



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

**EL PLAN ESTRATÉGICO Y SU IMPORTANCIA PARA POTENCIALIZAR
LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CHILLA.**

**CHAMBA ESCOBAR KATHERINE LIZBETH
LICENCIADA EN TURISMO**

**SARANGO PEÑA JENNY PATRICIA
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

**EL PLAN ESTRATÉGICO Y SU IMPORTANCIA PARA
POTENCIALIZAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL
CANTÓN CHILLA.**

**CHAMBA ESCOBAR KATHERINE LIZBETH
LICENCIADA EN TURISMO**

**SARANGO PEÑA JENNY PATRICIA
LICENCIADA EN TURISMO**

**MACHALA
2024**



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE TURISMO

PROYECTOS INTEGRADORES

**EL PLAN ESTRATÉGICO Y SU IMPORTANCIA PARA
POTENCIALIZAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL
CANTÓN CHILLA.**

**CHAMBA ESCOBAR KATHERINE LIZBETH
LICENCIADA EN TURISMO**

**SARANGO PEÑA JENNY PATRICIA
LICENCIADA EN TURISMO**

MEDINA CASTILLO WILIAM TRANQUILINO

**MACHALA
2024**

EL PLAN ESTRATÉGICO Y SU IMPORTANCIA PARA POTENCIALIZAR LOS ATRATIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CHILLA

por Katherine Lizbeth Chamba Escobar & Jenny Patricia Sarango Peña

Fecha de entrega: 12-ago-2024 03:01p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 2431193900

Nombre del archivo: TESIS_2024_CHAMBA_ESCOBAR_KATHERINE_LIZBETH_&_SARANGO_PEÑA_JENNY_PATRICIA_2.docx (10.13M)

Total de palabras: 15626

Total de caracteres: 90561

EL PLAN ESTRATÉGICO Y SU IMPORTANCIA PARA POTENCIALIZAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CHILLA

INFORME DE ORIGINALIDAD

9%	9%	3%	6%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	dspace.ups.edu.ec Fuente de Internet	2%
2	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	Submitted to Universidad Técnica de Machala Trabajo del estudiante	1%
4	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Trabajo del estudiante	1%
5	www.scielo.org.mx Fuente de Internet	1%
6	repositorio.puce.edu.ec Fuente de Internet	<1%
7	www.slideshare.net Fuente de Internet	<1%
8	repositorio.ulead.edu.ec Fuente de Internet	<1%

9	dspace.unl.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
10	debe-haber.ccpaqp.org.pe Fuente de Internet	<1 %
11	dspace.esPOCH.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
12	Submitted to University of La Guajira Trabajo del estudiante	<1 %
13	repositorio.uide.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
14	cienciaytecnologia.uteg.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.ug.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
16	www.derechoecuador.com Fuente de Internet	<1 %
17	Submitted to Universidad Argentina John F. Kennedy Trabajo del estudiante	<1 %
18	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	<1 %
19	scielo.iics.una.py Fuente de Internet	<1 %

Excluir citas Activo

Excluir bibliografía Activo

Excluir coincidencias < 25 words

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

Las que suscriben, CHAMBA ESCOBAR KATHERINE LIZBETH y SARANGO PEÑA JENNY PATRICIA, en calidad de autoras del siguiente trabajo escrito titulado EL PLAN ESTRATÉGICO Y SU IMPORTANCIA PARA POTENCIALIZAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN CHILLA., otorgan a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tienen potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

Las autoras declaran que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

Las autoras como garantes de la autoría de la obra y en relación a la misma, declaran que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asumen la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.



CHAMBA ESCOBAR KATHERINE LIZBETH

0750674905



SARANGO PEÑA JENNY PATRICIA

0705593440

Índice

I.	Resumen	I-7
1.1	Abstract	I-8
I.	Capítulo I.....	I-9
1.1	Introducción	I-9
1.1	Justificación	I-10
1.2	Formulación del problema	I-11
1.3	Objetivos	I-12
1.3.1	<i>Objetivos General</i>	I-12
1.3.2	Objetivos Específicos	I-12
1.4	Planteamiento Del Problema.....	I-13
1.4.1	Macro.....	I-13
1.4.2	Meso	I-14
1.4.3	Micro	I-14
II.	CAPITULO II	II-15
2.1	Marco Teórico.....	II-15
2.1.1	Antecedentes de investigación	II-15
2.1.2	Plan Estratégico	II-15
2.1.3	Atractivos turísticos	II-16
2.2	Marco Analítico	II-17
2.2.1	Turismo.....	II-17
2.2.2	Planificación Estratégica Del Turismo	II-18
2.2.3	Turismo Comunitario	II-18
2.2.4	Importancia del turismo para el desarrollo local.	II-18
2.2.5	Planificación Estratégica	II-18
2.2.6	Tipos de planeación	II-19
2.2.7	Potencialidad Turística	II-20
2.2.8	Desarrollo turístico	II-20
2.2.9	Inventario de los atractivos y recursos turísticos.....	II-21
2.2.10	Jerarquización de los atractivos.....	II-21

2.3	Marco Histórico	II-23
2.3.1	Historia y Creación de Chilla	II-23
2.4	Marco Legal	II-26
III.	Capítulo: Metodología	III-30
3.1	Metodología Cuantitativa	III-30
3.1.1	Metodología Cualitativa	III-30
3.1.2	Metodología Mixta	III-30
3.2	Método	III-30
3.2.1	Método Inductivo	III-30
3.2.2	Método Deductivo	III-31
3.3	Técnicas e Instrumentos.....	III-31
3.3.1	Campo.....	III-31
3.3.2	Encuesta.....	III-31
3.3.3	Entrevista.....	III-31
3.3.4	Multimedia	III-32
3.3.5	Investigación Bibliográfica	III-32
3.4	Población y Universo.....	III-32
3.4.1	Población	III-32
3.4.2	Muestra.....	III-32
3.5	Interpretación De Los Resultados	III-34
3.6	Entrevistas.....	III-44
3.7	Análisis Y Discusión De Resultados	III-48
3.8	Matriz Foda.....	III-50
IV.	Capítulo: Propuesta.	IV-53
4.1	Análisis FODA	IV-53
4.2	Identificar los atractivos turísticos.....	IV-54
4.2.1	Atractivos Culturales	IV-54
4.2.2	Atractivos Naturales	IV-62
4.3	Plan de Marketing.....	IV-70
4.4	Plan de Acción	IV-1
4.4.1	Programa de ejecución	IV-3
	Conclusiones.....	IV-1

V. Recomendaciones.....	V-2
Bibliografía.....	V-1
VI. Anexos.....	VI-8

Índice de Tablas:

<i>Tabla 1: Descripción De La Ficha De Jerarquización</i>	II-22
<i>Tabla 2: matriz foda</i>	III-50
<i>Tabla 3: Ficha de observación del Santuario Mariano Nuestra Señora de la Natividad de Chilla</i>	IV-54
<i>Tabla 4: Ficha de observación de la Festividad de Nuestra señora de la Natividad de Chilla</i>	IV-56
<i>Tabla 5: Ficha de observación de la Pirámide del Sol</i>	IV-57
<i>Tabla 6: Ficha de observación del Mirador El Panecillo.....</i>	IV-58
<i>Tabla 7: Ficha de observación del Centro de Investigación de Cannabis-Medicinal INSA</i>	IV-60
<i>Tabla 8: Ficha de observación del Jardín río Pivir</i>	IV-62
<i>Tabla 9: Ficha de observación de las Aguas Termales de Ashigsho</i>	IV-63
<i>Tabla 10: Ficha de observación de la Laguna Encantada de Chillacocha</i>	IV-64
<i>Tabla 11: Ficha de observación de la Cascada de Río Lecher.....</i>	IV-66
<i>Tabla 12: Ficha de observación del Cerro Ventanas</i>	IV-67
<i>Tabla 13: Ficha de observación del Cerro Portete.....</i>	IV-68
<i>Tabla 14: Full Day</i>	IV-74
<i>Tabla 15: matriz de costeo full day</i>	IV-75
<i>Tabla 16: itinerario full day</i>	IV-75
<i>Tabla 17: Precio día 1 itinerario</i>	IV-76
<i>Tabla 18: Precio día 2 itinerario</i>	IV-77
<i>Tabla 19: precio total del itinerario</i>	IV-78
<i>Tabla 20:matriz de costeo del itinerario</i>	IV-78
<i>Tabla 21:ITINERARIO día 1</i>	IV-78
<i>Tabla 22: Itinerario día 2.....</i>	IV-79
<i>Tabla 23: Plan de acción</i>	IV-1
<i>Tabla 24:Programa de ejecución.....</i>	IV-1

Índice de Graficas:

Gráfica 1:	III-34
Gráfica 2:	III-35
Gráfica 3:	III-36
Gráfica 4:	III-37
Gráfica 5:	III-39
Gráfica 6:	III-40
Gráfica 7:	III-42
Gráfica 8:	III-43

Índice de Imagen

<i>Imagen 1: Santuario Mariano Nuestra Señora de la Natividad de Chilla</i>	IV-55
<i>Imagen 2: Festividad de Nuestra señora de la Natividad de Chilla</i>	IV-56
<i>Imagen 3: Pirámide del Sol</i>	IV-58
<i>Imagen 4: Mirador El Panecillo</i>	IV-59
<i>Imagen 5: Centro de Investigación de Cannabis-Medicinal INSA</i>	IV-60
<i>Imagen 6: Medicinal INSA</i>	IV-61
<i>Imagen 7: Jardín río Pivir</i>	IV-62
<i>Imagen 8: Aguas Termales de Ashigsho</i>	IV-64
<i>Imagen 9: Laguna Encantada de Chilla cocha</i>	IV-65
<i>Imagen 10: Cascada de Río Lecher</i>	IV-66
<i>Imagen 11: Cerro Portete</i>	IV-69
<i>Imagen 12: Propuesta de folletos publicitario.</i>	IV-71
<i>Imagen 15: Propuesta del espacio publicitario en el periódico</i>	IV-73
<i>Imagen 16: ITINERARIO parte 2</i>	IV-73
<i>Imagen 17: Itinerario</i>	IV-73

Índice de Anexos:

Anexo 1: <i>Ficha de jerarquización para el levantamiento de los atractivos</i>	VI-8
Anexo 2: <i>CUESTIONARIO de encuesta 1</i>	VI-16
Anexo 3: <i>cuestionario de encuesta 2</i>	VI-18
Anexo 4: <i>cuestionario de encuesta 3</i>	VI-18
Anexo 5: <i>aplicación de las encuestas y trabajo de campo</i>	VI-20

DEDICATORIA

A mis padres, Chamba Fernández Hugo y Escobar Valdiviezo Irma, quienes me han apoyado en esta etapa a pesar de que no estaban de acuerdo en que estudiara esta carrera, en especial a mi Madre que me ha visto llorar, le dedico este esfuerzo que me costó realizar a pesar de sus palabras fuertes he logrado culminar esta etapa con éxito.

CHAMBA ESCOBAR KATHERINE.

A mi amado **hijo, Kylian Basurto Sarango** tu existencia me llena de motivación y me impulsa a ser mejor, eres mi mayor motivación y la razón por la que me esfuerzo cada día. Tu sonrisa y tu amor incondicional han iluminado mis días y me han dado fuerzas cuando más lo necesitaba. Dedico este logro a ti, para que siempre recuerdes que, con dedicación y esfuerzo, todo es posible.

A mis amados padres, **Victor Sarango y Margarita Peña**, quienes han sido la base firme sobre la cual he construido mis sueños. A ustedes que, con su amor incondicional, sacrificios y enseñanzas, me han guiado a lo largo de este camino. Gracias por inculcarme los valores de la perseverancia, el esfuerzo y la humildad, y por estar siempre a mi lado, brindándome su apoyo inagotable en cada paso que he dado.

A mi querida Lorita **loki**, que lamentablemente ya no está conmigo. Tu compañía alegró mis días y tu ausencia dejó un vacío en mi corazón. Gracias por los momentos de alegría y por haber sido una parte tan especial de mi vida.

SARANGO PEÑA JENNY PATRICIA

AGRADECIMIENTO

Primeramente, estoy agradecida con Dios que nunca me abandono y qué siempre me mantuvo con vida y salud para seguir adelante. A mis hermanos, primos y ti@, también estoy agradecida con mi grupo favorito de Kpop en donde sus canciones me motivaron a no rendirme, ni dejar que los malos comentarios me desanimen, como dijo Kim Namjoon “Amate a ti mismo, habla por ti”.

A mis amigas que siempre nos apoyamos mutuamente y a mi tutor Wiliam Tranquilino.

CHAMBA ESCOBAR KATHERINE.

Quiero expresar mi más sincero agradecimiento a todas las personas que me han apoyado y acompañado durante la realización de esta tesis.

Quiero dedicar en primer lugar a Dios que me ha dado vida y salud para seguir adelante, y por este logro.

A mi Hermano, **Steven Sarango Peña**, por estar ahí siempre y Gracias por ser esa voz de aliento cuando más la necesitaba, por creer en mí cuando los desafíos parecían insuperables, y por ser un ejemplo constante de esfuerzo, dedicación y valor.

A mi esposo. **Cristhian Basurto**, mi compañero de vida, mi roca y mi mayor aliado. Gracias por tu amor infinito, por tu paciencia sin límites, y por tu capacidad para entenderme incluso en los momentos en que ni yo misma lograba hacerlo. Tus palabras de aliento, tu apoyo inquebrantable y tu fe en mi capacidad han sido el motor que me ha impulsado a seguir adelante.

A todos aquellos que lucharon por sus sueños y me inspiraron a nunca rendirme.

SARANGO PEÑA JENNY PATRICIA

I. Resumen

El presente trabajo de titulación plantea un Plan Estratégico para mejorar los lugares turísticos del Cantón Chilla con el objetivo de contrarrestar el deterioro de los recursos turísticos y mejorar la situación socioeconómica de la región.

Basado en un análisis exhaustivo y una visión estratégica y participativa, el plan estratégico tiene como objetivo garantizar el empleo y el crecimiento económico mediante la mejora y promoción de los servicios turísticos. En donde se destaca la importancia de establecer objetivos claros y encontrar recursos turísticos que hagan que el cantón sea más atractivo para los visitantes. En la recolección y el análisis de datos se realizó utilizando la metodología mixta, lo que permitió la creación de estrategias efectivas y una comprensión completa de la situación.

Palabras claves: Plan estratégico, actividades turísticas, participación comunitaria, Cantón Chilla.

1.1 Abstract

This degree project proposes a Strategic Plan to improve the tourist sites of Canton Chilla with the objective of counteracting the deterioration of tourist resources and improving the socioeconomic situation of the region.

Based on a comprehensive analysis and a strategic and participatory vision, the strategic plan aims to ensure employment and economic growth through the improvement and promotion of tourism services. It highlights the importance of establishing clear objectives and finding tourism resources that make the canton more attractive to visitors. The data collection and analysis were carried out using a mixed methodology, which allowed the creation of effective strategies and a complete understanding of the situation.

Key words: Strategic plan, tourism activities, community participation, Canton Chilla.

I. Capítulo I

1.1 Introducción

La elaboración de un Plan Estratégico para el mejoramiento de los sitios turísticos del Cantón Chilla es de vital importancia para contrarrestar el deterioro físico de los recursos turísticos y mejorar la situación socioeconómica de la región. A pesar de contar con paisajes encantadores y una rica diversidad natural y cultural, en los últimos años se ha observado un deterioro físico de los recursos turísticos de la zona. Para revertir esta situación y maximizar el potencial turístico del Cantón Chilla, es necesario implementar un plan estratégico que identifique y ejecute las acciones necesarias para su desarrollo sostenible y responsable.

Este plan debe ser el resultado de un análisis exhaustivo de la situación del turismo en la zona, y de una visión estratégica y participativa. En este sentido, el Plan Estratégico debe tener como objetivo principal garantizar el empleo y el crecimiento económico en el Cantón Chilla a través de la mejora y promoción de los servicios turísticos, para lograrlo, es necesario establecer objetivos claros, identificar estrategias y medidas específicas e identificar los destinos que puedan potenciar el atractivo de la zona.

Además, es importante fijar objetivos claros, definir estrategias y métodos específicos y descubrir recursos turísticos que aumenten el atractivo de la zona. En resumen, es necesario desarrollar un plan que permitan potenciar los atractivos turísticos del Cantón Chilla, lo cual permitirá promover su crecimiento económico, social y el beneficio del patrimonio cultural.

1.1 Justificación

El Cantón Chilla, ubicado en la provincia de El Oro, tiene que lidiar con situaciones socioeconómicas extremadamente complicadas, principalmente por la falta de fuentes de opciones laborales que posibiliten a los residentes generar ingresos dignos. El turismo es crucial para el crecimiento económico, la diversificación y el estilo de vida de las comunidades.

Es crucial destacar que la OMT (2016) sostiene que el viaje de placer debe promover la preservación y conservación de las prácticas culturales, la biodiversidad y los hábitats naturales mediante la difusión de conocimiento del turismo y brindando a las comunidades oportunidades para el desarrollo sostenible. (Orellana & Lalvay, 2018). El desarrollo sostenible del turismo requiere que los gobiernos locales y las empresas asuman la responsabilidad e involucren a las comunidades a través de relaciones económicas sólidas que respeten los valores culturales, sociales, éticos, económicos, ecológicos e institucionales.

Según Peter Drucker, citado por (Franco et al., 2021), la planificación estratégica es un proceso extenso que se basa en la comprensión más amplia posible de un futuro. Los resultados determinan las decisiones riesgosas que se toman en el futuro. Además, la organización de las actividades necesarias para llevar a cabo estas disposiciones y la evaluación sistemática de los resultados obtenidos en comparación con las expectativas generadas son cruciales.

El turismo es una nueva expectativa para el crecimiento social, económico y original; con efectos positivos y negativos. Es por eso que debemos comenzar y ayudar con nuestro medio ambiente, educando a los residentes sobre la preservación y conservación de los lugares visitados, lo que contribuirá al crecimiento turístico de la zona.

1.2 Formulación del problema

¿Por qué un Plan Estratégico es necesario para mejorar los atractivos turísticos del Cantón Chilla y cómo puede contribuir al desarrollo sostenible del turismo?

Es esencial tener un plan estratégico que respalde el progreso sostenible de la comunidad en el sector turístico. Este plan debe incluir un modelo de gestión que involucre a todos los actores interesados en beneficiar a la comunidad y fortalecer la cadena de valor, optimizando los recursos disponibles. Lamentablemente, muchas veces las acciones se enfocan en el corto plazo y se prioriza el aspecto financiero, lo que impide que estos planes alcancen los resultados esperados cuando no se cuenta con suficiente financiamiento (Pereyra et al., 2021).

La problemática planteada destaca la urgente necesidad de desarrollar e implementar un Plan Estratégico que aborde estas cuestiones, establezca metas claras y proporcione un marco integral para el desarrollo sostenible y efectivo de los atractivos turísticos del Cantón Chilla.

Sin embargo, en la actualidad, el cantón carece de un plan de desarrollo actualizado, ni de una recopilación de información sobre sus recursos turísticos y sus oportunidades para atraer visitantes. La poca información y planificación tiene un impacto significativo en el crecimiento de la parroquia, especialmente en una comunidad donde la falta de empleo es la principal deficiencia.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivos General

Diseñar un plan estratégico para potenciar los atractivos turísticos del Cantón Chilla con el fin de promover el desarrollo sostenible y el crecimiento económico de la región.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Identificar los atractivos turísticos existentes en el Cantón Chilla, incluyendo su estado actual, potencialidades y limitaciones.
- Identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (FODA) relacionadas con los atractivos turísticos.
- Diseñar plan estratégico y promoción efectivos para difundir los atractivos del Cantón Chilla a nivel regional y nacional.

1.4 Planteamiento Del Problema

1.4.1 Macro

España se destaca como una potencia en el sector del turismo, una actividad económica de gran importancia a nivel mundial. En el año 2018, España atrajo a 82,6 millones de visitantes extranjeros, convirtiéndose en el segundo país más visitado después de Francia. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) informa que, en 2018, el turismo contribuyó a la economía española con un total de 178.000 millones de euros, lo que representa el 14,6% del PIB nacional. Aunque el crecimiento fue menor que el promedio mundial y europeo, el WTTC destaca la importancia del turismo para España. Se espera que en 2019 España supere nuevamente este récord, con un estimado de 83,4 millones de turistas internacionales, un incremento de 10,7% respecto al año anterior (Fernández, 2020).

Debido al desarrollo económico y social de muchas regiones, la planificación estratégica se está utilizando con mayor frecuencia en el sector turístico. Por lo tanto, esto ha llevado a una creciente demanda de técnicas que permitan el uso óptimo de los recursos y las inversiones internas y externas para el desarrollo local (Toselli, 2015).

En relación con la publicación del “PLANDETUR 2020”, un plan estratégico para el desarrollo turístico sostenible en Ecuador, se describieron diversas líneas de productos turísticos, incluyendo el turismo de naturaleza y el ecoturismo con sus especificaciones; Con el fin de promover la conservación del medio natural y de los miembros de las comunidades rurales, también enfatizan características fundamentales que los distinguen, tales como: objetos turísticos, instalaciones turísticas (Cuétara et al., 2022).

1.4.2 Meso

El turismo ha aumentado significativamente en México en la planificación y diseño de políticas económicas y sociales. Se incluyó en el Plan Nacional de Desarrollo con el objetivo de aprovechar el potencial turístico del país con el fin de generar ganancias económicas, tener un impacto en la producción y promover la creación de empleo. El turismo puede ayudar a reducir la pobreza a través de la interacción directa con otros sectores. México es el destino más visitado de la Latinoamérica y ocupa el 7mo lugar a nivel mundial en cuanto al número de turistas internacionales...Según la Secretaría de Turismo, el turismo genera aproximadamente el 8,7 % del PIB nacional. En el último año registrado, recibió un total de 31,9 millones de turistas internacionales, generando divisas por un valor de 19,8 mil millones de dólares (Ultreras et al., 2021).

1.4.3 Micro

A pesar de tener numerosos atractivos turísticos, el Cantón Chilla enfrenta desafíos significativos para aprovechar y promocionar eficazmente estos recursos, con el fin de atraer visitantes y promover el desarrollo económico local. La falta de un Plan Estratégico bien definido limita la capacidad del cantón para maximizar sus atractivos turísticos, generando problemas que afectan tanto a la comunidad local como al potencial turístico de la región.

Una de las principales desventajas de este cantón es la limitada distribución de estos atractivos, lo que genera desconocimiento entre los turistas que visitan el lugar. Dada la importancia de estos lugares, se consideró oportuno proponer soluciones alternativas. Para solucionar este problema se va a desarrollar un plan estratégico de desarrollo turístico, cuyo objetivo es crear oportunidades donde los turistas puedan descubrir los principales atractivos naturales, disfrutar y admirar las bellezas naturales que ofrecen, lo que mejorará la situación socioeconómica de la ciudad (Santamaría et al., 2019).

Uno de los principales objetivos del estudio es presentar la cultura, la gastronomía, los valores ancestrales y las tradiciones del Cantón del Chilla, conservado a través de los años. El turismo beneficiara a las comunidades, al brindar oportunidades de negocios en donde muestran su cultura y tradiciones para que los turistas puedan participar en todas aquellas costumbres y actividades que los hacen regresar.

II. CAPITULO II

2.1 Marco Teórico

2.1.1 Antecedentes de investigación

El plan estratégico es muy importante en el desarrollo de una empresa, sitio o región del país, si se aplica en el turismo, se basa en tres pilares fundamentales: conservación del patrimonio natural y cultural, promoción de la infraestructura turística y fortalecimiento de la comunidad local. A través de estas acciones, buscamos crear una experiencia única para los visitantes, al tiempo que generamos beneficios para la comunidad y preservamos la identidad y el legado de Chilla.

Es por eso por lo que, dentro del antecedente de investigación, se busca resaltar la importancia que tiene la temática a investigar, es por eso citan autores que han escrito sobre la misma, En base a las dos variables de estudio, como lo es plan estratégico y atractivos turístico que se estudian este trabajo de investigación.

2.1.2 Plan Estratégico

Según los autores Heredia et al (2021), dentro de su tema de investigación denominado “Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Tosagua”, en el mismo se planteó como objetivo general, elaborar un plan estratégico de desarrollo turístico para el Cantón donde se propone desarrollar nuevas estrategias mediante el ordenamiento territorial y la identificación de áreas turísticas prioritarias en el cantón en colaboración con el Plan de Ordenamiento Territorial, para lo cual utilizo una metodología de tipo cualitativo, descriptivo, analítico y propositivo para elaborar un plan estratégico de desarrollo turístico para el Cantón Tosagua, en el cual llego a la siguiente conclusión, donde sugiere la creación de estrategias específicas para mejorar e incentivar el desarrollo del turismo en la zona. Se requiere implementar un plan estratégico de desarrollo turístico que considere las características y necesidades del sector y la promoción del turismo nacional.

Como señalan Carrillo & Pulido (2021), dentro de su investigación “Planteamiento estratégico para la financiación inclusiva del turismo por parte de los organismos financieros internacionales”, los expertos están de acuerdo en que el turismo debe ser financiado por organismos financieros internacionales para un mejor acceso a la finanzas de los más excluidos. El trabajo tiene como objetivo principal presentar los resultados obtenidos en el

proceso de creación de un plan estratégico, que se llevó a cabo a partir de una revisión previa de la literatura existente y un cuestionario realizado a un grupo de expertos internacionales. En donde utilizaron una metodología para invertir proyectos de desarrollo turístico, para fomentar la inclusión financiera en el turismo, se concluyó que se pueden establecer estrategias de guía para los organismos económicos internacionales en la financiación del turismo, con criterios y objetivos claros, medibles y palpables, para facilitar el impacto del turismo en el desarrollo económico.

De acuerdo con Salas & Villacís (2020), con su tema de investigación “Mejora del turismo en un destino desde un diagnóstico de la demanda. Caso Patate –Ecuador”, en donde se realizó como objetivo de analizar la mejora del turismo en Patate, a través del diagnóstico de la demanda. Para ello, utilizaron una metodología de investigación tipo cuantitativas y cualitativas, como exploratoria, descriptiva, bibliográfica y de campo. Además, se recomienda una planificación estratégica que tenga en cuenta las perspectivas de los visitantes después de determinar las características de la demanda. En donde se llegó a la conclusión de que se diagnosticó en la demanda un destino que debe mejorar abordando temas teóricos y prácticos.

2.1.3 Atractivos turísticos

Como señala Acle et al (2023), con su tema de investigación “Gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México”, con el mismo se planteó como objetivo general, la investigación es la conexión entre la gastronomía tradicional y el turismo, donde se utilizó una metodología de tipo de enfoque mixto, cualitativa y cuantitativa. En la cual se concluyó que la gastronomía tradicional es un detonante del turismo en la ciudad y que, para mejorar su impacto en el turismo, se debe mejorar la atención y el entretenimiento para ofrecer una mejor experiencia a los visitantes.

Según Soria et al (2022), con su tema de investigación “Análisis de la capacidad de carga de los atractivos turísticos en la Amazonía Central, Brasil”, en la cual tiene como objetivo general es evaluar los senderos en los lugares turísticos del Amazonas, teniendo en cuenta el estado de degradación forestal dichos lugares, donde la metodología utilizada considera tres niveles de capacidad de carga (física, real y efectiva) y su relación con la degradación forestal. Se llegó a la conclusión que este estudio puede servir de base y

referencia para estudios más detallados y establecer líneas de investigación relacionadas con el manejo, la gestión, el control y el monitoreo del flujo turístico en curso.

De acuerdo con Segrado & Balbuena (2022), con su tema de investigación “La multietnicidad como atractivo turístico del Chaco Paraguayo”. Su objetivo general es buscar los desafíos y oportunidades para la puesta en valor turística de la cultura multiétnica (menonita y aborígen) en la ciudad de Filadelfia, Chaco paraguayo, durante el periodo 2020-2030. En donde utilizaron una metodología de estudio exploratorio con datos cualitativos, que incluyeron observación de campo, entrevistas y documentos públicos oficiales. En la cual se llegó a la conclusión de que la investigación examinó los desafíos y oportunidades que implica el turismo étnico en el Chaco paraguayo, y se identificaron grupos sociales (menonitas y aborígenes) quiénes han coexistido durante más de cincuenta años. Se observó que, aunque coexisten con base en relaciones de ganadería y agricultura, muestran diferentes criterios con respecto al aprovechamiento turístico en la zona.

2.2 Marco Analítico

2.2.1 Turismo

Es un fenómeno, cultural, económico y social que, según la Organización Mundial del Turismo, se refiere al movimiento temporal y voluntario de personas durante el año. Además, el turismo se define como un conjunto de actividades que producen bienes y servicios que sirven para sustentar las actividades comerciales como: el ocio, el entretenimiento o actividades profesionales que se llevan a cabo en distintos lugares de la zona en donde residen habitualmente el turista (Salazar et al., 2020).

2.2.2 Planificación Estratégica Del Turismo

La planificación estratégica en la industria turística ha evolucionado y ahora se centra en enfoques innovadores para organizar su futuro en un territorio específico. Como actividad de desarrollo, el turismo requiere un proceso de planificación que oriente sus iniciativas. Según la OMT (2004), la planificación estratégica del turismo a diferentes escalas (internacional, nacional, local y a nivel de sitio) es esencial para lograr el éxito en el desarrollo, la gestión y la gestión del turismo (Pilar Faría et al., 2016).

2.2.3 Turismo Comunitario

MINTUR (2017) citado por Lalangui (2017) aseguran que el turismo comunitario fue una respuesta para permitir a las comunidades obtener ingresos alternativos para sus familias, recuperar y valorar su cultura e identidad, y administrar los recursos naturales de manera sostenible. Los turistas se interesan cada vez más por los espacios naturales y buscan nuevos estímulos y retos, dificultando la experiencia en sus países de origen y debido a una creciente sensibilidad hacia el medio ambiente y la sociedad. Diversas comunidades se unieron para formar iniciativas de turismo comunitario para proteger y administrar adecuadamente la tierra y el territorio, revalorizar la cultura, fortalecer las capacidades organizativas, distribuir beneficios y alimentos de manera equitativa, y como una forma alternativa de obtener ingresos y reducir la pobreza.

2.2.4 Importancia del turismo para el desarrollo local.

De acuerdo con Cárdenas, el desarrollo local es un proceso que se desarrolla de manera distinta en cada nación debido a las diferencias en las articulaciones entre la historia, las dimensiones territoriales, las estructuras y la acción distinta de los actores. Albuquerque afirma que el desarrollo local va más allá del simple desarrollo económico local y implica una coordinación efectiva entre los diversos niveles de administraciones territoriales y el contexto integrado de múltiples políticas de desarrollo. Incluye un enfoque integral que tiene en cuenta los elementos culturales, ambientales, socio-institucionales, desarrollo humano y laborales (Aparicio, 2021).

2.2.5 Planificación Estratégica

La planificación estratégica es importante para el sector turístico, ya que permite a los actores relevantes establecer objetivos a largo plazo para lograr un desarrollo sostenible.

Según Bustamante y Serna, es un proceso para establecer los puntos claves que se deben considerar para las decisiones futuras; mientras que Ancin indica que el plan estratégico de la organización es el plan maestro que lleva adelante la alta dirección para hacer decisiones estratégicas a largo plazo (Heredia et al., 2021).

Para jerarquizar el territorio, la planificación debe adoptar un enfoque específico que responda a las necesidades y expectativas de las zonas rurales y que integre otros espacios, como las intermedias. Una vez que estén identificadas las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de un destino, se puede perfilar una buena oferta turística mediante una planificación adecuada, que genere resultados positivos (COLPAS et al., 2023).

2.2.6 Tipos de planeación

Existen Principalmente Tres Tipos De Planeación:

- **Estratégica:** Es la que se realizan los altos directivos para crear los planes de negocios. Suelen ser a corto y mediano plazo y involucran a toda la empresa. Su propósito es determinar el rumbo de la empresa y lograr su misión y visión.
- **Táctica o funcional:** Se refiere a planes más específicos que cada departamento o áreas de la empresa desarrolla. Se enfoca en un área específica y es responsabilidad de los jefes o gerentes del área.
Puede ser a corto, mediano o largo plazo.
- **Operativa:** y maneja de acuerdo con la planificación táctica y es a corto plazo. Se lleva a cabo en niveles de sección u operación y se centra en la formulación y asignación de resultados y actividades específicas que deben realizarse en los niveles jerárquicos más altos de la empresa (Franco et al., 2021).

2.2.7 Potencialidad Turística

La potencialidad turística se refiere a la capacidad de un territorio para atraer a los turistas a través de sus recursos naturales y culturales en donde se va a conocer su potencial turístico. En 2018, el Ministerio de Turismo de Ecuador creó una Guía Metodológica que utiliza nueve criterios de evaluación para jerarquizar los atractivos y generar espacios turísticos. De estos criterios, seis están relacionados con el índice de competitividad turística y tres están relacionados con la demanda. Muchos estudios han sido realizados para aumentar el turismo en el país, pero hay elementos que afectan negativamente en su posición e impacto en el mercado, como el discreto papel discreto de las comunidades locales en la búsqueda de alternativas sostenibles para sus negocios y estrategias de desarrollo económico (FIGUEROA et al., 2019).

2.2.8 Desarrollo turístico

Turismo sostenible

Según Mamani, afirma que el turismo sostenible es aquel que tiene en cuenta las repercusiones económicas, sociales y ambientales actuales y futuras de visitantes. El turismo sostenible también debe brindar a los turistas una experiencia significativa y hacerles más conscientes de los problemas de sostenibilidad, lo que promueve prácticas turísticas sostenibles (Sánchez & Ruiz, 2020).

Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos se definen como los principales símbolos e imágenes de los destinos turísticos y son una reflexión de la valoración diferente de los recursos y lugares. Son una reflexión sobre cómo los actores de la comunidad y otros agentes del sistema productivo local ven ciertos recursos y lugares.

De acuerdo con Coriolano, afirma que el turismo cambia la sociedad y el espacio, determinando las singularidades espaciales y reorientando sus usos. El desarrollo del turismo implica la congruencia de múltiples elementos que conforman el sistema. Es importante que las comunidades de los países que reciben estas actividades económicas las asimilen adecuadamente, especialmente si se tiene como objetivo cumplir con los estándares de sustentabilidad y crecimiento económico. Este sector requiere una gran movilización de

personas, recursos, conocimientos, espacios, entre otros., lo que implica que se deben estudiar los impactos y percepciones, especialmente en áreas alejadas de destinos turísticos y con un gran potencial para el desarrollo de una oferta turística complementaria (Figueroa et al., 2020).

2.2.9 Inventario de los atractivos y recursos turísticos

Es importante destacar que el MINTUR, divide los atractivos en dos categorías: sitios naturales y manifestaciones culturales. Ambos grupos se encuentran en la categoría de tipo y subtipos.

Montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos espeleológicos, costas o litorales, ambientes marinos, tierras insulares, sistemas de áreas protegidas son algunos de los tipos de sitios naturales.

Se distinguen varios tipos de manifestaciones culturales, se reconocen tipos: históricos, etnográficos, realizaciones técnicas y científicas, realizaciones artísticas contemporáneas y eventos programado (Félix & Ganchozo, 2020).

2.2.10 Jerarquización de los atractivos

La jerarquización de los atractivos turísticos es un proceso de selección y clasificación de los distintos servicios y recursos turísticos que ofrece una zona o región. El objetivo de esta jerarquización es identificar aquellos servicios y recursos que son más valiosos y atractivos para los visitantes, y de ese modo, poder enfocar los esfuerzos en su promoción.

TABLA I: DESCRIPCIÓN DE LA FICHA DE JERARQUIZACIÓN

Jerarquización	Descripción
Jerarquía IV	Un atractivo turístico excepcional que solo puede atraer visitantes actuales o potenciales.
Jerarquía III	Atractivo con características únicas del país, capaz de atraer visitas del mercado interno o potencial, y en pequeña medida del mercado internacional, ya sea en conjunto o solo, con otros atractivos vecinos.
Jerarquía II	atractivo con algunas características únicas que pueden atraer turistas de largo recorrido, ya sea del mercado interno, acoger turistas que llegan a la zona por otros motivos turísticos o atraer turismo de ocio.
Jerarquía I	Atractivo que presenta requisitos mínimos para la producción de productos, como componentes que complementen a otros de mayor jerarquía.
Recursos	Es una característica natural o cultural que tiene el potencial de fomentar la migración, pero aún no está integrada en la dinámica del turismo y carece de infraestructura de apoyo.

Fuente: Manual de atractivos turísticos,2019

2.3 Marco Histórico

En la encantadora región de El Oro, el cantón Chilla es un destino turístico que cautiva con su rica historia, paisajes impresionantes y una cultura vibrante. Se va a diseñar un plan estratégico para impulsar el desarrollo sostenible y el crecimiento económico de la zona. El objetivo de este plan es fomentar el turismo en Chilla y convertirlo en un destino atractivo para turistas nacionales e internacionales.

El Cantón Chilla ofrece una amplia gama de atractivos turísticos, incluidas montañas majestuosas, ríos cristalinos, lugares históricos y tradiciones ancestrales. Nuestro objetivo es aprovechar al máximo estos recursos para ofrecer a los turistas una amplia gama de actividades y experiencias.

2.3.1 Historia y Creación de Chilla

Los datos históricos se utilizan para definir el cantón del antiguo recinto llamado Chilla. Según el profesor Rigoberto Granda, a finales de 1729, los primeros caciques fueron Mateo Cuenca y Gabriel Pintarrero Andrés guía, visitaron Chilla que anteriormente perteneció al cantón Zaruma.

De acuerdo con los registros del Santuario Marino y algunas versiones antiguas, el nombre Chilla proviene del vocablo quechua Chailla, que significa “allá esta”. La Virgen de Chilla fue la Patrona del lugar y, después de la Bula Papal de Paulo VI, fue nombrada «Patrona De La Provincia De El Oro».

Fecha de Creación del Cantón

El 25 de julio de 1988, se conmemora el día de la cantonización del cantón Chilla. Al estar situado en la cordillera de los andes, se encuentra a unos 78 km de la capital de la provincia de El Oro, Machala.

Ubicación geográfica

El cantón Chilla, se encuentra en la cordillera de los andes, a un viaje de ochenta y tres kilómetros de distancia, desde la capital oreense Machala.

Extensión

El cantón Chilla tiene un área de 389 km², que se puede dividir en dos rangos altitudinales, desde los 200 msnm hasta los 3610 msnm. La cabecera cantonal de Chilla está a 2429 msnm sobre el nivel del mar.

Información Climática

Debido a las afluencias marítimas y la cordillera de los Andes, el cantón Chilla tiene una variedad de climas, que van desde el cálido del trópico hasta el frío de los páramos andinos. Se destaca por su abundante vegetación, suelos fértiles y abundantes minas de metales. Presenta tres climas principales: frío (8 – 12 °C), templado frío (12 – 15 °C) y cálido (20 – 30 °C), lo que permite el cultivo de productos serranos y costeños. Las características climáticas son afectadas por las corrientes Humboldt y El Niño, así como por la Zona de Convergencia Intertropical, que causan nieblas y lluvias débiles y reducen la temperatura media de mayo a diciembre.

Población

En 2010, la población alcanzó los 2484 habitantes, con una distribución de 1274 hombres y 1210 mujeres, según el INEC.

Cantonización

A mediados del 25 de julio se celebra el aniversario del cantón, en honor a los precursores de la vida histórica cantonal, quienes lograron ganar después de una ardua batalla con verdadero patriotismo.

Desarrollo social

Cultura y tradiciones

Estas actividades hacen de Chilla un destino atractivo para turistas y amantes de la naturaleza.

La Pasana

Esta tradición es acompañada por el baile de todos los invitados, que incluye chicha, bebidas alcohólicas típicas, juegos tradicionales como: las ollas encantadas, el palo encebado, carrera de sacos y juegos pirotécnicos, acompaña esta atracción.

La Minga

Esta importante tradición, que permite el trabajo en equipo y está organizada por representantes de instituciones gubernamentales, líderes comunitarios, líderes locales, voluntarios y el comité del santuario marino, todavía se mantienen en la población.

Vestimenta

Antiguamente las mujeres solían usar una combinación, que consista en un delantal de delantal que se extendía desde los hombros hasta las rodillas, y una falda hecha de lana de oveja. También vestían blusa con botones adornados con encaje en las mangas y el cuello alto, zapatos de caucho y sombrero de paño para asistir a misa y los domingos.

La Danza

Las danzas laborales, están entre las participativas, así como las danzas recreativas y religiosas, como también las danzas campesinas, folclóricas, sociales y populares.

Gastronomía

Lo platos típico oreense es una de las más apreciadas en nuestro país porque muestra la tradición que forma parte de nuestra cultura, enseñanzas y saber de nuestros antepasados que se mantiene incluso el día de hoy.

- Tamales en Hojas de Huicundo
- Dulce de Sambo
- Cuy Asado
- Repe

Atractivos turísticos

- Santuario De La Virgen De Chilla
- Pirámide De Pueblo Viejo
- Balneario De Pejeyacu

- Aguas Termales de Ashigsho
- Cerro Portete
- Cerro Yayaurco
- Petroglifos
- Laguna Encantada de Chilla cocha
- Cascada De Agua Cristalina Río Lecher

2.4 Marco Legal

El marco legal que rige el desarrollo turístico y la planificación estratégica en el Cantón Chilla está conformado por un conjunto de leyes, reglamentos y políticas a nivel local, regional y nacional. A continuación, se presenta un resumen de las principales disposiciones legales relevantes:

Ley de Turismo del Ecuador:

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos públicos y privados.

g) Fomentar e incentivar el turismo interno (Turismo L. d., 2014)

Planes de Desarrollo y Ordenamiento Territorial: El Cantón Chilla cuenta con planes de desarrollo y ordenamiento territorial que incluyen disposiciones específicas relacionadas con el turismo. Estos planes identifican los recursos turísticos del cantón, establecen políticas para su protección y desarrollo, y definen estrategias para la promoción del turismo sostenible.

Reglamentos Municipales: El gobierno municipal del Cantón Chilla puede contar con reglamentos específicos relacionados con el turismo y la planificación estratégica. Estos reglamentos pueden abordar temas como la zonificación turística, los requisitos para la operación de establecimientos turísticos y las normas de conservación del patrimonio cultural.

Normativas Ambientales: Normativas de Patrimonio Cultural:

Constitución Política del Estado

Art3.- Son deberes primordiales del Estado: Literal 7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

Art. 21.- Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a difundirlas y acceder a su patrimonio cultural.

No se podrá invocar la cultura cuando se atente contra los derechos reconocidos en la Constitución.

Art. 22 Establece que las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas.

Art. 23 Establece que las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad.

Art. 24.- Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre.

Art. 264.- Los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley: Literal 8. Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural y natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos: Literal 7) Proteger y promover la diversidad cultural y respetar sus espacios de reproducción e intercambio; recuperar, preservar y acrecentar la memoria social y el patrimonio cultura

Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en su **Art. 4** literal establece como fines esenciales de los Gobiernos Autónomos Descentralizados “La protección y promoción de la diversidad cultural y el respeto a sus espacios de generación e intercambio, la recuperación, preservación y desarrollo de la memoria social y el patrimonio cultural”.

Art. 54 literal q) establece como funciones de los Gobiernos Autónomos Descentralizados Municipales, “Promover y patrocinar las culturas, actividades deportivas y recreacionales en beneficio de la colectividad del cantón”. Literal s) “Fomentar actividades orientadas a cuidar, proteger y conservar el patrimonio cultural y memoria social en el campo de la interculturalidad y diversidad del cantón;

Art. 55 literal h) Preservar, mantener y difundir el patrimonio arquitectónico, cultural, natural del cantón y construir los espacios públicos para estos fines.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal Del Cantón Chilla dentro del marco constitucional y legal, considera de vital importancia la promoción cultural, en el contexto del desarrollo social y promoción turística, como un eje de desarrollo económico local (Gobierno, 2023)

III. Capítulo: Metodología

3.1 Metodología Cuantitativa

La metodología cuantitativa se fundamenta en el principio de que las partes representan el todo; al estudiar una muestra de sujetos dentro de una población, se pueden inferir características de la población en su conjunto. Se utilizarán métodos como encuestas y mediciones para observar estas variables y recopilar información (Hueso & Cascant, 2012).

3.1.1 Metodología Cualitativa

Baptista, Collado y Sampieri (2010) sostienen que los métodos cualitativos, se centran en la recopilación de datos numéricos para revelar o aclarar preguntas de investigación en el proceso de desarrollo de explicaciones. Estos autores argumentan que un paradigma de investigación cualitativa puede considerarse un conjunto de prácticas explicativas que permiten observar el mundo, visibilizarlo y transformarlo en imágenes observables, como anotaciones, registros y documentos (Chaves et al., 2014).

3.1.2 Metodología Mixta

La investigación adopta un enfoque mixto al combinar una serie de procedimientos sistemáticos, empírico y críticos que abarcan la recopilación y análisis tanto de datos cualitativos como cuantitativos. Esto implica la integración y discusión conjunta de estos datos para extraer inferencias de la información obtenida (Becerra et al., 2019). Al combinar tanto métodos cualitativos como cuantitativos, esta metodología mixta permite una comprensión completa de los desafíos y oportunidades para mejorar los atractivos turísticos del Cantón Chilla, así como la elaboración de un plan estratégico efectivo y adaptado a las necesidades locales.

3.2 Método

3.2.1 Método Inductivo

Según Hernández, citado por (Pintado, 2023) habla que el enfoque cuantitativo se basa en un esquema deductivo y lógico que busca formular preguntas de investigación e hipótesis para someterlas a prueba. Por otro lado, el enfoque cualitativo se fundamenta en un esquema inductivo y su método de investigación es interpretativo, contextual y tecno gráfico. Este método busca capturar la experiencia de los individuos y estudiar ambientes naturales. Ejemplo de enfoque cualitativo incluye las entrevistas y la observación.

Este método se utilizará para recopilar información sobre diferentes atractivos turísticos del Cantón Chilla, permitiendo conocer el estado de conservación de estos.

3.2.2 Método Deductivo

Está basado en el razonamiento, al igual que el inductivo. Sin embargo, su aplicación es totalmente diferente, ya que en este caso la deducción intrínseca del ser humano permite pasar de principios generales a hechos particulares. “Lo anterior se traduce esencialmente en el análisis de los principios generales de un tema específico: una vez comprobado y verificado que determinado principio es válido, se procede a aplicarlo a contextos particulares” (Torres & Bernal, 2006).

3.3 Técnicas e Instrumentos

3.3.1 Campo

La técnica de campo involucra poner en contacto tanto al objeto de estudio como al sujeto mediante la observación directa o testimonios, lo cual resulta de gran utilidad para comprobar la validez de la hipótesis (Cruz, 2007).

La investigación utilizara la metodología del Ministerio del Turismo para la Jerarquización de los Atractivos y Generación de espacios Turísticos del Ecuador, con el propósito de establecer lineamientos técnicos para la identificación, clasificación y valoración de los atractivos con mejores condiciones para el desarrollo turísticos del Cantón Chilla (Turismo, 2018).

3.3.2 Encuesta

La encuesta es una de las técnicas de investigación social de más extendido uso en el campo de la Sociología que ha trascendido el ámbito estricto de la investigación científica, para convertirse en una actividad cotidiana de la que todos participamos tarde o temprano. Se ha creado el estereotipo de que la encuesta es lo que hacen los sociólogos y que éstos son especialistas en todo (Lopez & Fachelli , 2015).

3.3.3 Entrevista

Esta es una técnica de recopilación de datos muy útil en la investigación cualitativa; Se define como un discurso que se relaciona con un propósito específico que no es un mero hecho de discurso (Diaz et al., 2013).

3.3.4 Multimedia

Conjunto de técnicas y recursos que permiten la integración de diferentes tipos de información (texto, imágenes, audio, video) en un mismo sistema de soporte, distribución y acceso.” En otras palabras, multimedia es una combinación de mensajes visuales, de audio y de texto que se puede presentar en diferentes medios (por ejemplo, computadora, web o móvil) para proporcionar una experiencia de comunicación más rica y completa. (Diaz J. , 2009).

3.3.5 Investigación Bibliográfica

Una búsqueda bibliográfica es una recopilación cuidadosa de datos publicados sobre un tema. La búsqueda bibliográfica en el contexto de un proyecto de investigación es un proceso complejo y fundamental. Por lo tanto, para encontrar una bibliografía adecuada al tema, fundamental planificar el método de búsqueda de manera efectiva, estructurada y sistemática. Esto nos permite encontrar información que podrá haberse pensado perdida, pero aún existen en las fuentes bibliográficas primarias para completar la investigación. (Vilanova, 2012).

3.4 Población y Universo

3.4.1 Población

Según Ventura (2017), se establece que una población consiste en un conjunto de elementos que poseen ciertas características que requieren ser analizadas. Por consiguiente, existe un enfoque inductivo que va de la población a la muestra (de lo particular a lo general), con la expectativa de que la parte observada (la muestra, en este caso) represente la realidad (entendida como la población) para así validar los resultados del estudio.

3.4.2 Muestra

Según López (2004), es una parte o un subconjunto del universo o población en el que se llevará a cabo la investigación. Existen una variedad de métodos para calcular la cantidad de componentes de muestra, incluidas fórmulas, lógica y otros, que se detallara más adelante. Una muestra es un porcentaje de la población total.

El análisis incluye lo siguiente:

Segmentación del mercado: Para la aplicación de la muestra se tomó en cuenta la siguiente:
Fórmula de muestra infinita.

Datos:

n: Tamaño de muestra buscado.

N: Tamaño de la Población o Universo: 2.251

z: Nivel de confianza: 95% = 1,96.

e= Error de estimación máximo aceptado: 5% = 0.05

p: Probabilidad de que ocurra el evento estudiado: 50% = 0.5

q: (1- p) Probabilidad de que no ocurra el evento estudiado. 50%= 0.5

$$\mathbf{n} = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{e^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$
$$\mathbf{n} = \frac{2.251 * 1,96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (2.251 - 1) + 1,96^2 * 0.5 * 0.5}$$
$$\mathbf{n} = 328.28 \cong 328$$

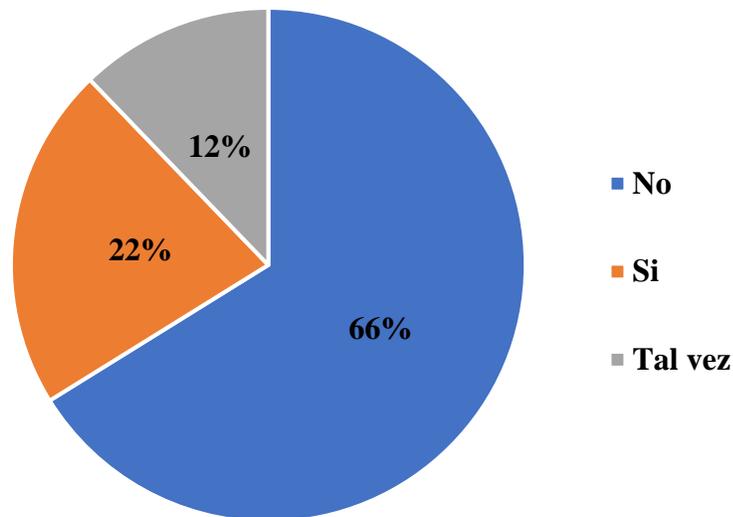
3.5 Interpretación De Los Resultados

Pregunta

¿Usted ha visitado los atractivos del Cantón Chilla?

GRÁFICA 1:

VISITA A LOS ATRACTIVOS DEL CANTÓN CHILLA



Nota: Esta figura muestra la respuesta de los encuestados, a la pregunta sobre si han visitado los atractivos que hay en el Cantón Chilla, de acuerdo al instrumento de investigación aplicado.

Análisis

Debido a que la mayoría de los encuestados (66%) han visitado Chilla y disfrutado de sus atractivos, los datos muestran que tienen un gran potencial turístico. Sin embargo, un porcentaje significativo de la población (22%) todavía no ha tenido la oportunidad de conocer el cantón, lo que ofrece una gran oportunidad para aumentar la cantidad de visitantes que visitan el cantón. Además, un pequeño porcentaje de los encuestados (12%) lo que demuestra la necesidad de una mayor claridad en la comunidad en la comunicación y promoción del destino.

Interpretación

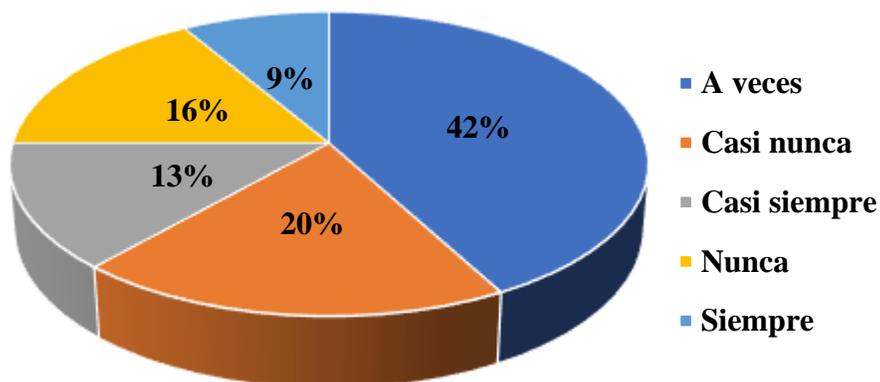
Los resultados proporcionan información valiosa para comprender el potencial turístico de Chilla y definir estrategias efectivas para atraer a más visitantes. Con un enfoque centrado en la segmentación del mercado, el desarrollo de productos personalizados, la comunicación efectiva y la evaluación continua, Chilla puede posicionarse como un destino turístico atractivo y competitivo.

Pregunta 1

1. Con qué frecuencia visita los atractivos turísticos del Cantón Chilla?

GRÁFICA 2:

FRECUENCIA DE VISITA HACÍA LOS ATRACTIVOS



Nota: Esta figura muestra la respuesta de los encuestados, a la pregunta de cuanta frecuencia han visitado los atractivos turísticos, de acuerdo al instrumento de investigación aplicado.

Análisis

Según los datos, el 42,1% de los encuestados visita con regularidad los atractivos turísticos del Cantón Chilla, lo que indica un gran interés en el turismo local. El 16,5% solo visita los atractivos ocasionalmente, por falta de tiempo, recursos o interés. El 21,9% no los visita con frecuencia. Esto podría deberse a costos percibidos, desconocimiento o falta de interés. Finalmente, el 19,5% visita con frecuencia los atractivos, lo que demuestra una gran pasión por el turismo en la región.

Interpretación

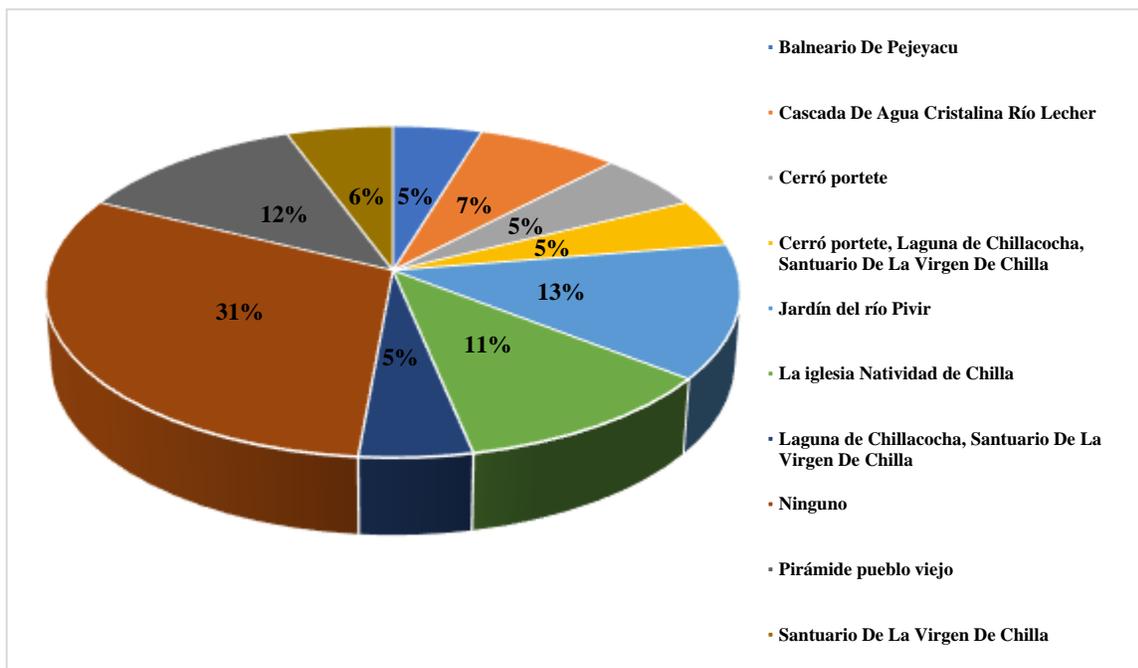
Los datos sugieren que el turismo es una actividad importante para muchos residentes del Cantón Chilla, aunque existe una variabilidad significativa en la frecuencia con la que las personas visitan los atractivos turísticos. Es fundamental comprender las diferentes motivaciones y comportamientos de los turistas para desarrollar estrategias de marketing y desarrollo turístico más efectivas.

Pregunta 2

2. Cuáles son los principales atractivos turísticos que ha visitado en el Cantón Chilla?

GRÁFICA 3:

PRINCIPALES ATRACTIVOS QUE SE HA VISITADO



Nota: Esta figura muestra la repuesta de los encuestados, a la pregunta de cuáles son los principales atractivos que han visitado en el Cantón Chilla, de acuerdo al instrumento de investigación aplicado.

Análisis

El Santuario de la Virgen de Chilla, es el lugar más visitado, con el 31% de la atención, seguido por la Laguna de Chillacocha, Santuario de la Virgen de Chilla, con el 13%. Un 12% de los participantes en la encuesta no elige ninguno de los lugares mencionados. El Jardín Pivir es otra opción popular con un 11%. Otros lugares de interés moderado incluyen el Cerro Portete, Laguna de Chillacocha, con el 6%. El Balneario de Pejeyacú, el Pueblo viejo y la Cascada de Agua Cristalina Río Lecher son los sitios con menor preferencia, cada uno con un 5%.

Interpretación

En general, el cantón Chilla tiene un gran potencial turístico por explorar. Se puede convertir en un destino atractivo para un público más amplio y tener un impacto positivo en la economía local implementando estrategias adecuadas.

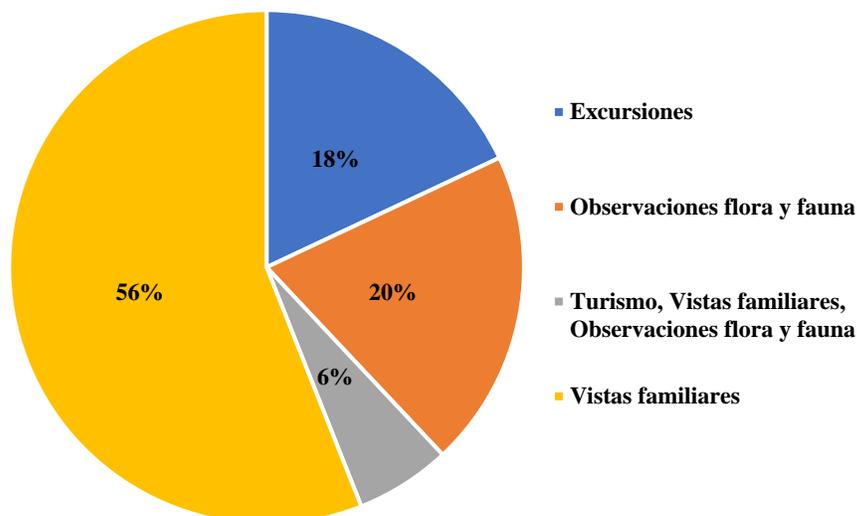
La promoción turística como referencia a la promoción de un lugar como destino turístico. Es más importante porque fomenta la llegada de variedad de visitantes, quienes a menudo mejoran la calidad de vida de la localidad y generan ingresos económicos. La promoción también ayuda a los turistas a conozcan los recursos y servicios que posee un lugar, como los productos turísticos que posee (Chuquizala & Jaramillo, 2017).

Pregunta 3

3.En sus vacaciones o momentos libres que tipo de actividad de ocio realiza principalmente?

GRÁFICA 4:

ACTIVIDAD DE OCIO



Nota: Esta figura muestra la repuesta de los encuestados, a la pregunta de qué actividad de ocio realiza, de acuerdo al instrumento de investigación aplicado.

Análisis

Las visitas familiares son la actividad al aire libre más popular, con un 46,1% de preferencia y un 76% de aceptación entre los encuestados, mostrando el valor de las reuniones familiares. El turismo sigue siendo importante, con un 33,3% de preferencia y un 55% de aceptación, reflejando el interés por explorar nuevos destinos. Las excursiones, con un 15,8% de participación, tienen una aceptación del 26%, ocupando una posición intermedia en las preferencias. La observación de la flora y fauna es valorada por el 29,1% de los encuestados, destacando el interés en la naturaleza. El deporte es la opción menos popular, con un solo 4,2% de preferencia y un 4% de participación

Interpretación

Los datos sugieren que las visitas familiares y el turismo son las actividades al aire libre más valoradas entre los encuestados, reflejando una preferencia por el tiempo compartido con la familia y la exploración de nuevos destinos. Aunque las excursiones y la observación de flora y fauna también son populares, su participación es menor, indicando un interés más moderado en estas actividades. El deporte, con la menor preferencia, muestra que los encuestados no lo consideran tan atractivo en comparación con las demás actividades al aire

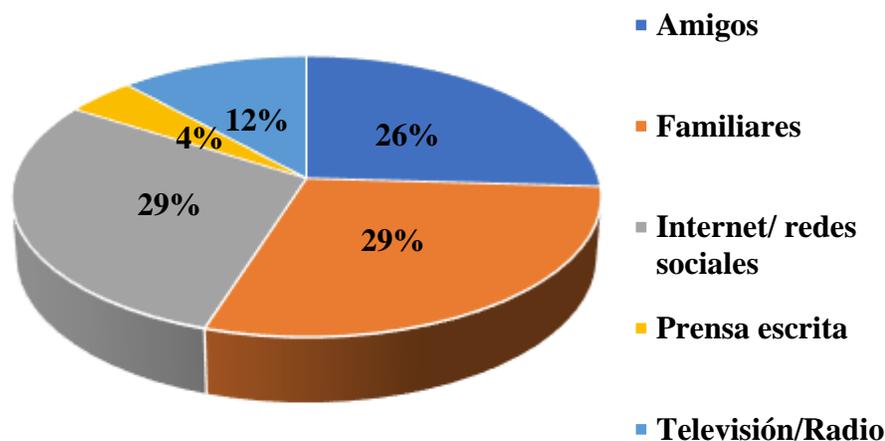
libre. Este conocimiento puede ser útil para planificar y promocionar actividades y destinos que resuenen más con los intereses de la población.

Pregunta 4

4. ¿Cómo se enteró usted acerca de los lugares turísticos del cantón Chilla?

GRÁFICA 5:

MEDIO POR DONDE SE ENTERÓ DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS



Nota: Esta figura muestra la respuesta de los encuestados, a la pregunta de cómo se enteraron acerca de los lugares turísticos del Cantón Chilla, de acuerdo al instrumento de investigación aplicado.

Análisis

Un 29% de los participantes se enteraron de los lugares turísticos a través de familiares, lo que destaca la fuerte influencia de la familia en la difusión de información turística. De igual manera, el 26% por medio de sus amigos que ya han visitado el cantón, el 12% de los encuestados obtuvieron información mediante internet y redes sociales, subrayando la importancia creciente de las plataformas digitales y las redes sociales como fuentes clave de información.

En contraste, la prensa escrita y los medios tradicionales como la televisión y la radio tienen una menor penetración en el mercado turístico del cantón Chilla, con solo un 4% y un 29%

respectivamente. Esto podría atribuirse a la preferencia de los turistas por fuentes de información más actualizadas e interactivas que las que pueden ofrecer los medios tradicionales.

Interpretación

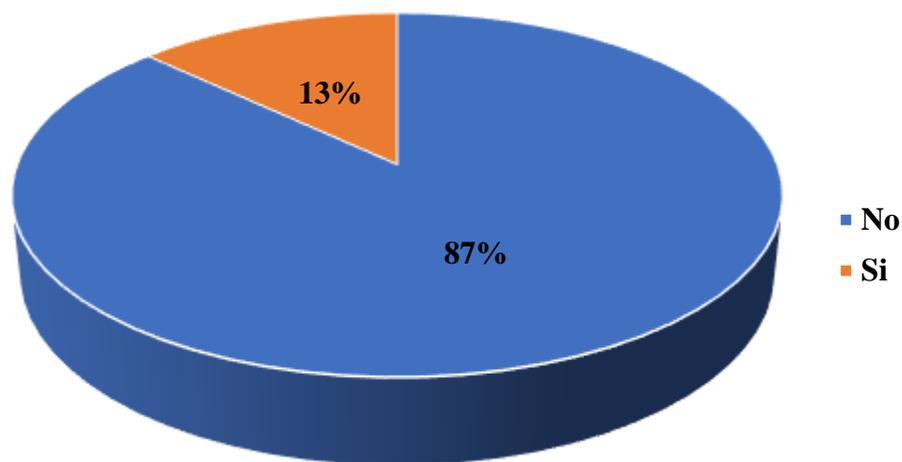
El cantón Chilla tiene un gran potencial turístico. Sin embargo, para aprovechar al máximo este potencial, es necesario desarrollar una estrategia de marketing efectiva que llegue a los turistas potenciales a través de los canales adecuados. Las recomendaciones anteriores pueden servir como punto de partida para desarrollar una estrategia de marketing integral para el cantón Chilla.

Pregunta 5

5. ¿Conoce usted sobre la existencia de un Plan Estratégico para el Turismo en el Cantón Chilla?

GRÁFICA 6:

EXISTENCIA DE UN PLAN ESTRATÉGICO



Nota: Esta figura muestra la respuesta de los encuestados, a la interrogación de la existencia de un plan estratégico para el turismo, de acuerdo al instrumento de investigación aplicado.

Análisis

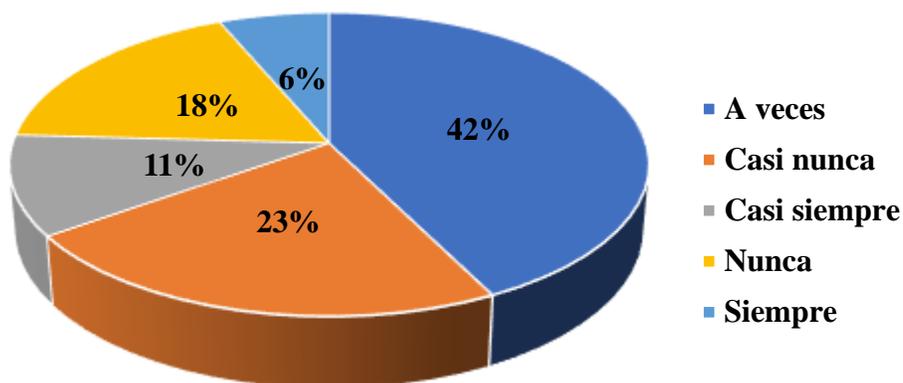
Que el 87% de los encuestados no conozca el Plan Estratégico de Turismo es preocupante que destaca la necesidad de fortalecer las estrategias de comunicación y difusión del plan. Esto podría atribuirse a diversos factores, como la falta de información accesible, la ineficacia de los canales de comunicación utilizados o el poco interés de parte de la comunidad. El 13% de los encuestados que conoce el Plan Estratégico de Turismo representa un porcentaje bajo, lo que sugiere que la información sobre el plan no ha llegado a una parte considerable de la población. Es crucial identificar las razones por las cuales este porcentaje de la población no ha sido adecuadamente informado.

Interpretación

Los resultados de la encuesta indican que la opinión pública sobre la eficacia del Plan Estratégico de Turismo en el Cantón Chilla es diversa. Es necesario realizar más investigación para comprender por las que algunas personas creen que el plan es eficaz y otras no. La falta de conocimiento sobre el Plan Estratégico de Turismo del Cantón Chilla es un desafío que se debe abordar de inmediato. El plan puede ser adoptado por la comunidad, que tiene un papel importante en la creación de canales accesibles, la promoción de la participación ciudadana y la implementación de estrategias de comunicación efectivas. Un plan estratégico de turismo bien comunicado y participativo puede impulsar el desarrollo económico y social del cantón Chilla.

Pregunta

En caso de conocerlo, ¿considera que el Plan Estratégico está contribuyendo a potenciar los atractivos turísticos del cantón?

GRÁFICA 7:***EL PLAN ESTRATÉGICO ESTÁ CONTRIBUYENDO A POTENCIAR LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS***

Nota: Esta figura muestra la repuesta de los encuestados, a la pregunta de que, si el plan estratégico está contribuyendo a potenciar los atractivos turísticos del cantón, de acuerdo al instrumento de investigación aplicado.

Análisis

El 18% de los encuestados opino que nunca han escuchado sobre un plan estratégico, siendo esta la respuesta más común. Un 23% dijo que casi nunca lo hace. El 42% considero que a veces el plan tiene un impacto positivo. Solo el 11% cree que casi siempre contribuye, y otro 23% afirma que siempre mejora los atractivos turísticos del cantón.

Interpretación

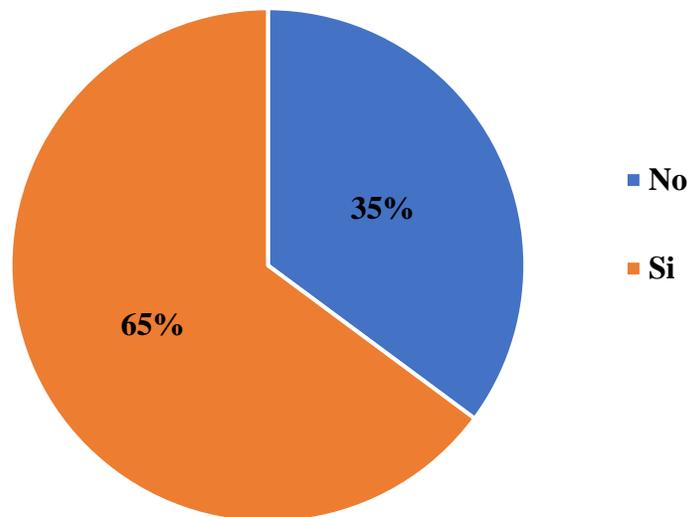
Las autoridades del cantón deberían considerar los resultados de esta encuesta para identificar las áreas en las que el Plan Estratégico está teniendo un impacto positivo y las áreas en las que se puede mejorar. También deberían considerar realizar encuestas de seguimiento para evaluar el impacto del Plan Estratégico a lo largo del tiempo.

Pregunta 6

1. ¿Le gustaría recibir información actualizada sobre el Plan Estratégico para el Turismo en el Cantón Chilla?

GRÁFICA 8:

INFORMACIÓN ACTUALIZADA DEL PLAN ESTRATÉGICO



Nota: Esta figura muestra la respuesta de los encuestados, a la pregunta de que, si le gustaría recibir información actualizada de un plan estratégico para el turismo del cantón, de acuerdo al instrumento de investigación aplicado.

Análisis De Datos

El porcentaje del 65% que desea recibir información actualizada es notablemente alto, lo que demuestra un fuerte apoyo al Plan Estratégico de Turismo. Esto sugiere que la comunidad reconoce la importancia del turismo para el progreso económico y social del cantón, y está dispuesta a participar activamente en su impulso. El 35,2% restante que no desea recibir información podría deberse a diversos factores, como falta de interés en el turismo, desconfianza en las autoridades o desconocimiento del Plan Estratégico. Es importante comprender las razones detrás de esta postura para poder abordarlas de manera adecuada.

Interpretación

El alto nivel de interés en el Plan Estratégico de Turismo para el Cantón Chilla es una señal positiva que indica el potencial del turismo para el desarrollo de la zona. Sin embargo, es importante atender las necesidades e intereses de la minoría que no está interesada en recibir información, y establecer mecanismos de comunicación y participación que garanticen un proceso transparente e inclusivo. Con un enfoque estratégico y participativo, el Plan Estratégico de Turismo puede convertirse en un instrumento poderoso para impulsar el desarrollo social y económico del Cantón Chilla.

3.6 Entrevistas

Entrevistador N° 1

Alcalde del Cantón Chilla: Ing. Victor Nagua

1. ¿Cómo define actualmente el turismo y cuáles son los principales problemas que usted cree que afecta al turismo del Cantón Chilla?

Unos de los principales problemas que afectan al turismo es la falta de recursos, aunque el cantón sea pequeño y no cuenta con un gran presupuesto, la actual administración ha decidido asignar fondos específicos para el desarrollo turístico.

Se han planificado varias obras para mejorar las instalaciones turísticas. Entre ellas se incluye la remodelación del Panecillo, las escalinatas y la creación de un mirador en la parte superior, con el objetivo de ofrecer un atractivo adicional para los visitantes.

2. Existe algún plan o programa de desarrollo turístico para el cantón Chilla.

Estas iniciativas se están llevando a cabo a través de una ordenanza que ya ha sido aprobada. Con la aprobación de esta ley, la administración ha comenzado a establecer una línea base y a crear un plan para el crecimiento del turismo.

Para garantizar que las inversiones y esfuerzos se alineen con las necesidades y potencialidades, este plan tiene como objetivo guiar las acciones necesarias para mejorar y promover el turismo en el cantón.

3. ¿Cómo apoyaría usted a la ejecución de un plan estratégico turístico para el Cantón Chilla?

Para apoyar estas iniciativas, se inyectarán recursos, ya que, como es bien sabio, la implementación de este tipo de programas requiere financiamiento. Además, se llevará a cabo una gestión activa y se buscará asesoramiento de la Asociación de Municipales Ecuatorianas y del Ministerio de Turismo. Todo esto se realizará con el fin de desarrollar y ejecutar de manera efectiva el plan de desarrollo turístico.

4. ¿En qué aspectos considera que el Plan Estratégico puede contribuir a potenciar los atractivos turísticos del cantón?

Sin duda, esto contribuiría significativamente, ya que el plan de desarrollo permite planificar todas las actividades y proyectos que se desean implementar en el cantón. Es fundamental dar a conocer este plan.

Además, este plan de desarrollo es crucial para mostrar al mundo las bellezas que el cantón tiene para ofrecer. Es una herramienta esencial para promover el cantón a nivel internacional y atraer más turistas.

5. ¿Cómo se puede mejorar la participación de la comunidad en la implementación del Plan Estratégico?

El desarrollo turístico beneficiara a la comunidad en múltiples aspectos. Al promocionar una buena imagen y crear atractivos turísticos, se atraerá a más visitantes.

Cuando los turistas lleguen al cantón, consumirán productos locales: visitaran tiendas, comprarán refrescos, almorzaran en restaurantes, y adquirirán productos en las granjas, como verduras, cuyes y gallinas. Esto generara un impacto económico positivo, beneficiando considerablemente a la comunidad local.

6. ¿Qué acciones o proyectos del Plan Estratégico considera que deberían priorizarse?

Es esencial promover la imagen del cantón resaltando nuestras ofertas turísticas, como el senderismo, las caminatas y las visitas a nuestros atractivos.

Por lo tanto, es necesario incluir estas actividades en el plan de crecimiento turístico para maximizar el uso de los recursos y belleza natural del cantón. De esta manera, se puede atraer a más visitantes e impulsar el desarrollo social y económico de la comunidad.

Entrevistador N°2_ Unidad de Turismo/ Paola Paltin

1. ¿Cómo apoyaría usted a la ejecución de un plan de plan estratégico turístico para el Cantón Chilla?

En primer lugar, se cuenta con la información básica de que, recién este año, se ha autorizado una orden de turismo para regular los establecimientos turísticos. Actualmente, no existe un plan estratégico formal, ya que se está comenzando a desarrollarlo desde cero.

La administración brinda su total apoyo y respaldo a las acciones que se incluyan en este plan estratégico, con el objetivo de fomentar el desarrollo turístico del cantón desde sus bases.

2. ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades del sector turístico del Cantón Chilla?

Entre las debilidades del cantón se encuentran la falta de infraestructura turística. Sin embargo, una de sus principales fortalezas es su reconocimiento como un importante centro de peregrinación. Predomina el turismo religioso, reforzado por las costumbres y tradiciones ligada a la religión.

El turismo religioso se mantiene activo durante todo el año, con eventos mensuales en honor a diversos santos. Por ejemplo, en enero se celebre la fiesta de los Tres Reyes y en marzo la de San José. La población del cantón es de 99.9% católica, lo que constituye una gran fortaleza para atraer a peregrinos y visitantes en estas celebraciones religiosas.

3. ¿Qué oportunidades y amenazas enfrenta el desarrollo turístico del cantón?

Entre las amenazas que enfrenta el cantón se encuentra la inseguridad, una preocupación a nivel nacional. Sin embargo, hasta la actualidad, el cantón se considera en lugar seguro. Otra amenaza son las situaciones climáticas, especialmente en diciembre, cuando suelen ocurrir deslaves en la carretera.

En cuanto a las oportunidades, además del turismo religioso, Chilla tiene mucho que ofrecer a los turistas, incluyendo turismo ecológico, de aventura, gastronómico y cultural, entre otros. Estas diversas ofertas turísticas representan una gran oportunidad para el desarrollo y promoción del cantón.

4. ¿Cómo se puede mejorar la participación de la comunidad en la implementación del Plan Estratégico?

Es esencial involucrar a la comunidad a través de programas de capacitación que muestren el potencial turístico del cantón. Es necesario motivar a los residentes a invertir en el sector turístico, ya que una de las limitaciones es la ausencia de infraestructura turística.

El objetivo es fomentar el emprendimiento turístico, apoyando a los pequeños productores locales. Esto permitirá que no solo ofrezcan un servicio, sino una variedad de servicios para los turistas que visiten el cantón. De esta manera, se podrá ofrecer una experiencia más completa y atractiva a los visitantes, beneficiando a toda la comunidad.

3.7 Análisis Y Discusión De Resultados

A través de la aplicación de los instrumentos de investigación, se llegó a determinar que el Cantón Chilla tiene un notable atractivo turístico que aún no se encuentra explorado plenamente, es por eso por lo que un 66% de los encuestados, no han visitado el cantón, existe una gran oportunidad para atraer nuevos visitantes a través de estrategias de promoción más efectivas. Los encuestados que respondieron “tal vez” (12%) también indican una posible falta de información o atractivo que podría resolverse con una campaña informática más robusta. Según Zuccarini et al., (2022), es fundamental mejorar los servicios turísticos y equipamiento. Se deben mejorar las condiciones para establecer alojamientos y agencias de viajes, y profesionalizar el sector mediante la contratación de personal capacitado para atender a los visitantes en oficinas de información turística y reservas municipales, entre otros.

La movilidad en la frecuencia de visitas sugiere que, aunque existe interés en los atractivos turísticos del cantón, hay obstáculos que impiden visitas más frecuentes. Estos pueden incluir la falta de tiempo, recursos, infraestructura adecuada o la percepción de que no hay suficientes actividades interesantes. Abordar estos desafíos mediante mejoras en la infraestructura y la diversificación de las ofertas turísticas puede incrementar la frecuencia de visitas. Debido a que el turismo se ha posicionado como una de las actividades económicas más importantes a escala mundial, la creación de productos turísticos que diversifiquen en los destinos y satisfagan las necesidades del turista ha tomado relevancia (Varona & Vega de la Cruz, 2022).

La promoción turística se refiere a la promoción de un lugar como destino turístico. Es más importante porque fomenta la llegada de visitantes, quienes a menudo mejoran los ingresos económicos y la calidad de vida a sus moradores. Por lo tanto, (Chuquizala & Jaramillo, 2017) destaca cuán importante es la promoción, ya que esto ayuda a que los turistas conozcan los recursos y servicios que tiene el lugar, como sus productos turísticos.

Las actividades familiares y el turismo son las más valoradas por los encuestados. Esto subraya la necesidad de promover experiencias que faciliten el tiempo en familia y la exploración cultural y natural del cantón. Las actividades como excursiones y la observación

de la flora y fauna, aunque ya son populares, podrían atraer a más visitantes con una promoción más dirigida y la creatividad de itinerarios temáticos.

Para su gran eficacia y amplitud de desarrollo, el turismo es una de las actividades más importantes para la economía de una localidad. El criterio compartido por (Carvajal & Lemoine, 2018), indican que los turistas actualmente están interesados en vivir experiencias extraordinarias en función de sus preferencias, necesidades y prioridades, como interactuar con las comunidades que visitan, interactuar con la naturaleza, realizar actividades de físicas, mantener su salud y realizar actividades al aire libre, entre otras cosas.

Las principales fuentes de información sobre los lugares turísticos son amigos, familiares e internet/redes sociales. Esto destaca la importancia de una presencia digital fuerte y la promoción de experiencias positivas que se compartan de boca en boca. Es esencial mejorar la presencia en línea del cantón y facilitar el acceso a información relevante y atractiva sobre las ofertas turísticas.

Si bien es cierto para lograr el desarrollo de un sitio, destino o región, es importante, la aplicación de un Plan Estratégico de Turismo entre los encuestados (87% no tienen conocimiento) es una señal preocupante, pues indica la necesidad de mejorar la comunicación sobre el plan y sus beneficios. La percepción mixta sobre la efectividad del plan, existe una notable cantidad de encuestados que nunca han oído hablar de él, subraya la necesidad de ajustes y una mayor participación comunitaria en su desarrollo e implementación. Según (BRAVO, 2017), un plan estratégico ayudara a entender el contexto actual del distrito mediante un análisis turístico esencial para comenzar la planificación. Esto facilitara la toma de decisiones sobre futuros objetivos y estrategias, como conexión con otras actividades económicas.

El estudio de los resultados de la encuesta y entrevistas revelan que, aunque el Cantón Chilla tiene un considerable potencial turístico, existen varias áreas que requieren atención para maximizar este potencial. Mejorar las infraestructuras, así como las vías para tener un mejor acceso al cantón y a los destinos turísticos, diversificar las ofertas turísticas, fortalecer las promociones y la presencia digital, y asegurar una participación comunitaria activa, son pasos cruciales para el desarrollo turístico del cantón.

Implementando estrategias, Chilla puede posicionarse como un destino turístico atractivo y competitivo, beneficiando tanto a los visitantes como a los residentes locales. La clave para el éxito reside en una planificación estratégica bien comunicada y participativa, que aproveche las fortalezas del cantón y aborde sus debilidades de manera efectiva.

A continuación, se muestra un análisis FODA, que se basa en la encuestas y entrevistas aplicadas a través del instrumento de investigación

3.8 Matriz Foda

TABLA 2: MATRIZ FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atractivos Naturales y Culturales: Jardín Pivir, Laguna de Chillacocha y la Iglesia Santuario Natividad de Chilla. 2. Patrimonio Cultural y Religioso: Eventos religiosos y tradicionales que se mantienen activas durante todo el año. 3. Apoyo Administrativo: <ul style="list-style-type: none"> • Compromiso de la administración local para desarrollar y mejorar la infraestructura turística. • Planes para remodelaciones y mejoras en lugares clave como el Panecillo y la creación de un mirador. 4. Interés comunitario: <ul style="list-style-type: none"> • Alto interés de la comunidad en recibir información actualizada sobre el Plan Estratégico de Turismo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diversidad de la Oferta Turística: <ul style="list-style-type: none"> • Potencial para el desarrollar y promover diferentes tipos de turismo, incluyendo ecológico, de aventura, gastronómico y cultural. • Posibilidad de crear itinerarios temáticos que incluyan excursiones y observación de flora y fauna. 2. Mejoras en Infraestructura: <ul style="list-style-type: none"> • Planes para la mejora de infraestructura vial y la construcción de nuevos hoteles y hostales. • Iniciativas para la remodelación de atractivos existentes y la creación de nuevos puntos de interés. 3. Expansión Digital: <ul style="list-style-type: none"> • Fortalecer la presencia digital del cantón y aprovechar las redes

<ul style="list-style-type: none"> • Disposición de la comunidad para involucrarse más activamente en el desarrollo turístico. 	<p>sociales y otras plataformas en líneas para promoción turística.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Uso de campaña de marketing digital para alcanzar audiencias más amplias y específicas. <p>4. Participación Comunitaria:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Involucra a la comunidad en el desarrollo turístico mediante capacitaciones y apoyo al emprendimiento local.
Debilidades	Amenazas
<p>1. Falta de infraestructura:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Deficiencias en la infraestructura turística, incluyendo alojamiento insuficiente y vías de acceso deficientes. • Limitada oferta de servicios turísticos, lo que reduce la capacidad de atraer y retener visitantes. <p>2. Bajo Conocimiento y Promoción:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bajo conocimiento del Plan Estratégico de turismo entre la población local. • La falta de promoción efectiva de los atractivos, tanto a nivel nacional como internacional. <p>3. Recursos Limitados:</p>	<p>1. Inseguridad:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Preocupación sobre la inseguridad, aunque actualmente en el cantón es considerado un lugar seguro, la percepción de inseguridad a nivel nacional podría afectar el turismo. <p>2. Condiciones Climáticas Adversas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Riesgos de deslizamientos de tierras y otros eventos climáticos adversos, especialmente en diciembre, que afecta el acceso y la seguridad de los visitantes. <p>3. Competencias con otros Destinos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Competencia con otros destinos más turísticos más establecidos y conocidos que pueden atraer a posibles visitantes de Chilla. <p>4. Sostenibilidad y Conservación:</p>

<ul style="list-style-type: none">• Dependencia de recursos externos y apoyo de asociaciones y ministerios para financiar y ejecutar proyectos. <p>4. Capacitación Insuficiente:</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de capacitación adecuada para los prestadores de productos turísticos, lo que afecta la aptitud de la experiencia turística ofrecida.	<ul style="list-style-type: none">• Manejo adecuado de los impactos ambientales y socioculturales del turismo para mantener la autenticidad y calidad del destino.
---	--

Nota: Esta tabla muestra el FODA que esta relacionado con las encuestas y entrevista.

IV. Capítulo: Propuesta.

Misión

Desarrollar e implementar un plan estratégico de marketing y gestión para aumentar la afluencia de turistas al Cantón Chilla, mejorando la infraestructura y los servicios turísticos, y fomentando la participación de la comunidad local en el proceso de desarrollo turístico.

Visión

Convertir al Cantón Chilla en un destino turístico reconocido a nivel nacional e internacional por su belleza natural, su patrimonio cultural y sus experiencias turísticas únicas, contribuyendo al desarrollo social y económico sostenible de la zona.

Objetivos Estratégicos:

- Incrementar el número de visitantes nacionales.
- Mejorar la infraestructura y los servicios turísticos del cantón.
- Promover la participación comunitaria en el desarrollo turístico.
- Fomentar el turismo sostenible y la conservación del medio ambiente.

4.1 Análisis FODA

Fortalezas:

- Abundancia de recursos naturales y paisajes atractivos.
- Patrimonio cultural y religioso significativo.
- Potencial para el desarrollo de diversas actividades turísticas (ecoturismo, turismo de aventura, turismo religioso).

Oportunidades:

- Creciente interés en el turismo sostenible y ecológico.
- Apoyo gubernamental y programas de desarrollo turístico.
- Colaboraciones con agencias de viajes y operadores turísticos.

Debilidades:

- Infraestructura vial y de servicios insuficiente.
- Falta de promoción y marketing adecuado.
- Capacitación limitada de los prestadores de servicios turísticos.

Amenazas:

- Competencia con otros destinos turísticos emergentes.
- Impacto ambiental negativo debido al turismo no regulado.
- Desastres naturales y cambios climáticos que afecten los atractivos turísticos.

4.2 Identificar los atractivos turísticos.

Dentro de la propuesta estratégica para el turismo del Cantón Chilla se identificará los siguientes atractivos turísticos culturales y naturales, en donde se presentará el siguiente plan estratégico de promoción.

4.2.1 Atractivos Culturales

TABLA 3: FICHA DE OBSERVACIÓN DEL SANTUARIO MARIANO NUESTRA SEÑORA DE LA NATIVIDAD DE CHILLA

Nombre de la Atracción:	Santuario Mariano Nuestra Señora de la Natividad de Chilla	Jerarquía: III
Categoría: Vernácula Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Historia/Vernácula
Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla
Ubicación: A una altitud de 2.449 metros sobre el nivel del mar, el Santuario se encuentra en el centro de la cabecera cantonal de Chilla. El clima en la región es templado y frío, con una		

temperatura de 80°C y 15°C. El lugar se encuentra en latitud -327.519952 y longitud -734.869021.

Característica:

Es un lugar sagrado donde se honra a la Virgen, quien es la señora de la provincia de El Oro. Cada año, del 1 al 10 de septiembre, recibe a miles de devotos de todo el mundo, tanto locales como nacionales. Los agricultores del Pueblo Viejo encontraron la imagen de la Virgen y, después de intentar llevar a otro lugar, optaron por establecerse en el lugar descubierto y lo llamaron “Chaylla”, que en quechua significa “Allá esta”. Se pueden observar lienzos pintados a mano, el Calvario, el trono de la Virgen de la Natividad de Chilla y otras imágenes religiosas en el interior de la iglesia (Caiminagua, 2023).

IMAGEN 1: SANTUARIO MARIANO NUESTRA SEÑORA DE LA NATIVIDAD DE CHILLA



Autor: Sarango Jenny

Actividades que se pueden realizar incluyen:

- Recorridos guiados.
- Exposiciones sobre temas que pueden ser permanentes, temporales y eventuales.
- Observar exhibiciones de objetos originales.
- Tomar Fotografías
- Comprar artículos hechos a mano.

Recomendaciones:

Durante las celebraciones en honor a la Virgen de la Natividad de Chilla, es recomendable visitar los días domingos durante la misa y en las celebraciones religiosas. El servicio está disponible de 8:00 a.m. a 18:00 p.m. Se recomienda llevar abrigo, zapatos cómodos, protector solar, chaqueta impermeable y cámara fotográfica.

TABLA 4: FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA FESTIVIDAD DE NUESTRA SEÑORA DE LA NATIVIDAD DE CHILLA

Nombre de la Atracción:	Festividad de Nuestra señora de la Natividad de Chilla	Jerarquía: III
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Acervo Cultural y Popular	Subtipo: Fiestas religiosas, tradicionales y creencias populares
Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla
Ubicación Basada en la fe y la devoción de los feligreses, esta celebración tiene lugar en el centro del cantón, específicamente en el santuario de la iglesia de Chilla.		
Característica: Cada año, los fieles devotos visitan el santuario de la iglesia de Chilla el 8 de septiembre para celebrar la festividad. Gracias a la fe religiosa de la comunidad, la tradición se mantiene viva y los beneficios se llevan al santuario en honor a la Virgen. Realizan largas caminatas son el símbolo de promesa y de fe cristiana como agradecimiento a los favores recibidos. Aunque muchos fieles visitan el santuario en otras fechas, la celebración principal se lleva a cabo		<p><i>IMAGEN 2: FESTIVIDAD DE NUESTRA SEÑORA DE LA NATIVIDAD DE CHILLA</i></p>  <p>Fuente:Sito web-machala movil</p>

del 1 al 10 de septiembre (Caiminagua, 2023).	
<p>Actividades que se pueden realizar:</p> <p>Las eucaristías, fuegos pirotécnicos como la quema del castillo, vaca lola y luces de bengala, también hay baile folklor y banda del pueblo. Además, se pueden hacer recorridos, disfrutar de la comida local, comprar artesanías y tomar fotos.</p>	<p>Recomendaciones:</p> <p>Se recomienda que participe desde finales de agosto hasta el 8 de septiembre. La ropa abrigada, los zapatos cómodos, las bebidas hidratantes, el protector solar y las chompas impermeables son esenciales.</p>

TABLA 5: FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA PIRÁMIDE DEL SOL

Nombre de la Atracción:	Pirámide del Sol	Jerarquía: II
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Arquitectura	Subtipo: Área Arqueológica
Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla
<p>Ubicación:</p> <p>Se encuentra a una altitud de 2.830 metros sobre el nivel del mar y la temperatura es de 8°C. Se encuentra en latitud 658057 y longitud 9615663. Para llegar a la cumbre de la pirámide, iniciando en la cabecera cantonal hasta Pueblo Viejo, que se encuentra a 4km de distancia, se requiere un vehículo 4x4, y luego se debe caminar 15 minutos hasta llegar allí.</p>		

<p>Característica:</p> <p>En Pueblo Viejo, la pirámide es un atractivo cultural que tiene una colina con base redonda en forma de pirámide. Aunque parece un cerro de piedra natural, tiene una disposición piramidal en su parte superior. Desde la falda hasta la cima, se pueden ver terrazas con estructuras de piedra. Un camino nuevo ha sido creado para llegar a la cúspide de la Pirámide del Sol, que tiene una distancia de alrededor de 430 metros y se encuentra a 2.830 msnm. Se pueden ver varias cascadas en un ambiente natural y rural durante el recorrido. El acceso es público y gratuito (Caiminagua, 2023).</p>	<p style="text-align: center;"><i>IMAGEN 3: PIRÁMIDE DEL SOL</i></p>  <p>Autora: Caiminagua Pindo Ginger</p>
<p>Actividades que se pueden realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se puede hacer un picnic y observar la naturaleza. • Paseo en bicicleta. • Caminar. • Tours con guía. • Fotografía. 	<p>Recomendaciones:</p> <p>Se recomienda llevar ropa abrigada, protector solar, repelente, zapatos cómodos, gorra, bebidas hidratantes y cámara fotográfica. En esencial llevar todo lo necesario para acampar.</p>

TABLA 6: FICHA DE OBSERVACIÓN DEL MIRADOR EL PANECILLO

<p>Nombre de la Atracción:</p>	<p>Mirador El Panecillo</p>	<p>Jerarquía: II</p>
<p>Categoría: Manifestaciones Culturales</p>	<p>Tipo: Arquitectura</p>	<p>Subtipo: Espacio Público</p>

Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla
<p>Ubicación:</p> <p>El Mirador está en el barrio El Panecillo en la cabecera cantonal de Chilla, a solo 1.2 km del parque central. Está a 2.490 msnm, con un climatizado templado frío con temperaturas que oscilan entre 5°C Y 13° C. Su ubicación se encuentra en latitud 657392 y longitud 9617615.</p>		
<p>Característica:</p> <p>El Mirador es un lugar natural desde el cual tenemos una vista panorámica de la cabecera cantonal y algunos sitios cercanos, con varios cerros que son representativos del área. Es un lugar perfecto para hacer fotos. Su apodo, “Balcón del Cielo”, proviene de cómo las nubes parecen un colchón en el cielo, creando un paisaje deslumbrante. La Capilla de Jesús del Gran Poder se encuentra junto al mirador y es allí, donde los residentes de El Panecillo celebran su festividad religiosa en noviembre. El acceso a este atractivo está disponible para todos y es gratuito (Caiminagua, 2023).</p>	<p style="text-align: center;"><i>IMAGEN 4: MIRADOR EL PANECILLO</i></p>  <p>Autora: Caiminagua Pindo Ginger</p>	
<p>Actividades que se pueden realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se puede hacer un picnic. • Observación de flora y fauna. • Caminar. • Tours con guía. • Fotografía. 	<p>Recomendaciones:</p> <p>Se recomienda llevar cámara fotográfica, protector solar, chompa impermeable, ropa abrigada, zapatos cómodos, gorra y bebidas hidratantes.</p>	

TABLA 7: FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE CANNABIS-MEDICINAL
INSA

Nombre de la Atracción:	Centro de Investigación de Cannabis-Medicinal INSA	Jerarquía: III
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Realizaciones Técnicas y Científicas	Subtipo: Centro de exhibición de Flora y Fauna
Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla
Ubicación: Situado en el área de Pivir, a través de la carretera Chilla- Guanazán, se encuentra a una altitud de 2.438 msnm. El clima es frío y templado frío, con temperaturas que oscilan entre 8°C y 15°C. Se encuentra en latitud -327.672996 y longitud -7934.73.		
Característica: Es una granja familiar que se dedicada a la siembra y cosecha de frutos de ciclo corto, utilizando técnicas que se heredaron de generaciones. Los cultivos de cannabis se cultivan para uso de medicina artesanal y ancestral. Abren todos los días de 8:00 a.m. a 18:00 p.m., y el precio de la entrada esta entre \$3 y \$5. Se ofrece una gran variedad de productos derivados de cannabis, incluidas cremas y aceites (Caiminagua, 2023)		IMAGEN 5: CENTRO DE INVESTIGACIÓN DE CANNABIS-MEDICINAL INSA 

	<p>Autora: Chamba Katherine</p> <p><i>IMAGEN 6: MEDICINAL INSA</i></p>  <p>Autora: Chamba Katherine</p>
<p>Las siguientes actividades que se pueden realizar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Observar la flora. • Tours con guía. • Fotografía. • Medicina tradicional. 	<p>Recomendaciones:</p> <p>De mayo a diciembre, es el mejor momento para visitar esta granja. Es recomendable llevar dinero en efectivo para las compras y la entrada. Se recomienda llevar cámara fotográfica, protector solar, ropa ligera, chaqueta impermeable, gorra, agua y zapatos cómodos.</p>

Nota: Estas tablas muestran el resumen de los atractivos culturales, con la ayuda de las fichas de jerarquización del GAD Municipal Chilla 2022.

4.2.2 Atractivos Naturales

TABLA 8: FICHA DE OBSERVACIÓN DEL JARDÍN RÍO PIVIR

Nombre de la Atracción:	Jardín río Pivir	Jerarquía: III
Categoría: Atractivo Natural	Tipo: Fenómenos geológicos	Subtipo: Quebrada
Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla
Ubicación: Situado en la carretera Chilla-Guanazán, en el área de Pivir, a una altitud de 2.440msnm, disfruta de un clima frío y suave, con una temperatura de 5°C en la latitud 657914 y longitud 9617360.		
Característica: Su forma de piscina natural sobre el Río Pivir que recibe agua fría y cristalina que proveniente de los cerros Chilola, a su alrededor hay cabañas, área para camping y picnic, un horno de leña y parrilla, áreas verdes que contienen floras endémicas (hicundo) y otras especies, así como áreas de recreación y zona de picnic. Aunque este atractivo tiene señalización interna y es gratuito, no cuenta con señales de aproximación		<p><i>IMAGEN 7: JARDÍN RÍO PIVIR</i></p>  <p>Autor: Sarango Jenny</p>

desde la cabecera cantonal (Caiminagua, 2023).	
Actividades que se pueden realizar: <ul style="list-style-type: none"> ● Puede caminar y observar la flora y fauna ● Fotografías ● Picnic ● Camping 	Recomendaciones: <ul style="list-style-type: none"> ● Llevar ropa abrigada, zapatos cómodos chaqueta impermeable, gorra, bebidas hidratantes, protector solar y cámara fotográfica. ● Llevar terno de baño si desea darse un baño.

TABLA 9: FICHA DE OBSERVACIÓN DE LAS AGUAS TERMALES DE ASHIGSHO

Nombre de la Atracción:	Aguas Termales de Ashigsho	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Aguas subterráneas	Subtipo: Manantial de agua termales
Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla
UBICACIÓN		
Lo encontramos ubicado en el Sitio Ashigsho, a unos 7km de la cabecera cantonal y a 1.538 metros sobre el nivel del mar. Las temperaturas oscilan entre 9°C a 11°C. Se encuentra en latitud de 651534 y longitud de 9618486		
Característica:		

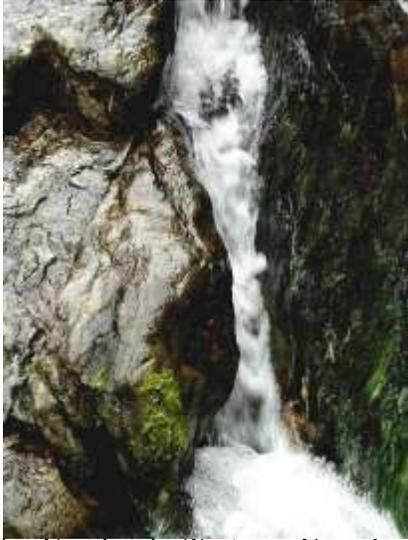
<p>Las aguas termales del sector Ashigsho son verdosas, burbujeantes y con azufre. Los habitantes locales creen que estas aguas son curativas, lo que atrae a personas que buscan algún tipo de sanación para enfermedades de la piel como granos y sarpullidos. Guabos, cedros, guayacán, chuncho, matapalos, canelos y una variedad de palmas, helechos y orquídeas están en la flora cercana. En la fauna incluye mamíferos como la raposa, el armadillo y los conejos de monte, y aves como el gavián, colibrí y pava de monte (Caiminagua, 2023).</p>	<p style="text-align: center;"><i>IMAGEN 8: AGUAS TERMALES DE ASHIGSHO</i></p>  <p>Fuente: Facebook- Turismo Ecuador</p>
<p>Actividades que se pueden realizar</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se puede realizar caminatas y senderismo. ● Paseos en caballos. ● Fotográfica. ● Observaciones de la flora y la fauna. 	<p>Recomendaciones:</p> <p>Sólo hay un camino de herradura, por lo que se necesita el contrato de un servicio de mulas y guías que se organiza desde Chilla. Llevar ropa abrigada, zapatos cómodos, bebidas hidratantes, protector solar, cámara fotográfica</p>

TABLA 10: FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA LAGUNA ENCANTADA DE CHILLACocha

<p>Nombre de la Atracción:</p>	<p>Laguna Encantada de Chillacocha</p>	<p>Jerarquía:</p> <p style="text-align: center;">III</p>
<p>Categoría:</p> <p>Atractivos Naturales</p>	<p>Tipo:</p> <p>Ambientes lacustres</p>	<p>Subtipo:</p> <p>Laguna</p>

Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla
<p>UBICACIÓN</p> <p>Se encuentra en una elevación de 3.380 msnm, a unos 7 km de la cabecera cantonal de Chilla, el promedio en temperatura es de 7°C a 10°C. Se encuentra entre las coordenadas geográficas 653349 y 9613351.</p>		
<p>Característica</p> <p>Los lugareños aman la laguna y creen que tiene muchas historias sobre ella. También se cree que tiene un gran control y fuerza sobre los elementos atmosféricos que emplea contra aquellos que no la respetan.</p> <p>Desde hace aproximadamente cuarenta años, la laguna tiene tres cuerpos de agua irregulares de dimensiones 120*60*5 m, 50*30*2 m y 60*30*2 m.</p> <p>Su agua es transparente, pero hay una coloración verdosa debido sobre las rocas. Se puede disfrutar de una vista panorámica del valle al pie de la laguna, un lugar acogedor para la recreación y el descanso. Este atractivo no tiene costo (Caiminagua, 2023).</p>	<p data-bbox="821 743 1349 810"><i>IMAGEN 9: LAGUNA ENCANTADA DE CHILLA COCHA</i></p>  <p data-bbox="789 1253 1187 1283">Autora: Caiminagua Pindo Ginger</p>	
<p>Actividades que se pueden realizar</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se puede realizar camitas y fotografía. 	<p>Recomendaciones:</p> <p>De mayo a noviembre es una buena época para visitar, especialmente los fines de semana. Es</p>	

<ul style="list-style-type: none"> ● Recreación ● Senderismo ● Camping ● Observaciones de la flora y la fauna 	recomendable usar un vehículo 4x4, moto o caballo para llegar al atractivo. Se debe llevar ropa abrigada, zapatos cómodos, chompa de agua, gorra, agua o jugo, cámara, protector solar y repelente de mosquitos.
---	--

TABLA 11: FICHA DE OBSERVACIÓN DE LA CASCADA DE RÍO LECHER

Nombre de la Atracción:	Cascada de Río Lecher	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Ríos	Subtipo: Cascada
Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla

UBICACIÓN

Se localiza al este de Chilla, a 2.618 metros sobre el nivel del mar, a unos 5 km de la cabecera cantonal y a 45 minutos en auto. El promedio de la temperatura esta entre 8°C y 15°C. Sus ubicaciones son aproximadamente latitud 655211 y longitud 9614957.

Característica

La cascada tiene una altura aproximadamente 100 metros y el lugar recibe su nombre debido a sus aguas cristalinas. Para llegar, se puede tomar la ruta de Chilla a Guanazán que se puede ver la cascada desde la carretera. Desde allí, se hace una parada y se recorre un camino a pie durante aproximadamente veinte minutos hasta llegar a la cascada.

IMAGEN 10: CASCADA DE RÍO LECHER



Autora: Caiminagua Pindo Ginger.

Un camino de herradura des la comunidad de Pueblo Viejo es otra opción de acceso (Caiminagua, 2023).	
<p>Actividades que se pueden realizar</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Se puede realizar caminatas y fotografía. ● Recreación ● Senderismo ● Camping ● Observación de la flora y la fauna ● Descanso o escalada 	<p>Recomendaciones:</p> <p>Se recomienda usar ropa abrigada, zapatos cómodos, una chaqueta impermeable, gorra, agua o jugos, cámara y protector solar. Es recomendable que aquellos que deseen bañarse lleven un traje de baño.</p> <p>Si tiene la intención de realizar descensos, es necesario llevar equipamiento específico para practicar montañismo, como arnés, cuerdas, casco y guantes.</p>

TABLA 12: FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CERRO VENTANAS

Nombre de la Atracción:	Cerro Ventanas	Jerarquía: II
Categoría: Atractivos Naturales	Tipo: Montaña	Subtipo: Baja montaña
Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla
<p>UBICACIÓN</p> <p>Situado en la ruta Shiquil, está a unos 5 km de la cabecera del cantón Chilla. Se debe caminar tres kilómetros después de llegar a ese punto. Tiene una altitud de 2808 metros sobre el nivel del mar y se encuentra en las coordenadas 655362 – 9620253.</p>		

<p>Característica</p> <p>El nombre del cerro proviene de sus rocas gigantes que parecen ventanas, lo que da su nombre. A lo largo del viaje, se pueden admirar hermosos paisajes de la flora y fauna propia de la zona. Durante todo el año los visitantes también pueden admirar el clima, especialmente de los constantes y fuertes vientos que son característicos del lugar durante todo el año. El cerro Yayurco está a una hora de distancia (Caiminagua, 2023).</p>	
<p>Actividades que se pueden realizar</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Recorridos guados, observación de fauna y flora, caminatas, cabalgatas, actividades recreativas, picnic, campin y fotográfica. 	<p>Recomendaciones:</p> <p>De mayo a noviembre es el mejor momento para visitar el lugar. Para facilitar el acceso al atractivo, se puede alquilar in transporte mular. Se aconseja llevar cámara, protector solar, zapatos cómodos o botas, ropa abrigada, chaqueta impermeable, gorra, bebida hidratante, y si es necesario, dulces y medicamentos. Además, contar con un guía nativo para acceder al sitio es crucial.</p>

TABLA 13: FICHA DE OBSERVACIÓN DEL CERRO PORTETE

<p>Nombre de la Atracción:</p>	<p>Cerro Portete</p>	<p>Jerarquía:</p> <p>II</p>
<p>Categoría:</p>	<p>Tipo:</p>	<p>Subtipo:</p>

Atractivos Naturales	Montaña	Baja Montaña
Provincia: El Oro	Cantón: Chilla	Localidad: Chilla
<p>UBICACIÓN</p> <p>Se encuentra a 3.460 msnm en la parte sureste de la cabecera cantonal de Chilla, a cuatro km de la ciudad. Con un clima de 9°C y 10°C. Se encuentra en las coordenadas geográficas 653471 y 9613763.</p>		
<p>Característica</p> <p>Esta elevación destacada, situada en el sureste de la cabecera del cantón Chilla, ofrece vistas panorámicas hacia los horizontes y cuenta con una formación rocosa y un sendero empinado ideal para caminatas. La cima de la montaña es particularmente notable como una formación natural porque se encuentra en un cementerio inca con tumbas helicoidales, 1 esparcidas, lo que la convierte en un lugar de interés para apreciar la cultura inca. Además, en días claros, desde la cima se pueden visualizar a lo lejos los cantones de Pasaje y Machala (Caiminagua, 2023).</p>		<p><i>IMAGEN 11: CERRO PORTETE</i></p>  <p>Autora: Caiminagua Pindo Ginger</p>
<p>Actividades que se pueden realizar</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Observaciones flora y fauna ● Excursión ● Recreación 		<p>Recomendaciones:</p> <p>De mayo a noviembre es el mejor momento para ir. Para facilitar el acceso al atractivo, se puede alquilar un transporte mular. Se</p>

<ul style="list-style-type: none"> ● Fotográfica ● Camping ● Picnic ● Cabalgatas 	recomienda llevar agua o jugo, cámara fotográfica, gorra, protector solar, repelente de mosquitos, ropa abrigada, zapatos cómodos o botas, chaqueta impermeable, gorra. Contar con un guía nativo es esencial para acceder al lugar.
--	--

Nota: Estas tablas muestra el resumen de los atractivos naturales, con la ayuda de las fichas de jerarquización del GAD Municipal Chilla 2022.

4.3 Plan de Marketing.

Estrategia de Marketing.

La meta de la estrategia de marketing es desarrollar planes publicitarios utilizando materiales promocionales que describan detalladamente los servicios turísticos del Cantón Chilla.

Medios y materiales aplicables.

Se llevará a cabo el diseño de medios de difusión talos como los flyers, un libro y un espacio publicitario en el periódico, donde se detallarán claramente las características de los lugares turísticos del Cantón Chilla.

Para implementar esta estrategia, se recomienda lo siguiente:

Folletos publicitarios.

El diseño de los folletos publicitarios de doble cara incluirá información completa y detallada sobre los lugares turísticos de Chilla a todo color, y se distribuirán en:

- El terminal terrestre de Machala.
- En las cooperativas de buses de Pasaje.

➤ Presupuesto

El precio de los 2000 folletos publicitarios a todo color en formato A3, con dimensiones de 14 cm de altura y 37,5 cm de largo, costará 420 USD.

IMAGEN 12: PROPUESTA DE FOLLETOS PUBLICITARIO.



Elaborado por: Sarango Jenny

Flayers.

Se sugiere que este medio publicitario incluya información sobre los precios de los lugares turísticos, las opciones de transporte para llegar al Cantón Chilla, los días en que se realizan los recorridos y los lugares de alojamiento y gastronomía disponible.

Los Flayers serán distribuidos en el terminal terrestre de Machala y en el centro de Pasaje.

➤ **Presupuesto**

El costo total para imprimir 2.000 Flyers a todo color, con dimensiones de 23,5 cm por 15,62 cm, tendrá un valor de 300 USD.

IMAGEN 13: PROPUESTA DEL FLAYER



Elaborado por: Sarango Jenny

Periódico

El Cantón Chilla, con su riqueza natural y cultural, ofrece una experiencia turística única que merece ser conocida y disfrutada. Publicar sus atractivos y festividades en el periódico es esencial para dar a conocer todo lo que esta región tiene para ofrecer.

Publicar estos detalles en el periódico permitirá que más personas descubran la belleza y riqueza cultural de Chilla.

IMAGEN 13: PROPUESTA DEL ESPACIO PUBLICITARIO EN EL PERIÓDICO



Fuente: Diario Opinión



IMAGEN 14: ITINERARIO PARTE 2

Itinerario IMAGEN 15: ITINERARIO

Cantón Chilla
El balcón de Chilla

PIRÁMIDE DE PUEBLO VIEJO

LAGUNA DE CHILLACÓCHA

SANTUARIO CHILLA

JARDÍN RÍO PIVIR

INCLUYE:

- Alimentación
- Refrigerio
- Zona de camping
- Transporte Local
- Cóctel de Bienvenida
- Guianza
- Fogata

\$147 CADA PERSONA

TRAER

- Ropa abrigada
- Zapatos
- Cómodos
- Cobijas
- Sombrero
- Protector solar

23 y 24 de Septiembre

CHILLA
EL BALCÓN DEL CIELO

CRONOGRAMA

SÁBADO 23

SÁBADO 23

- 07:00 A 8:00 DESAYUNO DE BIENVENIDA
- 08:30 A 10:30 VISTA A PIRÁMIDE A PUEBLO VIEJO
- 10:30 A 11:00 REFRIGERIO
- 11:00 A 13:45 VISITA A LAS CASCADA LECHER
- 11:00 A 16:00 ALMUERZO EN LOS JARDINES RÍO PIVIR
- 16:15 A 17:15 VISITA A LA IGLESIA DE CHILLA
- 17:30 A 18:45 ESPACIO PERSONAL (PREPARACIÓN PARA LA NOCHE)
- 19:00 A 20:00 CENA
- 22:00 A 22:30 INTEGRIDAD A LAS FESTIVIDAD DE CHILLA

DOMINGO 24

- 07:00 A 08:00 INTERACCIÓN EN EL CHIDERO DE VACAS-FOTOS EN CABALLO
- 09:00 A 09:30 DESAYUNO EN LA ZONA DE CAMPING
- 10:00 A 11:30 VISITA A LA GRANJA MUNICIPAL
- 12:00 A 12:30 TRASLADO AL RÍO MONTUJO
- 12:30 A 15:00 ESPACIO PERSONAL (NO INCLUYE ALMUERZO)
- 16:30 FINALIZACIÓN DEL CRONOGRAMA

Elaborado por: Sarango Jenny

Full Day*TABLA 14: FULL DAY*

Full day			
Lugar	1 pax precio unitario	10 pax precio unitario	Observaciones
Transporte	\$10	\$100	
Desayuno Gerichos	\$3.50	\$35	
Parque central del cantón Chilla	\$0	\$0	
Fotografías	\$2.0	\$20	
Iglesia Natividad de chilla	\$0	\$0	
Almuerzo “Chillanaso”	\$3.50	\$35	
Guía	\$50	\$500	
Refrigerio	\$2.00	\$20	
Jardín río Pivir	\$0	\$0	
Granja Agroturistica Centro de investigación de Cannabis-Medicinal INSA	\$5	\$500	

Laguna Chillacocha	\$0	\$0	
Recuerdos	\$1.50	\$15	
Total	78	\$1.225	

TABLA 15: MATRIZ DE COSTEO FULL DAY

RUBRO		VALORES
SUBTOTAL		\$78
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5%	\$3.9
GASTOS DE VENTAS	5%	\$3.9
UTILIDAD	10%	\$7.8
VALOR DE VENTA		\$93.6

Nota: Estas tablas muestran el costeo del Full day

TABLA 16: ITINERARIO FULL DAY

FULL DAY	
07:00 A 08:00	Desayuno de bienvenida en GARICHO
09:00 A 09:30	Recorrido a la Iglesia Natividad de chilla
10:00 A 11:30	Recorrido Parque central de chilla
12:00 A 12:30	Almuerzo
12:30 A 13:00PM	Visita Jardín río pivir
13:00 PM A 13:00PM	Interacción con actividades recreativas

13.30PM A 14:0PM	visita a la laguna Chillacocha
14.30 A 15:00PM	Llegada a la laguna Chillacocha
16:00PM A 17:30PM	RETORNÓ

TABLA 17: PRECIO DÍA 1 ITINERARIO

DIA 1			
Lugar	1pax precio unitario	20 pax precio unitario	Observaciones
Transporte	\$10	\$200	
Desayuno Gerichos	\$3.50	\$70	
Pirámide Pueblo viejo	\$0	\$0	
Fotografías	\$2.0	\$20	
Cascada de Río lecher	\$0	\$0	
Almuerzo “Chillanaso”	\$3.50	\$70	
Guía	\$50	\$1000	
Jardín río pivir	\$0	\$0	
Iglesia Natividad de chilla	\$2.00	\$20	
Carpas	\$30	\$600	

Cena	\$10	\$200	
integridad alas festividad de Chilla	\$0	\$0	
Total	110	\$2180	

TABLA 18: PRECIO DÍA 2 ITINERARIO

DIA 2			
Lugar	1pax precio unitario	20 pax precio unitario	Observaciones
INTERACCIÓN EN EL ORDEÑO DE VACAS FOTOS EN CABALLO	\$10	\$200	
Desayuno Gerichos	\$3.50	\$70	
VISITA A LA GRANJA MUNICIPAL	\$0	\$0	
REFRIGERIO	\$5	50	
Total	18	\$320	

TABLA 19: PRECIO TOTAL DEL ITINERARIO

DÍAS	Precio unitario	Precio grupal
DÍA 1	\$110	\$2180
DÍA 2	\$18	\$320
TOTAL	\$128	\$2500

TABLA 20: MATRIZ DE COSTEO DEL ITINERARIO

RUBRO		VALORES
SUBTOTAL		\$128
GASTOS ADMINISTRATIVOS	5%	\$6.4
GASTOS DE VENTAS	5%	\$6.4
UTILIDAD	10%	\$12.8
VALOR DE VENTA		\$147.2

Nota: Estas tablas muestran el costeo de los Itenerarios día 1 y 2.

TABLA 21: ITINERARIO DÍA 1

Sábado 23	DIA 1
07:00 A 8:00	Desayuno de bienvenida GERICHO
08:30 A 10:30	vista a pirámide a pueblo viejo
10:30 A 11:00	refrigerio
11:00 A 13:45	visita alas Cascada Lecher
11:00 A 16:00	almuerzo en los jardines Río Pivir

11:15 A 17:15	visita a la iglesia de chilla
17:30 A 18:45	espacio personal (preparación para la noche)
19:00 A 20:00	Cena
22:00 A 22:30	integridad alas festividad de Chilla

TABLA 22: ITINERARIO DÍA 2

SÁBADO 24	DIA 2
07:00 A 08:00	Interacción en el ordeño de vacas fotos en caballo
09:00 A 09:30	Desayuno en la zona de camping
10:00 A 11:30	Visita a la granja municipal
12:00 A 12:30	Refrigerio
12:30 A 16:00	Espacio personal (no incluye almuerzo)
16:30	Finalización del cronograma

4.4 Plan de Acción

TABLA 23: PLAN DE ACCIÓN

Eje	Programa	Proyecto	Actores responsables
Socio Cultural	Programas y eventos culturales	<ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de festividades religiosas. • Organización de programas deportivos y tradicionales. • Conferencias sobre la conservación y preservación del patrimonio cultural. • Talleres de interpretación cultural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gad del cantón Chilla. • Lideres Barriales. • Ministerio de Turismo. • Universidad Técnica de Machala.
Económico	Programas de emprendimientos comunitarios.	<ul style="list-style-type: none"> • Ferias gastronómicas de comida típica del cantón. • Casas abiertas de alimentos artesanales. • Convenios para financiación de proyectos de emprendimiento. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gad municipal del cantón Chilla.

<p>Ambiental</p>	<p>Programas de conocimiento ambiental.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Taller en escuelas y comunidades sobre concienciación ambiental y fomento del reciclaje en la región. • Jornadas comunitarias con el objetivo de preservar el entorno ambiental del Santuario Marino de la Virgen de la Natividad Chilla. • Estrategias para preservar el entorno natural de manera respetuosa y sostenible. • Creación de áreas creativas sostenibles y ecológicas del Santuario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Escuelas. • Gad parroquial y organización ambiental. • Comunidad. • Entidad gubernamental-organización no gubernamental.
-------------------------	---	---	---

Turismo	Practicas turísticas responsables.	<ul style="list-style-type: none"> • Ruta religiosa. • Ruta cultural. • Ruta natural. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gad municipal de Chilla y turismo.
----------------	------------------------------------	--	--

Nota: Esta tabla muestra el plan de acción, elaborado por Chamba Katherine y Sarango Jenny, 2024.

4.4.1 Programa de ejecución

ecológicas del Santuario.									
Ruta religiosa.									
Ruta cultural.									
Ruta natural.									

Nota: Esta tabla muestra el programa de ejecución, elaborado por Chamba Katherine y Sarango Jenny, 2024.

Conclusiones

La investigación de este proyecto sobre “El Plan Estratégico y su Importancia para Potencializar los Atractivos Turísticos del Cantón Chilla” destacan la importancia de una planificación estratégica cuidadosa para el desarrollo turístico sostenible y exitoso de la región.

En primer lugar, la creación e implementación de un plan estratégico detallado y adaptado a las necesidades específicas del cantón Chilla se revela como una herramienta esencial para mejorar sus atractivos turísticos. Este plan tiene en cuenta no solo la promoción y mejora de las infraestructuras existentes, sino también la búsqueda y creación de nuevos atractivos turísticos, siempre con un enfoque sostenible.

El GAD Municipal del Cantón Chilla y el Ministerio de Turismo deben tener en cuenta la riqueza natural y cultural del cantón. El patrimonio histórico y cultural, así como los paisajes naturales, ofrecen un enorme potencial para el desarrollo turístico. Sin embargo, este potencial solo puede aprovecharse completamente utilizado mediante una gestión adecuada, que incluya la conservación de los recursos y la colaboración de las comunidades locales.

Además, el estudio enfatiza la necesidad de involucrar a todos los actores pertinentes, incluidas las empresas privadas, las autoridades locales y las comunidades locales, para garantizar que el desarrollo turístico sea sostenible a largo plazo y beneficie a todas las partes interesadas. La participación de la comunidad es esencial para el éxito de las iniciativas turísticas y compartir la responsabilidad compartida en el desarrollo y mantenimiento de los recursos turísticos. Estos componentes mejoran la experiencia turística y brindan oportunidades de empleo y crecimiento económico para los residentes locales.

V. Recomendaciones.

Se recomienda a los gobiernos locales desarrollar un plan estratégico integral que incluya un análisis de las necesidades específicas del Cantón Chilla, estrategias de promoción, mejoras de infraestructura, y la identificación y desarrollo de nuevos recursos turísticos. Este plan debe integrar prácticas sostenibles para minimizar el impacto ambiental y maximizar los beneficios.

La conservación activa de los recursos naturales y culturales de Chilla debería ser el objetivo de un programa de gestión que involucre al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón Chilla, al Ministerio de Turismo y a otros organismos responsables de la gestión turística del cantón. Es esencial promover un turismo responsable que respete y valore el patrimonio local y fomente la colaboración con especialistas en conservación para asegurar la preservación a largo plazo.

Asimismo, se sugiere establecer un comité de desarrollo turístico que incluya a autoridades locales, empresarios y miembros de la comunidad. Este comité debe trabajar en conjunto para diseñar e implementar iniciativas turísticas que beneficien a todas las partes interesadas. Además, es crucial promover talleres y reuniones comunitarias para asegurar que los residentes participen activamente y se sientan comprometidos con el desarrollo de la comunidad.

Para garantizar que el desarrollo turístico sea inclusivo y beneficioso a todas las partes interesadas, es fundamental incluir las actividades locales en el proceso de planificación y desarrollo turístico para fomentar la participación activa de los residentes locales y empresas privadas. Esto promoverá una gestión más eficiente y sostenible de los recursos turísticos al generar un sentido de pertenencia y responsabilidad compartida.

Es importante realizar evaluaciones periódicas del plan estratégico para adaptar y ajustar las estrategias según sea necesario. La implementación de un sistema de monitoreo permitirá identificar áreas de mejora y asegurar que las iniciativas turísticas se mantengan alineadas con los objetivos de sostenibilidad y desarrollo a largo plazo.

Bibliografía

- Acle, R., Santos, J., & López, B. (2023). La gastronomía tradicional como atractivo turístico de la ciudad de Puebla, México. *Revista Scielo*, X(2), 237-248.
<https://doi.org/https://doi.org/10.19053/20278306.v10.n2.2020.10624>
- Aparicio, V. (2021). Turismo y Desarrollo Local: un Estudio de Caso en el Distrito de Pisac - Cusco. *Revista Scielo*, XII(4), 296-309.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.33595/2226-1478.12.4.587>
- Becerra, F., Andrade, A., & Díaz, L. (2019, Abril). Sistema de gestión de la calidad para el proceso de investigación: universidad de Otavalo, Ecuador. *Scielo*, XIX(1), 1-32.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15517/aie.v19i1.35235>
- BRAVO, C. E. (2017). Importancia del plan estratégico para promover el desarrollo del turismo interno hacia el distrito de San Mateo, provincia de Huarochirí. *Repositorio Académico*, 121. <https://hdl.handle.net/20.500.12727/4086>
- Carrillo, I., & Pulido, J. I. (2021). Planteamiento estratégico para la financiación inclusiva del turismo por parte de los organismos financieros internacionales. *Revis Scielo*, XXXI(80), 45-56. <https://doi.org/https://doi.org/10.15446/innovar.v31n80.93663>
- Carvajal, Z. G., & Lemoine, Q. F. (Enero / Junio de 2018). Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. *Redalyc*(34), 164 - 184 .
<https://www.redalyc.org/journal/1934/193462125006/>

- Chaves, M. P., Rojas Zapata, A. F., & Hernández Arteaga, I. (2014). INVESTIGACIÓN CUALITATIVA: UNA REFLEXIÓN DESDE LA EDUCACIÓN COMO HECHO SOCIAL. *Universitaria*, 86-100. file:///C:/Users/Usuario/Downloads/2192-Texto%20del%20art%C3%ADculo-7372-2-10-20150826.pdf
- Chuquizala, T., & Jaramillo, B. (17 de Julio de 2017). Plan de promoción turística para el cantón San Lorenzo del Pailón, provincia de Esmeraldas. *Redalyc*, 4(1), 121–130. <https://doi.org/https://doi.org/10.29166/siembra.v4i1.506>
- COLPAS, F., TARON, A., & GONZALEZ, R. (2023). Plan estratégico para el desarrollo sostenible del turismo en la ciudad de Cartagena, Colombia. *Revista Espacios*, XLIV(9), 17. <https://doi.org/10.48082/espacios-a23v44n09>
- Cruz, F. (2007). Generalidades acerca de las técnicas de investigación cuantitativa. *Paradigmas: Una Revista Disciplinar de Investigación*, 2(1), 9-39. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4942053>
- Cuéstara, L., Cossio, N., Márquez, L., & Cartay, R. (2022). Producto turístico de naturaleza para el desarrollo de comunidades rurales en Manabí, Ecuador. *Revista de Ciencias Sociales*, XXVIII(2), 287-295. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28070565019>
- Díaz, J. (1 de 10 de 2009). Multimedia y modalidades de lectura: una aproximación al estado de la cuestión. *Revista Científica de EduComunicación*, XVII(33), 2013-2019. <https://doi.org/10.3916/c33-2009-03-013>
- Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (2013, 07). La entrevista, recurso flexible y dinámico. *Scielo*, 02(07), 3. <https://doi.org/ISSN 2007-5057>

- Félix, Á., & Ganchozo, M. (2020). Herramientas de planificación participativas para el desarrollo turístico comunitario. Caso de estudio. *Revista Scielo*, VII(02), 1-15. <https://doi.org/https://doi.org/10.29166/siembra.v7i2.2189>
- Fernández, F. J. (2020). El turismo sostenible en España: análisis de los planes estratégicos de sostenibilidad de Zaragoza y Barcelona. *Revista de Ocio y Turismo*, XIV(1), 94-106. <https://doi.org/https://doi.org/10.17979/rotur.2020.14.1.5942>
- Figueroa, O., Matellán, E., Sánchez, Y., Sarmentero, I., & Pérez, G. (2020). Evaluación de la localización espacial de los servicios complementarios en destinos turísticos. *Revista Scielo*, XLI(3), 1-12. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-59362020000300011&lang=es
- FIGUEROA, W., LEMOINE, F., CARVAJAL, G., & HERNÁNDEZ, N. (2019). Identificación de atractivos turísticos de interés para el desarrollo del sector hotelero en los cantones de Sucre, San Vicente, Jama y Pedernales (Ecuador). *Revista internacional de Turismo, empresa y territorio*, III(2), 113-130. <https://doi.org/https://doi.org/10.21071/riturem.v3i2.12459>
- Franco, A., Tinitana, D., & Freire, D. (2021). Plan estratégico para el desarrollo turístico del bosque “Pechi” en la comuna Colorados del Búa, provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas. *Revista Scielo*, IX(1), 1-30. <https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemas.v9i.3019>

- Heredia, M., Muñoz, M., Muñoz, E., & Cedeño, F. (2021). Plan estratégico de desarrollo turístico del cantón Tosagua 2019-2023. *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar*, V(4), 59-00. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v5i4.730
- Hueso, A., & Cascant, M. J. (2012). *Metodología y Técnicas Cuantitativas de Investigación*. València: Universitat Politècnica de València. <https://doi.org/http://hdl.handle.net/10251/17004>
- Lalangui, J. (2017). Potencialización del ecoturismo inteligente en la finca de conservación “Rivera de los vencejos”, cantón Piñas, provincia de El Oro-Ecuador. *Revista Ciencia & Tecnología*, XVII(14), 97-103. <https://doi.org/https://doi.org/10.47189/rcct.v17i14.113>
- León, I., & Toro, J. (2005). PARADIGMAS Y METODOS DE INVESTIGACION EN TIEMPOS DE CAMBIO. In I. León, & J. Toro, *PARADIGMAS Y METODOS DE INVESTIGACION EN TIEMPOS DE CAMBIO* (pp. 84 - 211). Carabobo, Venezuela: EPISTEME CONSULTORES ASOCIADOS C. A. <https://epinvestsite.files.wordpress.com/2017/09/paradigmas-libro.pdf>
- Lopez, L. (2004). POBLACIÓN MUESTRA Y MUESTREO. *Punto Cero*, 9(8). http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1815-02762004000100012
- Lopez, P., & Fachelli, S. (2015). *METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACION SOCIAL CUANTITATIVA*. Barcelona-España: Creative Commons. <https://doi.org/https://ddd.uab.cat/record/129382>

- Orellana, S. A., & Lalvay, P. T. (2018). Uso e importancia de los recursos naturales y su incidencia en el desarrollo turístico. Caso Cantón Chilla, El Oro, Ecuador. (A. O. Jordy, & L. ,. Tatiana Del Cisne, Edits.) *SciELO*, XIV(1), 65-79. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100065>
- Pereyra, G., Palomino, A., & Gárate, R. (2021). Desarrollo turístico promotor socioeconómico. *Revista científica Ecociencia*, VIII(2), 1-16. <https://doi.org/https://doi.org/10.21855/ecociencia.82.483>
- Pilar Faría, C., Angarita, J. L., Pérez Laurens, L., & Ochoa, A. C. (2016). Modelo de planificación estratégica del turismo rural sostenible. *Revista Multiciencias*, XVI(3), 267-276. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=90453464005>
- Pintado, G. M. (2023, jun 29). “ATRATIVOS TURÍSTICOS Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA PARROQUIA CASACAY, CANTÓN PASAJE, PROVINCIA EL ORO”. *Repositorio digital Chimborazo*, 1-130. <http://dspace.unach.edu.ec/handle/51000/11214>
- Salas, P., & Villacís, K. (2020). Mejora del turismo en un destino desde un diagnóstico de la demanda. Caso Patate – Ecuador. *Revista dilemas Contemporáneo*, VII(Edición Especial), 15. <https://doi.org/https://doi.org/10.46377/dilemas.v3i1.2147>
- Salazar, S., Tierra, N., & Salas, E. (2020). *Revista Ciencia digital*. <https://doi.org/https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i3.1.1379>
- Sánchez, M. d., & Ruiz, H. H. (2020). Propuesta de indicadores ambientales para un turismo sostenible en el desierto de la Tatacoa, Huila, Colombia *. *Revista Scielo*, XXII(54), 239-261. <https://doi.org/https://doi.org/10.22395/seec.v23n54a12>

- Santamaría, F., Edwin, J., & López, P. S. (2019). Beneficio social de la actividad turística en Ecuador. *Revista Venezuela de Gerencia*, XXIV(86), 417-434.
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29059356007>
- Segrado, R., & Balbuena, M. (2022). La multiétnicidad como atractivo turístico del Chaco paraguayo. Periodo 2020-2. *Revista Scielo*, XXVIII(54), 26 - 41.
<https://doi.org/https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2022.028.54.026>
- Soria, H., Graça, P., & Soria, S. B. (2022). Análisis de la capacidad de carga de los atractivos turísticos en la Amazonía Central, Brasil. *Revista Scielo*(108), 18.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14350/rig.60531>
- Torres, & Bernal. (2006). Metodología de la investigación: para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales. In B. Torres, & Tercera (Ed.), *Metodología de la investigación: para la administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. (pp. 59-305). Sabana, Colombia: PEARSON. <https://abacoenred.com/wp-content/uploads/2019/02/El-proyecto-de-investigaci%C3%B3n-F.G.-Arias-2012-pdf.pdf>
- Toselli, C. (2015). Turismo, planificación estratégica y desarrollo local. *Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, VIII(18), 43-0.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8068944>
- Turismo, M. d. (2018). *Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos*. Turiscos:
<https://servicios.turismo.gob.ec/gestion-y-desarrollo-turistico/>

- Ultreras, Sánchez, & Soledispa. (2021). Turismo y actividad económica estratégica para el desarrollo local en México. *Revista Científica Empresarial DEBE--HABER*, 1(2), 75-86. <https://debe-haber.ccpaqp.org.pe/index.php/rcedh/article/view/17>
- Varona, F. L., & Vega de la Cruz, L. O. (2022, Enero 31). Diagnóstico de las potencialidades turísticas del municipio Báguanos. *Redalyc*, 28(1). <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181570010004>
- Ventura, J. (diciembre de 2017). ¿Población o muestra?: Una diferencia necesaria. *Revista Cubana de Salud Pública*, 43(4). http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0864-34662017000400014
- Vilanova. (03 de 2012). Revisión bibliográfica del tema de estudio de un proyecto de investigación. *ScienceDirect*, 54(2), 108-114. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.rx.2011.05.015>
- Zuccarini, L., Angeles, S. M., & Valentina, P. M. (2022, Abril 19). Evaluación de potencialidad turística como herramienta de planificación estratégica en pequeños destinos. Caso de General Acha, La Pampa. *Redalyc*, 31(2), 47-76. <https://ojs.uns.edu.ar/rug/article/view/4244>

VI. Anexos

ANEXO 1: FICHA DE JERARQUIZACIÓN PARA EL LEVANTAMIENTO DE LOS ATRACTIVOS

FICHA PARA EL LEVANTAMIENTO Y JERARQUIZACIÓN DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS									
Código del atractivo	C	T	S	S	S	M	C	T	S
	Provincia	Cantón	Parroquia	Categoría	Tipo	Subtipo	Jerarquía	Atractivo	
1. DATOS GENERALES									
1.1 Nombre del Atractivo Turístico									
Festividad de Nuestra Señora de la Inmaculada de Chile									
1.2 Categoría			1.3 Tipo			1.4 Subtipo			
MANIFESTACIONES CULTURALES			ACERVO CULTURAL Y POPULAR			FIESTAS RELIGIOSAS, TRADICIONES Y CREENCIAS POPULARES			
2. UBICACIÓN DEL ATRACTIVO									
2.1 Provincia			2.2 Cantón			2.3 Parroquia			
EL CERO			CHILLA			CHILLA			
2.4 Barrio, Sector o Colonia		2.5 Calle Principal		2.6 Número		2.7 Transversal			
Barrio Central		Barrío Bolívar				25 de Marzo			
2.8 Latitud (grados decimales)			2.9 Longitud (grados decimales)			2.10 Altura (metros)			
-32.731892			-71.349827			3440 msnm			
2.11 Información del administrador									
a. Tipo de Administrador: PRIVADO					b. Nombre de la institución: Decana de Maricón				
c. Nombre del Administrador: Pbro. Fidel Augusto Pastor					d. Cargo que ocupa: Rector del Santuario				
e. Teléfono / Celular: (+562) 07284738 / 0978792188					f. Correo Electrónico:				
Observaciones: Es una festividad para todos públicos llevada en la fe y dirección de sus religiosas.									
3. CARACTERÍSTICAS DEL ATRACTIVO									
3.1 Características climatológicas <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Clima: Frio y Templado Frio			b. Temperatura(°C): F/C a 15°C			c. Precipitación Pluviométrica (mm): 10,50 mm			
3.2 Línea de producto al que pertenece el atractivo (U) <input checked="" type="checkbox"/>									
a. Cultura <input checked="" type="checkbox"/>			b. Naturaleza <input type="checkbox"/>			c. Aventura <input type="checkbox"/>			
3.3 Escenario donde se localiza el atractivo turístico <input type="checkbox"/>									
a. Prístino <input type="checkbox"/>		b. Protivo <input type="checkbox"/>		c. Páramo natural <input type="checkbox"/>		d. Rural <input type="checkbox"/>		e. Urbano <input checked="" type="checkbox"/>	
3.4 Ingreso al atractivo (U) <input type="checkbox"/>									
a. Tipo de ingreso		b. Foráneos al Mercado			c. Mercado				
		Ingreso	Salida	Todos los días	Fines de semana y festivos	Solo días hábiles	Día	Especificaciones	
Libre <input checked="" type="checkbox"/>		0.00	0.00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	
Restringido <input type="checkbox"/>		0.00	0.00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	
Pagado <input type="checkbox"/>		0.00	0.00	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	No	
d. Moneda o sistema de reserva: <input type="checkbox"/>		e. Precio: Desde 0.00 Hasta 0.00			f. Forma de Pago				
					Efectivo <input type="checkbox"/>	Dinero Electrónico <input type="checkbox"/>	Deposito Bancario <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Débito <input type="checkbox"/>	Tarjeta de Crédito <input type="checkbox"/>
					Transferencia Bancaria <input type="checkbox"/>	Cheque <input type="checkbox"/>			
g. Meses recomendados de visita: Desde el 1 al 10 de Septiembre									
Observaciones: Celebración que se realiza una vez al año, aunque existen muchas fiestas que se realizan a lo largo de la festividad de Chile en otras fechas y se debe a su vez ser de carácter religioso.									
4. ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD AL ATRACTIVO <input checked="" type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>									
a. Nombre de la ciudad o poblado más cercano (que presente condiciones mínimas de servicios): Decana (Cantón de Chilla)									
b. Distancia desde la ciudad o poblado más cercano: 0 km. Tiempo estimado de desplazamiento en auto: 0.00 horas. c. Coordenadas (grados decimales): Lat: -32.731892 Long: -71.349827									
Observaciones: Todos los tipos de acceso de la región están en condiciones normales que se encuentran en la zona turística del destino.									
4.2 Vías de Acceso (M) <input checked="" type="checkbox"/>									
Tipo de vía		Coordenada de inicio		Coordenada de fin		Distancia (km)		Tipo de material	
a. Paveda asfalto <input checked="" type="checkbox"/>		0		0		0		Asfalto	
b. Terrazo (de) <input type="checkbox"/>								Bueno	



b. Seguro orden		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Letras	Bueno	
c. Tener orden		<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Letras		
Observaciones:								
d. Acuífero (U)	Marino	<input type="checkbox"/>	Puerto / Isla de perlas	<input type="checkbox"/>	Estado	Puerto / Isla de Llagata	<input type="checkbox"/>	
	Lacustre	<input type="checkbox"/>	Puerto / Isla de perlas	<input type="checkbox"/>		Puerto / Isla de Llagata	<input type="checkbox"/>	
	Fluvial	<input type="checkbox"/>	Puerto / Isla de perlas	<input type="checkbox"/>		Puerto / Isla de Llagata	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:								
e. Aireo (U)	Nacional			<input type="checkbox"/>	Internacional			<input type="checkbox"/>
Observaciones:								
4.3 Servicio de transporte (M)								
a. Bus	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Buses	<input type="checkbox"/>	c. Transporte del	<input checked="" type="checkbox"/>	d. Taxi	<input checked="" type="checkbox"/>	
e. Moto del	<input type="checkbox"/>	f. Taxis	<input type="checkbox"/>	g. Lancha	<input type="checkbox"/>	h. Bata	<input type="checkbox"/>	
i. Bata	<input type="checkbox"/>	j. Camión	<input type="checkbox"/>	k. Avión	<input type="checkbox"/>	l. Automóvil	<input type="checkbox"/>	
m. Helicóptero	<input type="checkbox"/>	n. Otro	<input checked="" type="checkbox"/>	Especifique <small>Indique particularidades</small>				
Observaciones:								
4.3.1 Detalle de transporte hacia el atractivo (M)								
a. Nombre de la compañía o institución que presta el servicio	b. Estación / Terminal	c. Presencia			d. Detalle (Tránsito origen / destino)			
		Diaria	Semana	Mensual	Quincenal			
Compañía Taxis Chito	Estación en Píscos - Chito	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Píscos - Chito		
Compañía Píscos	Estación en Píscos - Chito	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Píscos - Chito		
Compañía Taxis Guanoan	Estación Guanoan	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Píscos - Chito - Guanoan		
Compañía de taxis Barón del Cajas "Chito"	Estación Chito	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Provincial y Nacional		
Compañía Sur Orquídeas	Estación Píscos - Terminal Loja	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Píscos - Chito - Guanoan - Barón - Loja		
4.4 Condiciones de accesibilidad del atractivo turístico al medio físico para personas con discapacidad (M)								
a. Accesibilidad móvil	<input checked="" type="checkbox"/>	b. Accesibilidad visual	<input checked="" type="checkbox"/>	c. Accesibilidad auditiva	<input type="checkbox"/>	d. No es accesible		
Observaciones:								
4.5 Señalización (U)								
a. Señalización de aproximación al atractivo	<input checked="" type="checkbox"/>	Estado (U)	Bueno	<input type="checkbox"/>	Regular	<input checked="" type="checkbox"/>	Malo	
Observaciones: <small>En términos de ubicación de señalizaciones para todo el año</small>								
5. PLANTA TURÍSTICA / COMPLEMENTARIOS								
5.1 Planta turística (M)								
a. En el Atracción				b. En la ciudad o poblado cercano				
Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de habitaciones	Número de plazas	Alojamiento	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	
							Número de habitaciones	
							Número de plazas	



Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hotel	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hostel	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostel	<input checked="" type="checkbox"/>	1	25	22
Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hostería	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Hacienda Turística	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Lodge	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Resort	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Refugio	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Campamento Turístico	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Casa de Huéspedes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Casa de Huéspedes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	2	2
Observaciones:					Observaciones: <i>Casas Piedad Turística del Cantón Chimbo</i>				
Alimentos y bebidas	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Pisos	Alimentos y bebidas	<input checked="" type="checkbox"/>	Establecimientos registrados	Número de Mesas	Número de Pisos
Restaurantes	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Restaurantes	<input checked="" type="checkbox"/>	0	41	104
Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Cafeterías	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Bares	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Fuentes de soda	<input type="checkbox"/>	0	0	0
Observaciones:					Observaciones: <i>Casas Piedad Turística del Cantón Chimbo</i>				
Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados			Agencias de Viaje	<input type="checkbox"/>	Establecimientos registrados		
Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0			Mayoristas	<input type="checkbox"/>	0		
Internacionales	<input type="checkbox"/>	0			Internacionales	<input type="checkbox"/>	0		
Operadoras	<input type="checkbox"/>	0			Operadoras	<input type="checkbox"/>	0		
Observaciones:					Observaciones:				
Qué	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura	Qué	Local	Nacional	Nacional Especializado	Cultura
<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura	<input type="checkbox"/>	0	0	0	Aventura
Observaciones:					Observaciones:				
5.2 Facilidades en el entorno al atractivo <input checked="" type="checkbox"/>									
Categoría (M)	Tipo (M)	Cantidad	Coordenadas	Administrador	Accesibilidad universal	Estado (U, B, R, M)			
a. De apoyo a la gestión turística <input checked="" type="checkbox"/>	Punto de información	<input type="checkbox"/>	0	0	www	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	iTur	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	042 Montalvo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de integración	<input type="checkbox"/>	0	0	www	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Centro de facilitación turística	<input type="checkbox"/>	0	0	www	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. De observación y vigilancia <input checked="" type="checkbox"/>	Dentro de recepción de visitantes	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	Casa Piedad	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Grutas de guardiana	<input type="checkbox"/>	0	0	www	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Miradores	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	Casa Piedad	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tornos de estacionamiento de autos	<input type="checkbox"/>	0	0	www	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. De seguridad y bienestar <input checked="" type="checkbox"/>	Tornos de vigilancia para sobrevivientes	<input type="checkbox"/>	0	0	www	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Servicios	<input type="checkbox"/>	0	0	www	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estaciones de sombra y descanso	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	042 Montalvo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Áreas de estar	<input type="checkbox"/>	0	0	www	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. De servicio <input checked="" type="checkbox"/>	Refugio de alto montaña	<input type="checkbox"/>	0	0	www	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Bañeros sanitarios	<input checked="" type="checkbox"/>	0	0	042 Montalvo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Estacionamiento	<input checked="" type="checkbox"/>	1	0	042 Montalvo	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
e. Otros <input type="checkbox"/>		0	0	www	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	



Observaciones:			
6.3 Complementarios a la actividad turística (M) <input type="checkbox"/>			
a. En el Atractivo <input type="checkbox"/>		b. En la ciudad o pedregal cercano <input type="checkbox"/>	
Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>	Alquiler y venta de equipo especializado <input type="checkbox"/>	Venta de artesanías y merchandising <input type="checkbox"/>
Casa de cambio <input type="checkbox"/>	Cajero automático <input type="checkbox"/>	Otro <input type="checkbox"/>	Casa de cambio <input type="checkbox"/>
			Cajero automático <input type="checkbox"/>
			Otro <input type="checkbox"/>
Especifique: <i>Forma</i>		Especifique: <i>Farmacia, Ciber, mercado, tienda de abarrotes, cooperativa de ahorro, centro Acuzpa</i>	
Observaciones:			
6. ESTADO DE CONSERVACIÓN E INTEGRACIÓN ATRACTIVO / ENTORNO SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>			
6.1 Atractivo (B) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>		b. Abandado <input type="checkbox"/>	
c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones: <i>La fe religiosa de la comunidad y los rituales benéficos generados por esta festividad mantienen aún esta tradición</i>			
6.1.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.1.1.1 Naturales (M)		6.1.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huacufaia <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.2 Entorno (B) <input type="checkbox"/>			
a. Conservado <input type="checkbox"/>		b. Abandado <input type="checkbox"/>	
c. En proceso de deterioro <input type="checkbox"/>		d. Deteriorado <input type="checkbox"/>	
Observaciones:			
6.2.1 Factores de alteración y deterioro (M)			
6.2.1.1 Naturales (M)		6.2.1.2 Antrópicos / Antropogénicos (M)	
a. Erosión <input type="checkbox"/>	a. Actividades agrícolas y ganaderas <input type="checkbox"/>	b. Actividades forestales <input type="checkbox"/>	c. Actividades extractivas / minería <input type="checkbox"/>
b. Humedad <input type="checkbox"/>	d. Actividades industriales <input type="checkbox"/>	e. Negligencia / abandono <input type="checkbox"/>	f. Huacufaia <input type="checkbox"/>
c. Desastres naturales <input type="checkbox"/>	g. Conflicto de tenencia <input type="checkbox"/>	h. Condiciones de uso y exposición <input type="checkbox"/>	i. Falta de mantenimiento <input type="checkbox"/>
d. Flora/fauna <input type="checkbox"/>	j. Contaminación del ambiente <input type="checkbox"/>	k. Generación de residuos <input type="checkbox"/>	l. Expansión urbana <input type="checkbox"/>
e. Clima <input type="checkbox"/>	m. Conflicto político / social <input type="checkbox"/>	n. Desarrollo industrial / comercial <input type="checkbox"/>	o. Vandalismo <input type="checkbox"/>
Otro <input type="checkbox"/>	Especifique:		
Observaciones:			
6.3. Declaratoria del espacio turístico asociado al atractivo <input type="checkbox"/>			
a. Declarante:	b. Denominación:	c. Fecha de declaración:	d. Alcance:
Observaciones:			
7. HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>			
7.1 Servicios Básicos <input type="checkbox"/>			
A. En el atractivo <input type="checkbox"/>		B. En la ciudad o pedregal más cercano <input type="checkbox"/>	
Agua <input type="checkbox"/>	Plomita <input type="checkbox"/>	Agua <input type="checkbox"/>	Plomita <input type="checkbox"/>
Especifique: <i>Red del sistema de abastecimiento de Agua Potable</i>		Especifique: <i>Red del sistema de abastecimiento de Agua Potable</i>	
Energía eléctrica <input type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público <input type="checkbox"/>	Energía eléctrica <input type="checkbox"/>	Red eléctrica de servicio público <input type="checkbox"/>
Especifique: <i>Red del Sistema Nacional Interconectado</i>		Especifique: <i>Red del Sistema Nacional Interconectado</i>	
Saneamiento <input type="checkbox"/>	Red pública <input type="checkbox"/>	Saneamiento <input type="checkbox"/>	Red pública <input type="checkbox"/>



Especific: Sistema de almacenamiento ambiental independiente y controlado		Especific: Sistema de almacenamiento ambiental independiente y controlado						
Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> <small>Cero Residuo</small>		Disposición de desechos <input checked="" type="checkbox"/> <small>Cero Residuo</small>						
Especific: Sistema de recolección de basuras, a través del carro recolector de basuras.		Especific: Sistema de recolección de basuras, a través del carro recolector de basuras.						
Observaciones:								
7.2 Señalética en el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>								
7.2.1 Ambiente	7.2.2 Tipo	7.2.3 Materiales				7.2.4 Estando		
		a. Madera	b. Aluminio	c. Otro	Especific	B	R	M
En áreas urbanas <input type="checkbox"/>	Pictogramas de atractivos naturales	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de atractivos culturales	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de actividades turísticas	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de servicios de apoyo	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de atractivos turísticos	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems de sitio	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótems direccionales	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
En áreas naturales <input type="checkbox"/>	Pictogramas de atractivos naturales	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de atractivos culturales	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de actividades turísticas	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de servicios de apoyo	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Pictogramas de restricción	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Señales turísticas de aproximación	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels de direccionamiento hacia atractivo	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels informativo de atractivos	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Panels informativo de direccionamiento hacia atractivos, servicios y actividades	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Alcancas interpretativas	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Tótem de sitio	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Tótem de direccionamiento	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
Letareas informativas <input type="checkbox"/>	De información turística	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Normativas de concientización	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Señalética tema de seguridad <input type="checkbox"/>	Protección de los elementos del atractivo	0	0	0	N/D	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Otros <input type="checkbox"/>	N/D							
Observaciones:								
7.3 Salud más cercana (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
4. En el atractivo <input checked="" type="checkbox"/>					5. En la ciudad o poblado más cercano <input checked="" type="checkbox"/>			
Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	Cercanía	0	Hospital o Clínica <input type="checkbox"/>	0				
Puesto / Centro de salud <input type="checkbox"/>		0	Puesto / Centro de salud <input checked="" type="checkbox"/>	1				
Dispensario médico <input type="checkbox"/>		0	Dispensario médico <input type="checkbox"/>	0				
Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>		1	Botiquín de primeros auxilios <input checked="" type="checkbox"/>	1				
Otros <input type="checkbox"/>		0	Otros <input type="checkbox"/>	0				
Observaciones:								
7.4 Seguridad (M) <input checked="" type="checkbox"/>								
4. Privata <input type="checkbox"/>	0	0						
5. Policía nacional <input checked="" type="checkbox"/>	1	ECU/311						



9.2.1 Tangibles e intangibles

a. Recordos guardados b. Recordos autografiados c. Visita a talleres artísticos

f. Participación en talleres artísticos d. Visita a talleres artesanales i. Participación en talleres artesanales

e. Exposiciones temáticas permanentes, temporales y eventuales f. Exhibición de piezas, muestras, obras, etc., originales l. Actividades vivenciales y/o lúdicas

g. Presentaciones o representaciones en vivo h. Muestras audiovisuales g. Fotografía

j. Degustación de platos tradicionales i. Participación de la artesanía m. Campo de artesanías

k. Convivencia n. Medicina ancestral Otro **total**

Observaciones:

10. PROMOCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DEL ATRACTIVO **SI** **NO** **SI**

10.1. Medios de Promoción del Atractivo (M)

¿Existe un plan de promoción turística cartona? **SI** **NO** **Especifique:** Se cuenta con un plan de promoción turística en el atractivo de promoción en los temas turísticos, páginas de redes sociales de comunicación y página del sitio web del establecimiento del atractivo de

¿El Atractivo se encuentra incluido en el plan de promoción turística cartona? **SI** **NO**

Medio promocional	Dirección y nombre de los medios promocionales	Periodicidad de la promoción
a. Página WEB <input type="checkbox"/>	URL:	
b. Red Social <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: https://www.facebook.com/atractivos https://www.instagram.com/atractivos	Mensual
c. Revistas Especializadas <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: El Oro Un Nuevo Sur Ecuador 2016 de Noticias Históricas Lomas	Anual
d. Muestra POP <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Fomento al Turismo del Centro Caba	Anual
e. Oficina de Información Turística <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Oficina de Información Turística Caba	Mensual
f. Medios de comunicación (radio, tv, prensa) <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Radio FM Municipal 96.2	Anual
g. Asistencia a ferias turísticas <input checked="" type="checkbox"/>	Nombre: Ferias a Nivel Local	Trimestral
h. Otro <input type="checkbox"/>	Nombre:	

Observaciones:

10.2. El atractivo forma parte de una oferta establecida (paquete turístico) **SI** **NO** **Especifique:** **total**

Observaciones:

11. REGISTRO DE VISITANTES Y AFLUENCIA (M) **SI** **NO** **SI**

11.1. Frecuencia de visita según datos estadísticos

a. ¿Posee un sistema de registro de visitantes? **SI** **NO** Tipo: Digital Papel Año de registro: 2021

b. ¿Se genera reporte de estadísticas de visita al atractivo? **SI** **NO** Frecuencia de los reportes: Anual

c. Temporalidad de visita al atractivo

Alta (meses)	Alta (meses)	Alta (meses)	Número de visitantes
<input type="checkbox"/>	Septiembre		0
<input type="checkbox"/>	Meses del resto del año		0

d. Llegada de turistas

	Turista nacional			Turista extranjero			
	Llegadas mensuales	Total anual		Llegadas mensuales	Total Anual		
Ciudades de origen	Barahona	0	0	Países de origen	Paraguay	0	0
	Machala	0	0		EE.UU	0	0
	Panaji	0	0		España	0	0

Observaciones: Existe una matriz vigente según información en el 2021, los datos ingresan al sistema y son anuales.

11.2. Frecuencia de visita según informantes clave

Nombre del informante clave: **Enrique Prieto** Contacto: **07-250-2197**

Demanda según días de visita Demanda según frecuencia de visita

Línea o forma Fines de semana Días festivos Permanente Estacional Esporádica Inestante

Observaciones: Atractivo de 20.000 visitantes llegar a registrarse por las ferias sectoriales y cumplir sus pendientes.



12. RECURSO HUMANO					
a. Número de personas a cargo de la administración y operación del atractivo			d. Número de personas especializadas en turismo		
e. Número de personas con nivel de educación (M)		f. Número de personas capacitadas por temática (M)		g. Número de personas que manejan algún idioma (M)	
Primaria	Secundaria	Primeros Auxilios	Hospitalidad	Inglés	Alemán
Tercer Nivel	Cuarto Nivel	Atención al Cliente	Guianza	Francés	Italiano
Otro	Indefinido	Specialización (discapacitados)	Otro	Chino	Otro
Observaciones:					
13. DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO (500 caracteres)					
<p>Esta sección está de 500 caracteres en el momento de registrarse. Las escuelas harán el Screenshot en algunas de las actividades en honor a la Virgen de la Inmaculada de Chilla, realizando actividades por la gran fiesta a través de presentas y se realizará hasta la entrega para agradecer donaciones voluntarias. Las fotografías respalda van desde los últimos días de agosto hasta el 15 de septiembre, mostrando una muestra representativa de las fiestas en esta fecha.</p>					
14. ANEXOS					
a. Archivo Fotográfico (fotos .JPG)					
Fuente: Unidad de Turismo					
c. Ubicación geográfica del Atractivo					
Fuente: Departamento de Obras Públicas					
FIRMAS DE RESPONSABILIDAD (Obligatorio)					
ELABORADO POR:		VALIDADO POR:		APROBADO POR:	
Apellido y Nombre	NELLYCE VARGAS CEDILLO	Apellido y Nombre		Apellido y Nombre	
Institución	GAD MUNICIPAL DEL CANTÓN CHILLA	Institución		Institución	
Cargo	TECNICA DE TURISMO	Cargo		Cargo	
Correo Electrónico	nellyce.vargas@chilla.gub.gob.ec	Correo Electrónico		Correo Electrónico	
Teléfono	0995733843	Teléfono		Teléfono	
Firma	 Firmado digitalmente por: NELLYCE MISHEL VARGAS CEDILLO	Firma		Firma	
Fecha	20/09/2022	Fecha		Fecha	

Autores: Gad municipal de Turismo de Chilla

ANEXO 2: CUESTIONARIO DE ENCUESTA I**¿Usted ha visitado los atractivos del Cantón Chilla?**

- Si
- No
- Tal vez

1. Con qué frecuencia visita los atractivos turísticos del Cantón Chilla?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

2. Cuáles son los principales atractivos turísticos que ha visitado en el Cantón Chilla?

- Aguas Termales de Ashigsho
- Balneario De Pejeyacu
- Cascada De Agua Cristalina Río Lecher
- Cerró Portete
- Cerro Yayaurco
- Jardín del río Pivir
- Laguna de Chillacocha
- La iglesia Natividad de Chilla
- Pirámide pueblo viejo
- Petroglifos
- Santuario De La Virgen De Chilla
- Ninguno

3. En sus vacaciones o momentos libres que tipo de actividad de ocio realiza principalmente?

- Turismo
- Excursiones
- Vistas familiares
- Observaciones flora y fauna

4. ¿Cómo se enteró usted acerca de los lugares turísticos del cantón Chilla?

- Internet/ redes sociales
- Prensa escrita
- Televisión/Radio
- Familiares
- Amigos

5. ¿Conoce usted sobre la existencia de un Plan Estratégico para el Turismo en el Cantón Chilla?

- Si
- No

En caso de conocerlo, ¿considera que el Plan Estratégico está contribuyendo a potenciar los atractivos turísticos del cantón?

- Nunca
- Casi nunca
- A veces
- Casi siempre
- Siempre

6. ¿Le gustaría recibir información actualizada sobre el Plan Estratégico para el Turismo en el Cantón Chilla?

- Si
- No

ANEXO 3: CUESTIONARIO DE ENCUESTA 2**ALGADLDE**

1. **¿Cómo define actualmente el turismo y cuáles son los principales problemas que usted cree que afecta al turismo del Cantón Chilla?**
2. **Existe algún plan o programa de desarrollo turístico para el cantón Chilla**
3. **¿Cómo apoyaría usted a la ejecución de un plan de plan estratégico turístico para el Cantón Chilla?**
4. **¿En qué aspectos considera que el Plan Estratégico puede contribuir a potenciar los atractivos turísticos del cantón?**
5. **¿Cómo se puede mejorar la participación de la comunidad en la implementación del Plan Estratégico?**
6. **¿Qué acciones o proyectos del Plan Estratégico considera que deberían priorizarse?**

Unidad De Turismo

1. **¿Cómo apoyaría usted a la ejecución de un plan de plan estratégico turístico para el Cantón Chilla?**
2. **¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades del sector turístico del Cantón Chilla?**
3. **¿Qué oportunidades y amenazas enfrenta el desarrollo turístico del cantón?**
4. **¿Cómo se puede mejorar la participación de la comunidad en la implementación del Plan Estratégico?**

ANEXO 4: CUESTIONARIO DE ENCUESTA 3**Comunidad**

1. **¿Cuáles son los aspectos positivos que ha notado en el desarrollo del turismo en el Cantón Chilla en los últimos años?**
 - Mayor afluencia de turistas
 - Mejora en la infraestructura turística
 - Diversificación de la oferta turística
 - Mayor capacitación para los prestadores de servicios turísticos

- Otros
- 2. **¿Cuáles son los principales desafíos que enfrenta el desarrollo turístico del Cantón Chilla?**
 - Falta de promoción
 - Deficiente infraestructura vial
 - Escasa oferta de alojamiento
 - Falta de capacitación para los prestadores de servicios turísticos
 - Otros
- 3. **¿Qué mejoras sugeriría para potenciar los atractivos turísticos del cantón Chilla?**

Mantenimiento de las vías

- 4. **¿Qué acciones o proyectos considera que deberían priorizarse en el Plan Estratégico para potenciar los atractivos turísticos del Cantón Chilla?**
 - Implementación de campañas de promoción turística
 - Mejora de la infraestructura vial
 - Construcción de nuevos hoteles y hostales
 - Capacitación para los prestadores de servicios turísticos
 - Desarrollo de nuevos productos turísticos

ANEXO 5: APLICACIÓN DE LAS ENCUESTAS Y TRABAJO DE CAMPO









