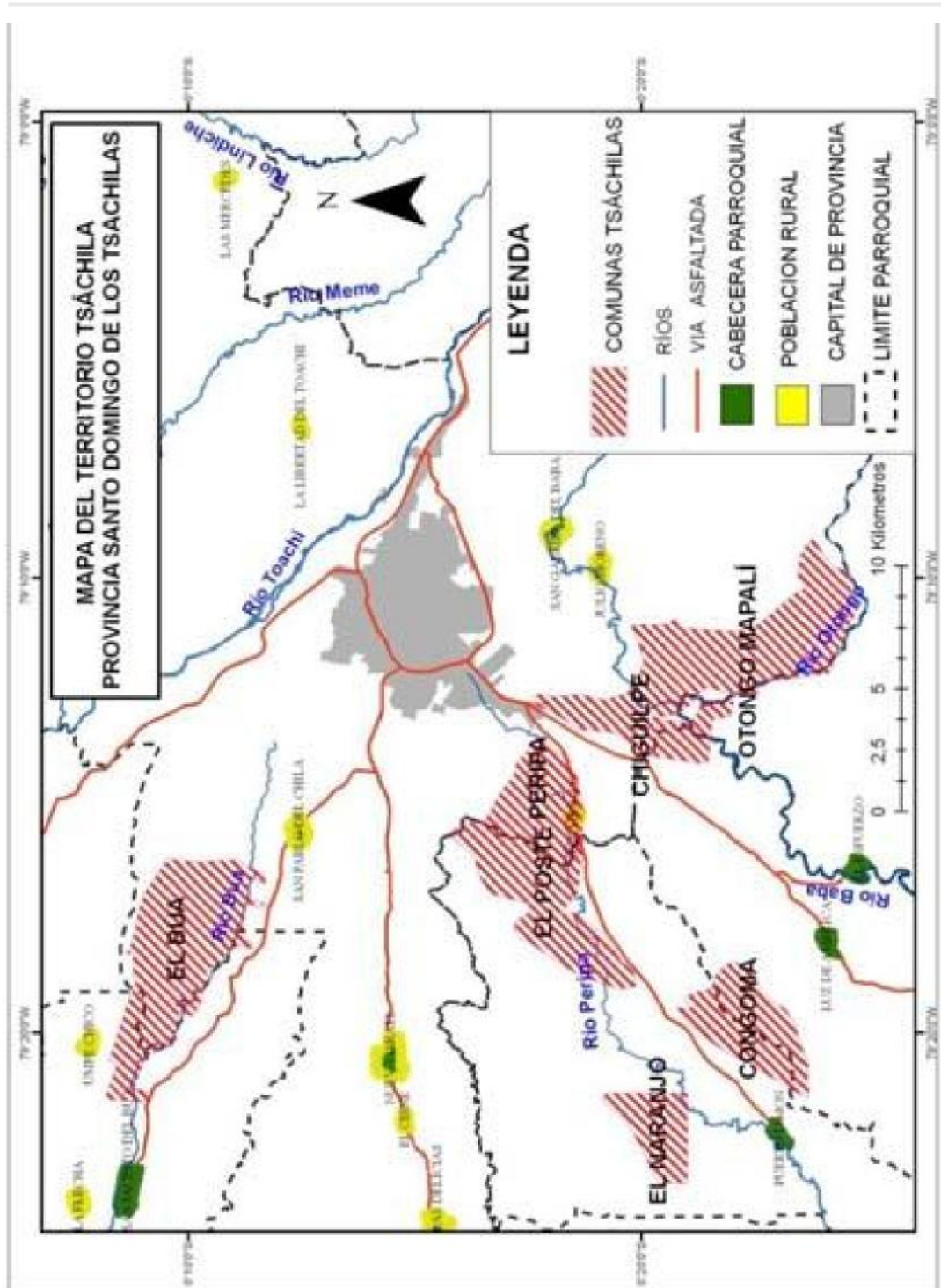
- ACERENZA, Miguel, (1995) *Administración del Turismo*. Serie Trillas Turismo. México DF.
- BALANZÁ, Isabel, NADAL, Mónica, (2000) *Comercialización de productos y servicios turísticos*. Madrid.
- BOULLÓN, Roberto (1997) *Planificación del espacio turístico*. Serie Trillas México DF.
- CALAZACÓN, Henry (2010). La cultura de la etnia Tsa'chila (entrevista). Chigüilpe – Santo Domingo.
- CÁRDENAS, Fabio. (1995) *Comercialización del Turismo*. Serie Trillas México DF.
- CETUR CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TURISMO (1993) *Metodología para inventario de atractivos turísticos*. Quito.
- CETURIS CORPORACIÓN ECUATORIANA DE TURISMO, (1989) *Plan Maestro de Turismo 1989- 1992*. Quito.
- CONSEJO DE DESARROLLO DE LAS NACIONALIDADES Y PUEBLOS DEL ECUADOR (2009) Nacionalidad Tsa'chila (En Línea). EC. Consultado 15 de mayo Formato HTML. Disponible en: [http://www.codenpe.gov.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=60&Itemid=276](http://www.codenpe.gov.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=60&Itemid=276).
- DE LA TORRE, Oscar, (1994) *Turismo, fenómeno social*. Fondo de Cultura Económica. México D.F.
- DITURIS DIRECCIÓN NACIONAL DE TURISMO (1971) *Plan Inmediato de Turismo 1971- 1973*. Quito.
- DITURIS DIRECCIÓN NACIONAL DE TURISMO, (1973) *Plan de Fomento de Fomento Turístico 1973- 1977*. Quito.
- DITURIS DIRECCIÓN NACIONAL DE TURISMO, (1980) *Plan Nacional de Desarrollo Turístico 1980- 1984*. Quito.
- DITURIS DIRECCIÓN NACIONAL DE TURISMO, (1983) *Plan maestro de Desarrollo Turístico 1983- 1987*. Quito.

- DITURIS DIRECCIÓN NACIONAL DE TURISMO, (1985) *Plan Nacional de Desarrollo Turístico 1985- 1988*. Quito.
- El COMERCIO (2009) la promoción de Santo Domingo aún es precaria. (en línea). EC. Consultado 12 mayo. Formato HTML Disponible en: [http://www.elcomercio.com/solo\\_texto\\_search.asp?id\\_noticia=98543&anio=2007&mes=1 1 &dia=1 6](http://www.elcomercio.com/solo_texto_search.asp?id_noticia=98543&anio=2007&mes=1 1 &dia=1 6)
- GARCÉS, Fausto, (1987) *La Planificación turística en el Ecuador*. II SEMINARIO SOBRE TURISMO Y HOTELERÍA 87-06-24
- GOBIERNO NACIONAL (2002) *Decreto 3400, Reglamento General de Actividades turísticas*. Quito – Ecuador.
- GURRIA DI – BELLA, Manuel. (1997) *Introducción al turismo*. Editorial Trillas. México DF – México.
- HERNÁNDEZ, Edgar (1992) *Planificación Turística Un enfoque Metodológico*. México DF.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2008) *Reglamento Técnico Ecuatoriano INEN 004:200 8* Quito – Ecuador
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2007) *Norma Técnica Ecuatoriana INEN 2 436:2007* Quito- Ecuador
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2007) - *Norma Técnica Ecuatoriana INEN 2 450:2007* QuitoEcuador
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2007) - *Norma Técnica Ecuatoriana INEN 2 449:2007* QuitoEcuador
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICAS Y CENSOS (2007) - *Norma Técnica Ecuatoriana INEN 2 462:2007* Quito Ecuador
- MINISTERIO DE TURISMO, (1998) *Plan Nacional de Competitividad Turística*. proyecto OMT- PNUD ECU.98.012. Quito.
- MINISTERIO DE TURISMO, (2004), *Metodología de Inventario de Atractivos turísticos*. Gerencia Nacional de Recursos Turísticos. Quito
- MINISTERIO DE TURISMO, (2007) *PLAND ETU R 2020 Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible 2006-2020* Banco Interamericano de Desarrollo (BID)

- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (1998) *Introducción al turismo* Madrid - España
- PANDO GARCÍA, Ana, (2003) *Guía de Intervenciones para la implementación de productos turísticos*. Quito.
- PARRA, David, (2003) *Plan Estratégico de Desarrollo Turístico de Santo Domingo*. Santo Domingo
- RAMÍREZ BLANCO, Manuel, (1992) *Teoría del Turismo*, México D.F.
- REYES, Geovanni (2007) *Comercio y Desarrollo: Bases Conceptuales y Enfoque para América Latina y el Caribe*
- VELASTEGUÍ, Hólguer, (2006). *U na gran región Santo Domingo de los Colorados*. Santo Domingo.
- VERARDI, Marco, (2002). *Turismo rural y el empleo rural no agrícola*. Rio Grande do Sul – Brasil.



2.1 anexo M apa de ubicación de Chigüilpe





## 2.2 Anexo Entrevista a los dirigentes de comuna

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AM BATO

#### FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

#### MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO

Entrevista para ser aplicada a: Dirigentes de la Comuna Tsa´chila de Chigüilpe.

El investigador quiere detectar la importancia de los atractivos turísticos para la comuna, así como conocer la realidad de la Comuna, en los aspectos sociales, económico – productivos, demográficos.

La presente entrevista tiene por objeto obtener de usted valiosa información para lograr este propósito. Los datos aquí consignados tienen fines exclusivamente estadísticos y se utilizarán para el análisis global.

1. Nombre del entrevistado Gracias por su colaboración.
2. Conoce la historia de cómo fue fundada la Comuna
3. Cuáles son sus límites
4. Cuantos habitantes hay en la Comuna
5. ¿Cuáles son las principales actividades económicas en la Comuna?
6. ¿Consideran al turismo una de ellas?
7. En cuanto a la producción artesanal ¿Qué elaboran?
8. ¿Qué opina sobre las vías de acceso a la Comuna?
9. ¿Existen centros de salud en la Comuna o donde se encuentran los más cercanos?
10. Si hay ¿Pueden disponer de estos servicios siempre?
11. Transporte, ¿Cuántas líneas de transporte tienen? ¿Con qué frecuencia?
12. En servicios básicos cuentan con agua; esta es potable, entubada, etc.
13. Cuentan con electricidad todos los pobladores.
14. Servicio de televisión, televisión por cable, teléfono, telefonía celular, alcantarillado, pozos sépticos, etc.
15. En cuanto a la eliminación de basura ¿Qué hacen con ella?

16. ¿Qué están haciendo por cuidar el medio que les rodea?
17. estructura política, ¿quién es el máxima autoridad?, ¿cada cuanto la eligen?
18. Cuáles son los principales problemas que tiene su Comuna
19. ¿Es la transmisión oral de sus conocimientos ancestrales suficiente en la actualidad?
20. ¿El es turismo una opción para la comuna para alcanzar su desarrollo?
21. ¿Están trabajando con alguna institución o fundación, con cuales?
22. ¿Qué le falta a la comuna para alcanzar un verdadero desarrollo?
23. Estaría dispuesto a trabajar en proyectos de desarrollo para su Comuna

**2.3 Anexo. Encuesta a las Agencias de Viajes de Santo Domingo.**

**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN**

**MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO**

Encuesta para ser aplicada a: Agencias de Viajes.

El investigador quiere detectar la importancia turística de la comuna Tsa'chila de Chigüilpe.

La presente encuesta tiene por objeto obtener de usted valiosa información para lograr este propósito. Los datos aquí consignados tienen fines exclusivamente estadísticos y se utilizarán para el análisis global.

Gracias por su colaboración.

Ficha No. \_\_\_\_\_ Fecha: \_\_\_\_\_

Nombre de agencia Encuestada: \_\_\_\_\_

Nombre del Encuestador: \_\_\_\_\_

1) Considera Ud. la necesidad de crear nuevos productos turísticos para la comuna Tsa'chila de Chigüilpe?

SI	NO
( )	( )

Porque \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

2) De los programas existentes en el mercado hacia la comuna Tsa'chila de Chigüilpe, sírvase indicar lo siguiente:

2.1) ¿Qué, atractivos considera Ud. son los que más se incluyen? a.

- \_\_\_\_\_

b. - \_\_\_\_\_

c. - \_\_\_\_\_

d. - \_\_\_\_\_

2.2) ¿Conoce de la existencia de otros lugares de interés turístico en la comuna Tsa'chila de Chigüilpe, no aprovechadas o no mencionadas anteriormente?

Si ( )

No ( )

~~FF~~

2.3)Cuál considera Ud. como principal elemento que motiva el viaje hacia la comuna Tsa'chila de Chigüilpe?

Chamanismo ( )

Paisaje ( )

Arqueología ( )

Cultura ( )

Aventura ( )

Fotografía ( )

Festividades ( )

Otros ( ) \_\_\_\_\_

3) De cuantas personas son usualmente los grupos que usted maneja hacia la comuna Tsa'chila de Chigüilpe?

1 - 3 ( )                      10 - 15 ( )

4 - 9 ( )                      15 - 24 ( )

+ 24 ( )

4) Quienes demandan en mayor proporción sus servicios turísticos?

a. - Extranjeros ( )

b. - Nacionales ( )

5) En cuanto a turistas extranjeros, sírvase indicar lo siguiente?

5.1 Señale 3 orígenes de los turistas que usted maneja con mayor frecuencia.

turistas que usted maneja con mayor frecuencia	( )	Alemania	( )
Estados Unidos	( )	Suiza	( )
Canadá	( )	Francia	( )
Austria	( )	Holanda	( )
Italia	( )	Perú	( )
Colombia	( )		
Otros (especifique)	( )		



edad se encuentran la mayoría de sus

5.2 ¿Dentro de que edad se encuentran la mayoría de sus Visitantes?

00 - 15 años ( )	18 - 30 años ( )	46 - 60 años ( )
31 - 45 años ( )	61 - 75 años ( )	+ 75 años ( )

5.3 ¿Cual es la temporada de mayor afluencia turística hacia esta zona?

Meses \_\_\_\_\_

5.4 Usualmente los turistas viene:

Solos

En pareja En

familia Con

amigos

( ) \_\_\_\_\_

Mixto Otros

6) Posee material publicitario y / o promocional de la comuna Tsa'chila de Chigüilpe?

Si ( )

No ( )

7) Señale las dificultades que Ud. encuentra para operar en la comuna Tsa'chila de Chigüilpe? K

Acceso ( )

Falta información ( )

Falta servicios básicos ( )

Falta infraestructura ( )

Falta servicios Turísticos ( )

Otros ( )\_\_\_\_\_

**LE AGRADECEMOS SU VALIOSO TIEMPO INVERTIDO AL LLENAR**

**ESTE CUESTIONARIO**

## 2.4 Anexo. Encuesta a turistas nacionales

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

MAESTRÍA EN GERENCIA DE PROYECTOS DE ECOTURISMO

Encuesta para ser aplicada a: Visitantes nacionales.

El investigador quiere detectar la importancia de los atractivos turísticos para la comuna Tsa'chila de Chigüilpe.

La presente entrevista tiene por objeto obtener de usted valiosa información para lograr este propósito. Los datos aquí consignados tienen fines exclusivamente estadísticos y se utilizarán para el análisis global.

Ficha No.:  Fecha:

Nombre:

1. - Edad:  Sexo:  M  F

3 - Estado laboral:

Estudiante  oficinista  Ama de casa  Jubilado

Otros (especifique) \_\_\_\_\_

3.- Nivel de educación:

Primaria  Secundaria  Universidad

Postgrado

4. - ¿Cuál es su nivel de ingresos anuales aproximadamente?

Más de USD 3,000  Más de USD 6,000

Más de USD 10,000  Más de USD 20,000

5.- ¿Es este su primer viaje a este lugar?

Si

No

¿En este caso cuantas veces ha venido antes?

6.- ¿Cuánto tiempo planea Ud. quedarse aquí?

1 día

2 días

+ 2 /días

7. ¿Quien le

Nadie

Familiares

Amigos o colegas

acompaña durante este viaje? (Marque con una X)

Por favor especifique el Número de personas que viajan con usted.

8.- ¿A través de qué, se entero sobre esta zona como destino de su viaje? (Marque todas las opciones que se apliquen)

Agencia de Viajes

Internet

Radio

Guía turística

Televisión

Revista Referencia de amigos



9.- ¿Por qué, escogió Ud. este lugar para este viaje? (Marque con una X todas las opciones que se apliquen)

Fotografía

Educación ambiental

Investigación

Negocios

Historia y cultura

Vacaciones

Shamanismo

Paisaje natural

Científico

Otros (especifique) \_\_\_\_\_

10. – Anote cuatro cosas que le gustaron de este lugar

1.- \_\_\_\_\_

3.- \_\_\_\_\_

2.- \_\_\_\_\_

4.- \_\_\_\_\_

11. – Anote lo que no le gusto de este lugar

1.- \_\_\_\_\_

3.- \_\_\_\_\_

2.- \_\_\_\_\_

4.- \_\_\_\_\_



12.- ¿Qué servicios utilizó en la Comuna y califique la calidad?

<i>SERVICIO</i>	<i>CALIDAD</i>		
	<i>Bueno</i>	<i>Regular</i>	<i>Malo</i>
Alojamiento			
Alimentación			
Senderismo			
Área de camping			
Bar			
Avistamiento de aves			
Shamanismo			
Artesanías			
Guianza			
Otros...			

13.- ¿Piensa volver a este lugar?

Si  No

14.- ¿Cuál ha sido gasto promedio diario en esta zona?

USD 6 - 20

USD 21 - 40

USD 41 - 50

USD + 50

¿Qué nuevas

actividades le gustaría a usted que haya en la Comuna?

Agroturismo  Investigación  Convivencia comunitaria

Otros (especifique) \_\_\_\_\_

**LE AGRADEZCO SU VALIOSO TIEMPO INVERTIDO AL LLENAR ESTE CUESTIONARIO**

2.5 Anexo. Encuesta a turistas extranjeros

TECHNICAL UNIVERSITY OF AM BATO

FACULTY AND HUMANITIES AND EDUCATION

MASTER IN MANAGEMENT OF ECOTOURISM PROJECTS

Interview to apply to: International visitors

The researcher wants to determine the importance of the tourist attractions for the commune of Chigüilpe.

This interview is to get you valuable information for this purpose. The data entered here are exclusively for statistical purposes and used for global analysis.

Thanks for your cooperation.

~~SN~~

~~No~~

Date: \_\_\_\_\_ marital status:

1. -Nationality

: \_\_\_\_\_

2. - Country:

1. - Age: \_\_\_\_\_ Sex:  F

M

3. - Laboral Status:

Student  Work  Home  Retired

~~Of~~

4. - Educational level:

School  High School  University Graduate

5. - What is

More than USD 40,000  More than USD 80,000   
More than USD 60,000  More than USD 100,000

your \$US gross per year approximately?

6. - Is this your first trip in this zone?

Yes  No  In this case, how many times have you come before?

7. - How long are you going to spend here?

1 day

2 days

+ 2 /days

8. With whom

Alone  Family  Friends or partners  Classmate   
are you travelling during this trip (Mark with X)

Please specify the numbers of persons who travels with you.

9. - How did you know about this destination of trip? (Mark all the that you apply)  Internet  Radio  Television  Magazines  get to zone as a your options

Travel agency  Tourist guides  Reference of friends  Others (specify) \_\_\_\_\_

10. - Which \_\_\_\_\_ were you reason of your trip?

Researching \_\_\_\_\_ Photography \_\_\_\_\_ Environment education \_\_\_\_\_  
Business \_\_\_\_\_ Vacations \_\_\_\_\_ Cultural history Natural \_\_\_\_\_  
Scientific \_\_\_\_\_ Shamanism \_\_\_\_\_ landscape \_\_\_\_\_  
Others (specify)

11. - Annotate four things that you liked in this place

1.- \_\_\_\_\_ 3.- \_\_\_\_\_  
2.- \_\_\_\_\_ 4.- \_\_\_\_\_

12. -Annotate what didn't you like in your visit this place

1.- \_\_\_\_\_ 3. - \_\_\_\_\_

2.- \_\_\_\_\_ 4. - \_\_\_\_\_

13. - What services did you use in the community and rate the quality?

<i>SERVICE</i>	<i>QUALITY</i>		
	<i>good</i>	<i>Regular</i>	<i>Bad</i>
Accommodation			
Food			
Hiking			
Camping zone			
Bar			
Bird watching			
Shamanism			
Handcrafts			
Guidance			
Others.....			

14. – Do you think to come back to this place?

Yes  No

15. - How much did you spend /pay in the community?

USD 6 - 20 USD 21 -   
 40 USD 41 - 50 USD   
 + 50

16. Which activities  
 would you like to  
 exist in the community?

Agritourism  Researching  Community tourism

Others (specify) \_\_\_\_\_

**AGAIN, I THANK YOU FOR YOUR VALUABLE TIME SPENT BY  
 COMPLETING THIS QUESTIONNAIRE.**

## 2.6 Anexo fotográfico



**Ingreso a la comuna de Chiguilpe Km 7 via a Quevedo**



**Ingreso al museo T sachila**





**Henry Calazacon Director del Museo Tsachila**



**Artesanías del museo Tsachila**



**Cabaña para practica de shamanismo**



**Achiote, MU y MALI utilizados para su decoración corporal y del cabello**



**Recorrido por el sendero W uapilu – U ni - Shu**



**Centro de turismo comuntario Tolon Pelé**



**Restaurante del Centro Comunitario Tolon Pelé**



**Area de artesanias**



**C** abañas de alojamiento en proceso de construcción



**Area de cabañas y salon de reuniones en construcción**



**Punto de inicio del recorrido Jelen – M inu**



**Recorrido por area de cultivos**





**Cultivos de malanga**



**Área de cultivos de maíz**



**Área de cultivo de yuca**