



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y  
COMERCIALES**

DISEÑO DE PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIATURA EN TURISMO

**TÍTULO DEL PROYECTO**

DISEÑO DE UN PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA, QUE CONTRIBUYA AL  
DESARROLLO SOSTENIBLE, CULTURAL Y TURÍSTICO DE LA PARROQUIA  
CHANDUY DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA.

**AUTORAS:**

YAJAIRA JAZMIN ROMERO PUNINA

KARLA ANABEL GARAICOA MACIAS

**TUTOR:**

MSC.DOLORES MIELES CEVALLOS

**MILAGRO, 2013**

**ECUADOR**

**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y**  
**COMERCIALES**

**ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

Por la presente hago constar que he analizado el Proyecto de grado presentado por las Srtas. Yajaira Jazmin Romero Punina y Karla Anabel Garaicoa Macias, para optar al título de Licenciatura en Turismo y que acepto tutoría a las estudiantes, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación, evaluación y sustentación.

Milagro, a los 27 días del mes septiembre del 2013

**ASESOR:**

\_\_\_\_\_

MSC. DOLORES MIELES CEVALLOS

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Las autoras de esta investigación declaran ante el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es de nuestra propia autoría, no contiene material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro Título o Grado de una Institución Nacional O Extranjera.

Milagro, a los 27 días del mes septiembre del 2013

---

Yajaira Jazmin Romero Punina

CI: 0929136968

---

Karla Anabel Garaicoa Macias

CI: 09284717

## **CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

El Tribunal calificador previo la obtención del título de Licenciatura en Turismo otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones.

<b>MEMORIA CIENTÍFICA</b>	<b>( )</b>
<b>DEFENSA ORAL</b>	<b>( )</b>
<b>TOTAL</b>	<b>( )</b>
<b>EQUIVALENTE</b>	<b>( )</b>

---

**PRESIDENTE DEL TRIBUNAL**

---

**PROFESOR DELEGADO**

---

**PROFESOR SECRETARIO**

## **DEDICATORIA**

Dedicamos esta tesis a Dios por guiarnos y darnos fuerzas para seguir y no desmayar en los problemas que se presentaban, ni fallecer en el intento, también queremos agradecer a nuestros padres por su amor, trabajo y sacrificios en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos en primer lugar a Dios quien nos dio la vida y nos ha permitido culminar nuestra carrera universitaria.

A la UNEMI y a nuestros maestros, que a lo largo de nuestra carrera, que con paciencia y dedicación nos transmitieron sus conocimientos y sus sabios consejos; agradecemos a la directora de la carrera MSC. DOLORES MIELES por su apoyo incondicional en el transcurso de nuestra vida universitaria.

Agradecemos también de manera especial a nuestro tutor de tesis MSC. RIGOBERTO ZAMBRANO, quien con sus conocimientos, apoyo y paciencia supo guiarnos en el desarrollo de la presente tesis desde su inicio hasta su culminación.

## **CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR**

Jaime Orozco Hernández, MSC.

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos hacerle entrega de la Cesión de Derechos del Autor del Trabajo realizado como requisito para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue ANALISIS DEL LOS VALORES HISTORICOS – CULTURALES DE LA PARROQUIA CHANDUY Y SU INCIDENCIA EN LA PROMOCION TURISTICA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, a los 27 dias del mes septiembre del 2013

---

Yajaira Jazmin Romero Punina

CI: 0929136968

---

Karla Anabel Garaicoa Macias

CI: 0928471713

## INDICE GENERAL

### PAG

Página de caratula.....	i
Página de la constancia de aceptación por el tutor.....	ii
Página de declaración de autoría de la investigación.....	iii
Certificación de la defensa.....	iv
Página de dedicatoria.....	v
Página de agradecimiento.....	vi
Página de cesión de Derechos de Autor.....	vii
Índice general.....	viii
Índice de cuadro .....	xi
Índice de figura.....	xii
Introducción.....	1

## CAPÍTULO I

### EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	
1.1.1 Problematización .....	2
1.1.2 Delimitación del Problema .....	4
1.1.3 Formulación del Problema.....	4
1.1.4 Sistematización del Problema.....	4
1.1.5 Determinación del Tema .....	5
1.2 OBJETIVOS	
1.2.1 Objetivo General.....	5



1.2.2	Objetivos Específicos.....	5
1.3	Justificación.....	6

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

2.1	MARCO TEÓRICO	
2.1.1	Antecedentes Históricos.....	8
2.1.2	Antecedentes Referenciales.....	12
2.1.3	Fundamentación.....	26
2.2	MARCO CONCEPTUAL.....	28
2.4	HIPÓTESIS Y VARIABLE	
2.4.1	Hipótesis General.....	34
2.4.2	Hipótesis Particulares.....	34
2.4.3	Declaración de Variables.....	36
2.4.4	Operacionalización de las Variables.....	37

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

3.1	TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	38
3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA.....	40
3.2.1	Características de la Población.....	40
3.2.2	Delimitación de la Población.....	40
3.2.3	Tipo de Muestra.....	40
3.2.4	Tamaño de la Muestra.....	40
3.2.5	Proceso de Selección.....	41
3.3	Los métodos y las técnicas	
3.3.1	MÉTODOS TEÓRICOS.....	41
3.3.2	Métodos Empíricos.....	42
3.3.3	Técnicas e Instrumentos.....	42
3.4	PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.....	42

## **CAPÍTULO IV**

4.1	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS ACTUAL.....	44
4.2	Análisis comparativo evolución, tendencia, y perspectivas.....	44

4.3 Resultados.....	44
4.4 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS.....	57

## **CAPITULO V**

5.1 TEMA.....	58
5.2 FUNDAMENTACIÓN.....	58
5.3 JUSTIFICACIÓN.....	60
5.4 OBJETIVOS	
5.4.1 Objetivos General de la Propuesta.....	61
5.4.2 Objetivos Específicos.....	61
5.5 UBICACIÓN.....	61
5.6FACTIBILIDAD.....	62
5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	63
5.7.1 recurso, Análisis Financiero.....	95
CONCLUSIONES.....	98
RECOMENDACIONES.....	99
BIBLIOGRAFÍA.....	102
ANEXOS .....	104

## ÍNDICE DE CUADRO

PAG

Cuadro 1 Declaración de variables.....	36
Cuadro 2 Operacionalización de las variables.....	37
Encuesta pregunta 1. Culturales de la Parroquia Chanduy.....	44
Encuesta pregunta 2. Conocimiento Cultural de los Habitantes.....	46
Encuesta pregunta 3. Valores Históricos –Culturales de Chanduy.....	47
Encuesta pregunta 4.La difusión valores Culturales de Chanduy.....	48
Encuesta pregunta 5. Creación de centros de información.....	49
Encuesta pregunta 6.La Junta Parroquial, centros Turística. ....	50
Encuesta pregunta 7. Capacitación para promotores turísticos.....	51
Encuesta pregunta 8. Centros de capacitación continúa.....	52
Encuesta pregunta 9. Capacitación de promotores turístico.....	53
Encuesta pregunta 10. Comprometer a los Integrantes de la Junta.....	54
Encuesta pregunta 11. los representantes de la Junta Parroquial.....	55
Encuesta pregunta 12. Promoción por diferentes medios.....	56

## Índice de figura

Encuesta pregunta 1. Valores Culturales de la Parroquia Chanduy.....	45
Encuesta pregunta 2. Conocimiento Cultural de los Habitantes.....	46
Encuesta pregunta 3. Culturales de la Parroquia.....	47
Encuesta pregunta 4. La difusión valores Culturales de la Chandu.....	48
Encuesta pregunta 5. Creación de centros de información.....	49
Encuesta pregunta 6. Centros de información Turística.....	50
Encuesta pregunta 7. Capacitación para promotores turísticos.....	51
Encuesta pregunta 8. Centros de capacitación continúa.....	52
Encuesta pregunta 9. Capacitación de promotores turístico.....	53
Encuesta pregunta 10. Comprometer a la Junta Parroquial.....	54
Encuesta pregunta 11. Intervención de la Junta Parroquial.....	55
Encuesta pregunta 12. Promoción por los medios de comunicación.....	56
Mapa Chanduy.....	61

## RESUMEN

Chanduy que se encuentra ubicada en la Provincia de Santa Elena es una parroquia con característica para fomentan y desarrollar el Turismo Histórico Cultural. Para que esto se haga realidad hay que superar la falta de conocimiento de parte de sus habitantes de toda la riqueza cultural que existe en su entorno y que se involucren de una manera positiva mejorando las relaciones entre los integrantes de las comunidades con las autoridades Parroquiales, ya que cuenta con importantes sitios históricos y culturales que hacen de esta parroquia el lugar perfecto para el desarrollo de este tipo de turismo.

La Parroquia carece de una correcta promoción de sus recursos turísticos, es así que esta investigación determina la importancia de la creación de un catálogo turístico sobre la Parroquia Chanduy, para ayudar a la difusión de sus atractivos, y así lograr que los habitantes se sumen al proceso de fijarse metas, objetivos y propósitos que les permitan dar a conocer a los demás las riquezas culturales que poseen y poder fomentar y desarrollar la actividad turismo de una manera sostenible brindando la oportunidad de su desarrollo tanto turístico como socio- económico.

### **Palabras Claves**

**Historia.-** es la ciencia que tiene como objeto de estudio el pasado de la humanidad y como método el propio de las ciencias sociales.

**Actividad Turismo.-** conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleve a la prestación de servicios a un turista.

## **ABSTRACT**

Chanduy which is located in the Province of Santa Elena is a parish with feature to promote and develop the tourism Cultural History. For this to happen you have to overcome the lack of knowledge on the part of the inhabitants of all the cultural wealth that exists in their environment and get involved in a positive way to improve the relations between the members of the communities Parish authorities, since it has significant historical and cultural sites that make this parish the perfect place for the development of this type of tourism.

The Parish lacks adequate promotion of its tourism resources, so that this research determines the importance of creating a tourist catalog on Chanduy Parish to help the dissemination of its attractions, and thus make the people to join the process of setting goals, objectives and purposes to enable them to make known to others the cultural wealth and power have activity promote and develop tourism in a sustainable manner by providing the opportunity to both tourism development and socio-economic.

### **Keywords**

**History.** - Is the science which aims to study the past of humanity itself and as a method of social sciences.

**Activity Tourism.** - Set of operations that directly or indirectly relate to tourism or can influence it, provided that may lead to the provision of services to a tourist.

El Turismo Histórico - cultural comprende todas esas manifestaciones tangibles o intangibles producidos por la sociedad, A nivel mundial los valores culturales, sus raíces y sus costumbres autóctonas de cada cultura está siendo absorbidos por las nuevas tendencias modernistas influenciadas por la tecnología actual, dejando de lado sus raíces culturales. En nuestro país el primer turismo en desarrollarse fue el Histórico - Cultural con el que se pretendía ofrecer productos turísticos que tenga un valor añadido. Se debía tener en cuenta la satisfacción del turista y se apelaba a la especialización en ciertas áreas.

Teniendo en cuenta esto, se pretende analizar las posibilidades que el turismo ofrece para conservar, gestionar y valorizar el patrimonio histórico-cultural dentro de un modelo de desarrollo sustentable, podemos decir que el turismo histórico cultural incluye solo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial e histórica, documentos y obras de arte), sino también lo que se llama patrimonio vivo; las diversas manifestaciones de la cultura Popular.

Chanduy es la más antigua población de la península, pues existió durante de la conquista española. Esta parroquia cuenta con diversos valores Históricos como Culturales. Pero carece de una correcta promoción de sus recursos turísticos tanto a nivel Provincial como del País, es así que esta investigación determina la importancia de la creación de un catálogo turístico sobre la Parroquia Chanduy, lo que ayudara a la difusión de sus atractivos, brindando la oportunidad de su desarrollo tanto turístico como socio económico.

# **CAPITULO I**

## **EI PROBLEMA**

### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

#### **1.1.1 Problematización**

El Turismo Histórico - cultural comprende todas esas manifestaciones tangibles o intangibles producidos por la sociedad, esta tendencia del Turismo trata de revalorizar no solo un museo, paisajes, obras de arte, sino que también hechos históricos ocurridos en la localidad, industrias que se encuentren funcionando o que en algún momento participaron en el desarrollo local, las comidas, fiestas populares del lugar, entre otras cosas. A nivel mundial los valores culturales, sus raíces y sus costumbres autóctonas de cada cultura están siendo absorbidos por las nuevas tendencias modernistas influenciadas por la tecnología actual, dejando de lado sus raíces culturales.

En nuestro país el primer turismo en desarrollarse fue el Histórico - Cultural con el que se pretendía ofrecer productos turísticos que tengan un valor añadido. Se debía tener en cuenta la satisfacción del turista y se apelaba a la especialización en ciertas áreas. Bajo este panorama aparece el turismo Histórico y cultural como una alternativa que conjuga la visita a sitios históricos y culturales, en el que el turista podía visitar monumentos, complejos urbanos así como el disfrute de las artes, religión, folklore y el testimonio de los modos de vida de los distintos pueblos, especialmente de los más representativos y



tradicionales. Es decir que la experiencia directa del visitante, era la cultura misma. Pero en nuestro país este tipo de turismo ha dejado de fomentarse y poniendo en riesgo que olvidemos nuestras raíces culturales

Chanduy que se encuentra ubicada en la Provincia de Santa Elena es una parroquia con característica para fomentan y desarrollar el Turismo Histórico Cultural. Para que esto se haga realidad hay que superar la falta de conocimiento de parte de sus habitantes de toda la riqueza cultural que existe en su entorno y que se involucren de una manera positiva mejorando las relaciones entre los integrantes de las comunidades con las autoridades Parroquiales y así lograr que los habitantes se sumen al proceso de fijarse metas, objetivos y propósitos que les permitan dar a conocer a los demás las riquezas culturales que poseen y poder fomentar y desarrollar el turismo Histórico – Cultural de una manera sostenible y sustentable ya que cuenta con importantes sitios históricos y culturales que hacen de esta parroquia el lugar perfecto para el desarrollo de este tipo de turismo.

Deduciendo a través de los estudios realizados se encontraron las siguientes

**Causas:**

- Escases de centros de información turística que den a conocer la riqueza Histórica – Cultural de la Provincia.
- Inexistencia de promotores turísticos que impulsen el turismo en la Provincia.
- Poca iniciativa por parte de la junta Parroquial para promover el turismo del lugar.

**Efecto:**

- Desconocimientos de la riqueza histórica-cultura de la Provincia.
- Desconocimientos de los valores históricos- cultura del lugar.
- Promoción turística inadecuada del lugar.

**Pronostico**

Si no se analizan a fondo cada uno de las causas planteadas con sus respectivos efectos tendremos como con secuencia la perdida de nuestra Historia – Cultural y el desinterés por dar a conocer su historia y cultura, no

existirán lugares turísticos que promuevan y nos enseñen sobre nuestra historia además de no contribuir al desarrollo turístico, económico y social para general otro tipo de ingresos para la Parroquia Chanduy.

### **Control de Pronóstico**

Si se analizan a fondo cada uno de las causas planteadas con sus respectivos efectos tendremos como resultado centros de promoción turística que nos ayuden a difundir y a conocer la historia – cultural de los pueblos, de esta forma estaríamos contribuyendo al desarrollo turístico, económico y social creando nuevas fuentes de ingreso para la Parroquia Chanduy.

#### **1.1.2 Delimitación del Problema**

**Realidad Poblacional:** Según el INEC, en el censo de la población y vivienda realizada en el año 2010 da como resultado que la Parroquia Chanduy tiene una población de 20.000 habitantes.

**Tiempo:** 2013

**Identificación:**

Variable independiente: Historia Cultural.

Variable dependiente: Desarrollo turístico.

#### **1.1.3 Formulación del problema**

¿Cuáles son los Factores que inciden para que los atractivos Históricos-Culturales de la Parroquia Chanduy no estén contribuyendo en el desarrollo turístico de la Provincia de Santa Elena?

#### **1.1.4 Sistematización**

- ¿Cómo los centros de información pueden dar a conocer las riquezas Históricas – culturales de la Provincia?
- ¿De qué manera se formarían promotores turísticos en la Provincia?
- ¿Por qué la falta de iniciativa de los representantes de la Junta Parroquial afecta el turismo del lugar?

### **1.1.5 Determinación del Tema**

Los Valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy y su incidencia en la promoción Turística de la Provincia de Santa Elena.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Analizar los factores que están incidiendo en el desarrollo Turístico de la Parroquia Chanduy de la Provincia de Santa Elena.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

1.- Abrir nuevos centros de información que puedan dar a conocer las riquezas Históricas- Culturales de la Provincia. Capacitar a personas del lugar como promotores turísticos.

2.- Capacitar a personas del lugar como promotores Turísticos.

3.- comprometer a los representantes de la Junta Parroquial por dar a conocer el turismo del lugar.

### 1.3 JUSTIFICACIÓN

Alrededor del mundo existen países que tienen el turismo histórico – cultural como la principal fuente de ingreso en el ámbito turístico, el mismo que es difundido a nivel mundial como lo más importante que tiene un país. Considerando esto el desarrollo sustentable propone estrategias diversificadas que permitan mejorar la realidad social, política, económica y específica de cada lugar. La revalorización del patrimonio, histórico- cultural, es la respuesta que muchos destinos encuentran en procesos de cambio y readaptación. Teniendo en cuenta esto, se pretende analizar las posibilidades que el turismo ofrece para conservar, gestionar y valorizar el patrimonio histórico-cultural dentro de un modelo de desarrollo sustentable.

Ecuador y su patrimonio histórico-cultural comprende una gran importancia en su identidad cultural, pero la masificación del turismo conlleva a la transformación, el deterioro y la destrucción de los recursos culturales. Siempre aparece como más importante el interés económico de maximizar los beneficios, que la adopción de medidas concretas que salvaguarden los diversos componentes que integran el patrimonio histórico-cultural. En el marco de la sustentabilidad el turismo plantea la necesidad de dar respuestas a las realidades locales. La revalorización del patrimonio cultural, es la respuesta que muchos destinos encuentran en procesos de cambio y readaptación para valorizar el patrimonio histórico-cultural.

La Parroquia Chanduy tiene atractivos históricos y culturales, ya que es la más antigua población de la península, pues existió desde antes de la conquista española. Chanduy está casi en el mar y tiene puerto propio. La población de Chanduy depende de la agricultura, ganadería y en la mayor parte de la pesca, sea esta artesanal e industrial cuya concentración está en su mayor parte en la comuna Puerto Pesquero de Chanduy como también en la comuna Real, cuenta con sitios de turísticos tanto históricos como culturales tales como Bosque de la Comuna Pechiche, Museo arqueológico Real Alto entre otros. Lo que justifica de manera práctica este proyecto porque se pretende utilizar los conocimientos que se adquieran en este trabajo investigativo para dar a

conocer la riqueza histórica y cultural de la comunidad de Chanduy, para que permita fomentar su cultura e historia de este sector de la Provincia de Santa Elena y de esta manera atraer el turismo y aumentar la actividad económica de sus habitantes.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 Marco Teórico**

##### **2.1.1 Antecedentes Históricos**

Una forma sencilla para explicarnos que es la Historia consiste en remitirnos a su sentido etimológico. La palabra Historia proviene de una raíz griega que significa indagar o investigar. El término se utiliza hace dos milenios para definir a la disciplina que se dedica al estudio de los hechos realizados por el hombre en el pasado, pero que repercuten en el presente; se investigan, no por ociosidad o por erudición, sino para comprender la sociedad humana en todas sus manifestaciones y transformaciones.

Desde que el hombre invento la escritura, se empieza a escribir la historia. La historia de la humanidad se divide convencionalmente en tres edades: antigua, media y moderna, a las que se añade la contemporánea. La edad antigua abarca el periodo comprendido entre los tiempos pre- históricos y la caída del imperio romano. El pre – histórico se subdivide en dos periodos más la edad de piedra que comprende el paleolítico y neolítico y la edad de los metales, en la que se hallan comprendidas la edad del cobre, la de Bronce y la de Hierro.

La edad media se prolonga desde la caída del imperio romano hasta los siglos XIV – XV y se subdivide en alta edad media y baja edad media tras la crisis general del medio evo se inició la edad moderna en el siglo XVI que finalizaría con el triunfo de la burguesía en los países más desarrollados económicamente. A partir de la revolución francesa y hasta nuestros días se

extiende la edad contemporánea, caracterizada entre otras cosas por la aparición del proletariado industrial.<sup>1</sup>

Respecto a la historia del Ecuador, los primeros habitantes pertenecían a grupos nómadas provenientes de varias regiones de América y posiblemente de Oceanía. Los lugares escogidos para vivir fueron la cordillera de Punin en la Provincia de Chimborazo, los Ríos, Guayas y Jubones. El hombre primitivo conocía el fuego, fabricaban algunos objetos de barro, piedra y tejidos con fibra vegetal.<sup>2</sup> Con el propósito de conocer sobre las culturas que ocuparon los territorios que hoy pertenecen al Ecuador, nuestra prehistoria se divide en cuatro periodos que son. Pre-cerámico, de Formación, Desarrollo Regional y de Integración.

### **Culturas existentes en las Costas Ecuatoriana**

Machalilla fue una cultura en la que su economía se basaba en una diversificación de actividades como el cultivo de frejol, calabaza y maíz, y la producción de cerámica. Esta cultura que se ubicó en la provincia de Manabí su principal característica en sus figurillas eran las orejas perforadas, como si hubiese estado de moda el uso de múltiples adornos auriculares. La decoración utilizada por esta cultura incluye el uso generalizado de pintura roja en líneas delgadas sobre su superficie pulida de color natural.

La cultura Chorrera se desarrolló en la provincia de los Ríos, Guayas y Manabí. Fue descubierta en 1936 a orillas del río Babahoyo en una hacienda del mismo nombre. Contribuyó para que algunos pueblos de la Sierra y del Oriente desarrollaran su transición a culturas agro – alfareras.

Atácame fue una cultura que se situó en Manabí y Esmeralda. Se calcula una población de entre 13000 a 19000, este número de población explica el cambio del maíz por la yuca como producto agrícola principal, ya que el maíz podía sostener mayor población que la yuca selvática, a la llegada de los españoles

---

<sup>1</sup> Diccionario Enciclopédico Bruguera pág. 705

<sup>2</sup> Ecuador Amazónico, Ermel Aguilar González. pag. 68

era un pueblo de más de mil casa con calles bien delineadas, ubicadas en el mismo sitio donde hoy se encuentra la moderna ciudad de Atacame, para poder involucrarse en la red comercial liderada por el señorío manteño de Salangome, se dedicaron a capturar la Spondylus. Para hacerlo tenían que bucear a profundidades de entre 15 a 70 metros, donde la concha se halla adherida a las rocas o arrecifes, para ello utilizaban grandes piedras que les permitían sumergirse y redes de gran tamaño.

Valdivia fue una cultura pionera en el campo de la alfarería y estuvo a la vanguardia en el mundo andino, esta cultura se asentó en la Provincia de Santa Elena entre el 3500 A.C al 2000 A.C. su economía fue eminentemente agrícola, la Venus de Valdivia son las piezas más renombradas, el diseño del cuenco y la vasija facilitaban la tarea de verter líquidos, constituyo un avance técnico importante. Más tarde este avance permitió la creación de la botella.<sup>3</sup>

Al sur de la Provincia de Santa Elena, en el valle de Chanduy, se encuentra ubicado real alto, una comunidad en la que se encuentra un emplazamiento arqueológico de la cultura Valdivia, un pueblo que se dedicó a la domesticación de las plantas y a la elaboración de cerámicas. Chanduy es la más antigua población de la península, pues existió desde antes de la conquista española. Su iglesia, una de las más antiguas de la península, fue construida en 1734, impulsada por el obispo Andrés Paredes de Polanco y Armendáriz, jefe de la Diócesis de Quito. Su estructura era de guayacán y laurel, pero sucumbió ante la inclemencia del tiempo y fue reemplazada con una moderna en el mismo lugar, consagrada en 1990 por el arzobispo de Guayaquil, Juan Larrea Holguín.

En 1834 se dio en Chanduy un combate de caballería entre 200 hombres del gobierno de Flores comandados por el famoso negro Otamendi y 200 revolucionarios "Chihuahuas" del coronel venezolano Andrés Subero. Ganaron estos últimos y Otamendi salió a galope tendido, huyendo para no entregar la

---

<sup>3</sup> Historia y Ciencias Sociales, Santillana pág. 9



vida y perdiendo en la carrera su sombrero de paja toquilla, recogido como trofeo de Batalla.

La Parroquia Chanduy cada 29 de mayo celebra con gran alborozo su fiesta de Parroquialización, esos días sus habitantes se llenan de civismo para honrar su tierra y sus costumbres, todo se unen para participar en pregones, desfiles cívicos, elección de la reina, velada artística, sesión solemne y diversas actividades conmemorativas a la fecha. Otra fiesta muy importante son las religiosas, las que se celebran con gran fervor católico. Una de ella es la celebrada el 28 de agosto en honor al Patrono San Agustín, otra el 24 de septiembre en la que se celebra la fiesta de la Co-Patrona Virgen de las Mercedes y la fiesta de Semana Santa.

Toda la Semana Santa los feligreses concurre a la celebración de las misas como también a las procesiones las cuales son muy concurridas, empezando con la procesión del Domingo de Ramos donde se engalana un borrico para llevar la imagen de Jesucristo seguida de personajes que representan el momento bíblico como también de la respectiva banda de músicos. Esta procesión es muy esperada y concurrida por cientos de personas.

Esta parroquia cuenta con leyendas que han sido transmitidas de generación en generación una de la más importante es la de San Agustín y el Diablo baila con los muertos. La Parroquia cuenta con un Complejo Cultural Real Alto (CCRA) tiene un valor didáctico histórico, social y cultural. Está compuesto por un museo de sitio (El Mogote), una vivienda etnográfica, un huerto experimental, un área de laboratorios y otra de hospedaje para investigadores y estudiantes. A estas construcciones se suma el Sitio Arqueológico Real Alto, famoso a nivel internacional por tratarse de las primeras aldeas agro-alfareras, con centro ceremonial, del continente americano, representadas por la cultura Valdivia (4400-1700 A.C.). El Sitio es de gran importancia para entender el proceso de neolitización de América, no solamente por su largo desarrollo socio-económico, bien documentado en el yacimiento, sino por su antigüedad. Su disposición y función varió a través del tiempo convirtiéndose, en las fases medias y tardías de Valdivia, en un Recinto Ceremonial de importancia regional.

El museo “El Mogote” se creó cerca de los restos arqueológicos del asentamiento y de su centro ceremonial. Dispone de laboratorio, sala de restauración, auditorio, cafetería y alojamientos. Su recorrido nos muestra la vida de los antiguos habitantes de la zona de la Península de Santa Elena y cómo la sociedad Valdivia ha mantenido, a través de los siglos, sus tradiciones y costumbres. Este museo presenta de forma didáctica el proceso histórico de la provincia de Santa Elena y su guión museográfico hace énfasis en las sociedades y culturas Valdivia y Chorrera.

El Patrimonio de cada país y de cada lugar se convierte en un símbolo representativo, el arte es una de las manifestaciones de la cultura. Además, generalmente los valores culturales de un núcleo receptor tienen un gran atractivo para las personas de cualquier clase social. Existe una pequeña minoría de personas especialistas en la historia, para quienes la riqueza histórica de un país es el principal motivo del desplazamiento, sin embargo, el resto de la masa viajera está formada por personas que no tiene interés por conocer la historia de otros lugares.

El turismo cultural cubre todos esos aspectos en el que el viajero o turista busca aprender acerca de la forma de vida e ideas de cada país, región o lugar que visita, ya que los elementos culturales de una sociedad son complejos, es ahí donde el visitante tiene una forma clara y directa de conocer como la gente vive, trabaja, costumbres y leyendas. Es entonces que desde el 2006 nace la idea de mescla el valor de la Historia y la Cultura existente en el lugar a visitar, ya que este comprende todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidos por las sociedades.

Ahora podemos decir que el turismo histórico cultural incluye no solo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial e histórica, documentos y obras de arte), sino también lo que se llama patrimonio vivo; las diversas manifestaciones de la cultura popular (indígena, regional, popular, urbana), las poblaciones o comunidades tradicionales, las lenguas indígenas, las artesanías y artes populares, la

indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones, características de un grupo o cultura.

### **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

El marco de referencia, gira en torno a tres tesis doctorales que tienen relación con el tema que se investiga. A continuación se plantean los puntos más importantes de estas investigaciones:

#### **Investigación 1**

##### **Recuperación del patrimonio cultural urbano como recurso turístico.**

##### **Grado de doctor presentada por Trinidad Cortés Puya (2002)**

Según la autora El patrimonio cultural es un elemento esencial del bienestar general y de la calidad de vida de los ciudadanos, así como un poderoso instrumento de cohesión social. Es la expresión de la totalidad de conocimientos, creencias y valores, tanto artísticos como filosóficos y morales, que conforman la tradición de la gente y es la base de sus actividades expresadas en términos físicos de espacio y de tiempo, a través de procesos y agentes específicos

El Turismo y desarrollo sostenible en ciudades históricas con patrimonio monumental. Este estudio, realizado por encargo de TURESPAÑA quien plantea el esquema de relaciones existente entre el turismo y desarrollo sostenible

Presenta los resultados de diferentes experiencias a nivel europeo y nacional, hace mención a una serie de ciudades con iniciativas turísticas relevantes como

La ciudad histórica como patrimonio cultural y como recurso turístico.

La ciudad histórica europea, una de las creaciones más brillantes de la cultura occidental, es una agrupación donde se relacionan variables múltiples: **arquitectónicas, culturales, turísticas**, etc. cuya imbricación les dota de un especial atractivo patrimonio del que deriva su atractivo físico.

Según el autor El turismo ofrece distintas oportunidades nuevas a las ciudades históricas, como la recuperación y reutilización de un patrimonio arquitectónico que, en pocos casos, se encuentra claramente infrautilizado.

El turismo ayuda a poner en valor el patrimonio cultural, ofrece oportunidades nuevas para la recuperación, reutilización y conservación del patrimonio.

**El patrimonio cultural** es un elemento esencial del bienestar general y de la calidad de vida de los ciudadanos, así como un poderoso instrumento de cohesión social es la expresión de la totalidad de conocimientos, creencias y valores, tanto artísticos como filosóficos y morales, que conforman la tradición de la gente y es la base de sus actividades expresadas en términos físicos de espacio y de tiempo, a través de procesos.

Durante esta última década el concepto y función del patrimonio cultural en su relación con el resto de esferas que componen la vida civil. Frente a las posturas que acuñaron el concepto moderno del patrimonio histórico como factor de identidad colectiva, expresión de la riqueza cultural de la nación, o simplemente como testimonio de la contribución a la civilización de una cultura determinada, en la última década se ha primado la interpretación social del patrimonio cultural y se han propuesto definiciones acordes con planteamientos de tipo económico.

Por ejemplo, la Organización Mundial del Turismo define patrimonio turístico al (conjunto potencial, conocido o desconocido de los bienes materiales o inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades futuras).

Según este autor el patrimonio con valor simbólico-significativo actúa como nexo entre personas separadas por el tiempo, por lo que le da a conocer como testimonio de ideas, hecho y situaciones del pasado; de tal manera , **el patrimonio con valor formal** es apreciado por la atracción que despierta en los sentidos, por el placer que proporcionan por razón de la forma y otras cualidades sensibles y por el mérito que presentan; finalmente, de forma que el patrimonio cultural con valor de uso es evaluado siempre con criterios de utilidad, satisfaciendo, por tanto, una necesidad material, de conocimiento o de deseo.

Desde un punto de vista económico, el valor de uso resulta ser una pieza clave para la oferta y demanda de patrimonio cultural. **Según Greffe** la peculiaridad más significativa de la demanda del patrimonio cultural es que las personas no requieren un bien particular, sino los componentes de valor que lleva incorporado y, por lo tanto, los servicios que puedan derivarse de éste.

Cuando se visita un museo, una catedral o un edificio histórico singular, no se demanda el bien de tal manera, sino el conjunto de valores y servicios que están asociados. La versión que considera a los bienes culturales como una categoría económica más, sujeta a algún tipo de intervención por parte del Estado. En este contexto se utiliza más la palabra recursos culturales que bienes culturales.

Esta intervención da lugar a un modelo de intervención que podría calificarse de “democrático utilitario”, en donde el orden de prioridades de la acción política que valora los bienes culturales y pone a disposición de la sociedad los recursos culturales es el resultado de la dinámica creada por las fuerzas políticas en presencia de la sociedad, y en último término es resultado del consenso social. La suerte de los bienes culturales fluctúa entonces en el tiempo, a merced de las corrientes de pensamiento dominantes, de liderazgos de opinión, de la fuerza de los grupos de presión y hasta cierto punto de las modas.

Con relación a este último aspecto, debemos decir que el patrimonio cultural de disfrute público se caracteriza por tener un consumo no rival, así como no exclusivo. También se caracteriza por el coste marginal de su mantenimiento, en relación al número de consumidores o usuarios. El público no revela disposición a pagar por este tipo de bienes ya que los da por garantizados, hecho que puede, en algún momento, llevar a su sobreexplotación o uso inadecuado.

## **Investigación 2**

### **La promoción cultural española en el exterior: la actividad cultural y promoción del cine del instituto Cervantes (1991-2004).**

**Autor: Ignacio Herrera de la Manuela**

**Madrid, 2008**

El autor menciona que en España se ha desarrollado en los últimos veinte años un sistema de plataformas públicas que incluyen, entre sus fines existe la promoción de su cultura en el exterior. Diversos motivos justifican esta acción con distintos objetivos, que han hecho de la actividad cultural un vehículo e instrumento principal de la acción cultural española en el extranjero.

El sistema de plataformas públicas responde a un planteamiento de política de cooperación exterior que definió -entre otras entidades, organismos y retos culturales.

El Instituto Cervantes Ha pasado varias década tras la creación, durante la cual se ha generado documentación y registrado experiencia suficiente para analizar cuestiones como su engranaje y resultado en el panorama nacional e internacional; el significado de la actividad docente y cultural.

Es precisamente en Europa donde en la actualidad el Instituto Cervantes concentra más de la mitad de los centros donde agentes y factores pueden equipararse y medirse. En este sentido, la investigación toma como referencia principal la actividad cultural desarrollada en la sede de París.

Una cronología desde los antecedentes hasta la fundación del Instituto y su evolución hasta el día le hoy, así como el mapa de su ubicación en el contexto español y europeo, se plantea como referencia necesaria para evitar comparaciones desproporcionadas. Para ello, se identifican antecedentes simbólicos internacionales sobre la difusión institucional de la cultura, su definición y uso en la política contemporánea, su a veces difícil diferenciación de la propaganda, la necesidad de incluir la cultura en los convenios bilaterales

firmados por España con otros países, la relativa competencia de otros organismos que actúan con estrategias similares, dentro y fuera de España, y en definitiva, la organización de la actividad cultural, sus contenidos, la distribución de recursos en el panorama (mercado).

Contemporáneo y las decisiones al respecto de los organismos competentes que pueden afectar directamente al Instituto Cervantes. Prevalece en la actualidad el objetivo principal de una política exterior en torno a la lengua y la cultura españolas e hispanoamericanas, que en su conjunto se perciben como instrumentos o vehículos de presencia e influencia en el exterior para afianzar una imagen de comunidad cultural que comparte algo más que una lengua.

Pero el tratamiento de la lengua como producto y recurso económico puede plantear dudas sobre la influencia del idioma español en la difusión de su o sus culturas; el español se habla en más de una veintena de naciones, en las que en muchos casos convive con otras lenguas tan identificadas o integradas en sus culturas.

¿Qué impacto puede tener la presentación en Rusia de actividades culturales que requieran el guaraní o el eusquera en el contexto de la promoción cultural paraguaya o española? Aunque este sea un tema que escapa del estudio, en sentido estricto, hoy podemos tener en cuenta las diferencias entre las culturas de una lengua y la cultura de marca nacional, algo que no cabría hacer en otras épocas y que ahora afecta a la hora de plantear contenidos denominados “culturales”.

Esta circunstancia y otras relacionadas con los formatos de las diversas actividades culturales (cine, exposiciones de arte contemporáneo, teatro, música, etc.) y sus protagonistas han propiciado la aparición de nuevas entidades promotoras especializadas, públicas o semi públicas, con relativa capacidad de decisión y ejecución a las que se suman los medios de comunicación y gabinetes de las embajadas y administraciones públicas implicadas en la promoción exterior.

El Instituto Cervantes aparece en este escenario casi obligado a gestionar “empresas” culturales con nuevos interlocutores, organizaciones que históricamente se relacionaban con el Estado español a través de un ministerio -si lo hacían y organismos internacionales implicados en la cooperación y promoción cultural exterior.

La actividad que realiza el Instituto Cervantes desde su creación ha tenido, sin duda, una gran incidencia en el mundo de la cultura, como prueban la evolución en la forma de comunicación, imagen corporativa, y la profusión de actividades con contenidos de expresión artística y pensamiento en sus manifestaciones y formatos, además de los tratamientos estratégicos para la promoción de la industria cultural.

Pero la utilización desde el sector público en una serie de recursos e instrumentos para la promoción exterior de la cultura no deja de plantear interrogantes que se ponen de manifiesto en la diplomacia y un supuesto servicio cultural exterior, y también y principalmente, en la gestión de estos recursos culturales en un mercado o competencia y su correspondiente ajuste a las directrices de la política de Estado:

Subvenciones directas e indirectas (exenciones y beneficios fiscales), regulación de promoción de las industrias culturales.

Los grandes Estados Europeos como Alemania, Francia Reino Unido propiciaron un tipo diferenciado de acción cultural según el nivel de desarrollo, prioridades geoestratégicas, tradición cultural, etc., circunstancias distintas en cada caso e identificables en todos. Por lo que respecta a España, es necesario aclarar las orientaciones estratégicas de la promoción cultural de España a lo largo de su historia.

La misión y fines con los que varios Estados europeos de relevancia en el panorama internacional de los siglos XIX y XX - principalmente, Alemania, Francia, Italia y Reino Unido - crearon organismos para su promoción cultural y, en general, para llevar a cabo una acción cultural en el exterior, son en las investigaciones afines, punto de referencia para la revisión de la evolución de



los conceptos fundamentales en el estudio de la gestión de las políticas culturales en el exterior y, consecuentemente, de sus actividades.

En estos casos dan a conocer planteamientos concebidos y desarrollados en distintas épocas y en contextos históricos y políticos, que dieron lugar a la creación de entidades similares al Instituto Cervantes. Pero no sólo en el ámbito internacional se encuentran las claves para entender por qué y cómo de la actividad de instituciones u organismos en la acción cultural. España ha sido una gran potencia cultural, con una evolución sociocultural y económica menos desarrollada.

Paralelamente, la entrada de España en la Comunidad Europea propiciará la creación del Instituto Cervantes dotado de una red de centros distribuidos en su mayoría por Europa, con la enseñanza de la lengua y promoción de la cultura como objetivos principales.

La actividad cultural que organiza y financia el Estado a través de organismos como el Instituto Cervantes en torno a las artes tradicionales (plásticas, escénicas y música), el pensamiento y las industrias creativas, tiene una finalidad: la promoción exterior de la cultura española e iberoamericana.

**El Instituto Cervantes, sin embargo, es actor de una cultura española con infinidad de indefiniciones: de contenidos artísticos e intelectuales (históricos, filosóficos, etc.).** Mercado o servicio público (festivales, proyecciones, presentaciones de industrias culturales), marca o identidad nacional (española, autonómica, iberoamericana, etc.). Lengua española o castellano, cultura española, del exilio, de la emigración, catalana, vasca, andaluza, etc.; una importante lista de cuestiones que la política nacional resuelve mediante dotación de recursos culturales, propaganda o comunicación, lejos de un criterio técnico y estratégico que aplican otros Estados a la hora de utilizar fondos públicos.

La introducción de una actividad cultural institucional programada por el Instituto Cervantes ha supuesto, no obstante:

- Terminar con formas de comunicación de épocas anteriores, poco rigurosas, introduciendo prácticas profesionales con objetivos a corto plazo, pero sin concreción de fines y carentes de la mínima planificación.
- La integración de nuevas tecnologías para la enseñanza de la lengua que se convierte en una industria, transformando la misma enseñanza en una actividad de interés cultural y técnico haciendo de aquella una herramienta para la vida contemporánea.
- Plantear por primera vez la importancia de la actividad cultural independiente de la lengua española y su enseñanza, dos actividades que no necesariamente comparten públicos y destinatarios. Quién y por qué estudia español no tiene una relación directa con el quién, cómo y por qué se interesa por contenidos con culturales de marca española en el extranjero.
- La creación de organismos con mayor capacidad financiera para hacer frente a grandes proyectos con publicidad y difusión masivas de contenidos culturales que aseguren presencia en los medios de comunicación, tales como las mencionadas Sociedades Estatales para la Acción Cultural en el Exterior o la Sociedad Estatal de Conmemoraciones Culturales.
- El que las actividades culturales representativas se hayan diferenciado de otras con carácter operativo que son coincidentes con los fines de iniciativas privadas tales como el cine etc. En todas ellas subyace la autoría como elemento indiscutible de la nacionalidad de la obra.

El cine como emblema de la cultural española De todas las actividades relacionadas con la cultura, la que goza de una demanda universal es la cinematográfica. El cine dentro de la acción cultural de redes europeas análogas a la española, ocupa un lugar especial. Como contenido e industria

cultural, su estrategia de promoción y difusión se asume de diversas formas por el Estado. En el caso del Instituto Cervantes, éste ha hecho del cine su mejor y más demandada vitrina.

El cine es el instrumento más eficaz de promoción de cultura española en el exterior, especialmente en los mercados culturales de Europa Occidental. Aunque un estudio sobre el nivel de presencia del cine español arroje cifras poco representativas, es un cine con un público creciente, y un interés que va más allá del entretenimiento y donde convergen aspectos literarios, estéticos, lingüísticos y plásticos en general.

La creación del Instituto Cervantes ha hecho que la promoción de la cultura española a través del cine crezca, al haberse convertido el Instituto en una referencia de criterio y conocimiento, pero no deja claro un futuro con respecto a la definición de la actividad cultural que pretende utilizar para la promoción de España.

### **Investigación 3**

#### **Patrimonio cultural y turismo en los reales sitios de la comunidad de Madrid y sus incidencias en el territorio.**

**Autor: M del Carmen Mínguez García**

**Madrid, 2007**

Según el autor indica, el estudio de las relaciones existentes entre la actividad turística y los Reales Sitios; asimismo, se estudian las formas en las que dicha relación se plasma en el territorio, dando lugar a espacios turísticos, y la problemática que ello conlleva. Se trata de Aranjuez, El Pardo y San Lorenzo de El Escorial, tres destinos de larga tradición turística y excursionista, a escala regional y nacional, que han resultado atractivos para los visitantes, motivando el desplazamiento de miles de personas a lo largo de un siglo, en función de su condición de Residencia Real y de la riqueza patrimonial que poseen, y que,

además, en la última década están acondicionándose para recibir nuevas formas de turismo.

Los casos de Aranjuez y de San Lorenzo de El Escorial representan dos destinos turísticos patrimoniales maduros, que lentamente se van haciendo más dinámicos en cuanto a otras formas turísticas como las vinculadas a la naturaleza, la universidad o los congresos.

De forma que estos lugares necesitan nuevas estrategias para su renovación y reestructuración como destinos turísticos, que no se limiten a asociar la imagen de la ciudad exclusivamente con el Palacio o el Monasterio. Para ello cuentan con un gran número de bienes, tanto naturales, como patrimoniales de carácter inmueble (edificios y espacios que pueden servir de marco para actuaciones culturales) y mueble (colecciones sin exhibir), que hasta el momento no se han puesto en valor como recursos turísticos.

El punto de partida surge al detectar problemas asociados a la implantación del turismo en los Reales Sitios de la Comunidad de Madrid, en los que su patrimonio cultural se ha convertido en un potente reclamo de atracción turística. Este hecho ha sido anteriormente analizado en otros espacios, generando un debate que plantea la necesidad de minimizar los impactos negativos y potenciar los positivos que la actividad turística puede causar; así como también pone en evidencia la necesidad de tener siempre presente los planteamientos del desarrollo sostenible que, además de asegurar un correcto crecimiento económico, garantice la conservación de los diferentes tipos de recursos patrimoniales.

Se ha realizado un análisis de las relaciones de interdependencia existentes entre el turismo y los Reales Sitios destacando el papel que tiene la actividad turística en los

nuevos procesos de recuperación urbana, en la puesta en valor del patrimonio cultural y en la dinamización funcional de los Reales Sitios, y más concretamente, en sus áreas monumentales. Paralelamente se ha definido el papel turístico de estos lugares a través de sus visitantes, del uso turístico que ellos hacen del espacio y de la planificación y la gestión turística del destino.

En toda la investigación ha estado presente la idea de que los bienes patrimoniales actúan como recursos turísticos y por lo tanto son generadores de riqueza, un paradigma que está, desde hace una década, asociado al principio de sostenibilidad y que en la actualidad está teniendo presente el principio de autenticidad. Dicho principio se encuentra vinculado a la necesidad existente de asegurar la identidad histórica y la esencia de los distintos tipos de bienes patrimoniales, tanto si son monumentales como paisajísticos y/o naturales, hecho que adquiere especial importancia en los Reales Sitios por sus características físicas e históricas.

Se eligieron estos tres lugares concretos, diferenciados no sólo por su importancia histórica artística, sino porque presentaban características específicas que los hacían diferentes al resto de los destinos turísticos de carácter patrimonial de la Región Turística Madrileña. Y tras haber terminado la investigación hay que señalar que los Reales Sitios son enclaves que presentan numerosas especificidades al tiempo que comparten importantes similitudes con otros destinos patrimoniales de la Región Turística Madrileña y con otros Reales Sitios europeos.

De forma que el desarrollo de la propia investigación ha permitido que se sistematizaran algunos aspectos que han estado vinculados a la constatación de cómo los Reales Sitios actúan como soporte de la actividad turística, principalmente de carácter cultural, y en la comprobación de cómo se generan y abordan los problemas que esta relación plantea.

En el planteamiento inicial se buscaba situar e identificar las diferentes tipologías de patrimonio, así como conocer su situación actual y su adecuación para el turismo, las diferentes formas y prácticas turísticas que tienen lugar en estos espacios, los efectos que dicha actividad turística genera sobre el espacio, la manera en la que la ciudad se adapta y acondiciona para ofrecer servicios turísticos y/o las medidas de gestión que se llevan a cabo para adecuarlos. En ese marco general las conclusiones principales son las siguientes

**La adecuación del patrimonio a la función turística.** De forma general en las ciudades históricas la mayor parte de los recursos patrimoniales pertenecen a diferentes propietarios, siendo destacado que se encuentran fuera del control municipal al pertenecer a la iglesia, instituciones y particulares.

Sin embargo, los Reales Sitios se caracterizan porque la mayor parte de su patrimonio "la casi totalidad del patrimonio monumental" pertenecen al Patrimonio Nacional. Pero

De forma que en los monumentos más emblemáticos de los Reales Sitios, en realidad la función turística queda relegada a un segundo plano tras la institucional, junto otras como la educativa, cultural, religiosa y/o residencial.

De esta manera el turismo no es contemplado por parte de la institución encargada de la gestión como una prioridad y eso se va a reflejar en sus estrategias y políticas.

Se ha constatado como cada uno de los tres Sitios presenta un nivel de desarrollo turístico diferente de forma que no se pueden realizar generalizaciones al respecto, puesto que, por un lado, el nivel de afluencia es muy dispar, así como el nivel y las formas de adecuación para recibirlas. En este sentido hay que destacar que el Real Sitio de El Pardo no es considerado un destino turístico y, además, presenta un gran número de especificidades como destino de excursionismo condicionado por su ubicación en el término municipal de Madrid, lo que lo ha convertido en un área de ocio y recreo de la ciudad.

Por su parte, los Reales Sitios de Aranjuez y de San Lorenzo de El Escorial son considerados destinos de visita, tanto vinculados al turismo como, sobre todo, al excursionismo. Ambos han alcanzado un nivel de madurez, en lo que respecta a la visita patrimonial, puesto que éste ha sido su principal recurso. En la actualidad se buscan nuevas fuentes de atracción que no sean exclusivamente los monumentos, que aunque siguen captando visitantes, su capacidad de atracción está disminuyendo ligeramente.

**Riqueza patrimonial.** El primer planteamiento es que se trata de un patrimonio muy potente debido a sus características históricas y artísticas, así como de una gran singularidad y riqueza que se debe a la variedad patrimonial que presenta, no sólo arquitectónica y mobiliaria, sino también urbanística, medioambiental y paisajística.

En consecuencia en los Reales Sitios de la Comunidad de Madrid se puede hablar tanto de calidad de los bienes patrimoniales como de cantidad y variedad de los mismos. Esto se refleja claramente en el reconocimiento que han recibido dichos espacios por parte de diferentes instituciones a través de las declaraciones y protecciones, así como en el reconocimiento internacional que se ha demostrado a través de la demanda de visita.

Se trata, por lo tanto, de tres conjuntos patrimoniales cuya riqueza y estado de conservación se deben en gran medida al valor institucional que se les ha asignado. Un hecho que en un primer momento sirvió para dotarse de bienes (la corona actuó como mecenas), y para generar patrimonio, y que, a lo largo de los siglos hasta la actualidad, ha servido como garante de este estado de conservación y, sobre todo del de cohesión de dichos bienes.

En otro nivel hay que destacar que los Reales Sitios de Aranjuez, El Pardo y San Lorenzo de El Escorial son tres espacios bien diferenciados desde el punto de vista histórico y paisajístico, dotado cada uno de ellos de unos elementos que los hacen especialmente atractivos para los distintos tipos de visitantes.

Pero, paralelamente, estos tres Sitios presentan grandes semejanzas en cuanto al tipo de patrimonio que representan (monumental y palaciego), a la estructura física que reproducen (palacio, jardines, casas de recreo y medio natural), y a la proximidad a Madrid, todo lo cual permite que se hayan establecido comparaciones entre ellos.

Además, otro hecho común a estos tres municipios es que presentan un elevado valor paisajístico, no sólo vinculado al concepto tradicional de paisaje natural y al urbano, sino también al patrimonio cultural, que es el que refleja la importancia de determinadas figuras y episodios de la historia,

acontecimientos, valores, gustos, aficiones y actuaciones, lo cual hace que estos espacios adquieran una mayor relevancia.

Asimismo, destaca otra característica común a los tres Sitios, que es que se trata de conjuntos atractivos para la visita pública, aunque presentan diferentes características e intensidades (El Escorial con más de medio millón de visitas y El Pardo con casi treinta y ocho mil), pero cuyo atractivo turístico, de carácter monumental, se ve reforzado por su ubicación en la Región Turística Madrileña, lo que va a implicar mayores flujos de visitantes como consecuencia de su mayor accesibilidad.

**Respecto a las tres tesis doctorales las investigadoras consideran los tres puntos más importantes:**

El Turismo y el desarrollo sostenible en ciudades históricas con patrimonio atrae la afluencia de turistas de un país, por tal motivo se tratara de analizar todo lo referente a lo histórico cultural para de esa manera no solo promocionarlo sino darlo a conocer como sitio cultural.

El turismo ayuda a poner en valor el patrimonio cultural, ofreciendo oportunidades nuevas para la recuperación, reutilización y conservación del patrimonio.

Desde un punto de vista económico, el valor de uso resulta ser una pieza clave para la oferta y demanda de patrimonio cultural por lo tanto la cultura tan bien es traer economía a dicho lugar donde se encuentre distintas cultural.

Establecer un lugar donde puedan dar a conocer acerca de las culturas de un país para atraer turistas nacionales y extranjeros ya que la mayoría de europeos les gusta visitar museos donde den a conocer las culturas. Ya que la cultura no nace ahora viene de siglos atrás por ende deben mejorar a medida que pasen los años.

Los bienes culturales identifica la historia de lo que ha pasado en épocas anteriores por ende debemos dar un énfasis en proteger toda las culturas habidas y por haber.



## **1 Teoría de Marcel Mauss**

Marcel Mauss llamo historia a toda la ciencia bien hecha, pero con ello no habrán adelantado gran cosa: que historia es eso que engloban a la vez la economía y la epigrafía y que quiere acoger a los lingüistas y también a los creadores de todas las artes.

Digamos que en la totalidad, concebida en el tiempo, de lo que un grupo, un grupo de grupo de humanos o, en último extremo, el género humano cree saber de los acontecimientos de su pasado material y moral, desde los primeros esbozos hasta los balances más recientes (Mauss).

## **2 Teoría de Vjekoslav Mikecin**

Vjekoslav Mikecin ha señalado que la historia de los hombres es diferente de la naturaleza, por el simple hecho de que los hombres hacen y crean su propia historia. Pero podríamos añadir que la historia de la naturaleza, considerada independientemente de la existencia del hombre, al igual que la historia a los hechos objetivos, tampoco resulta posible si no es por conducto de la actividad humana objetiva, consciente, es decir por la praxis.

## **3.- Teoría de Oruno D Lara**

Según la teoría de Oruno D. Lara la identidad cultural se ha impuesto a media que se iban precisando los límites de una concepción del desarrollo que durante mucho tiempo estaba centrada en la economía.

Desde hace decenio, se viene destacando la importancia de un arraigo cultural que permita a los pueblos afirmar su genio específico y entablar el dialogo. En la declaración de Bogotá 1978 se proclama que la entidad cultural, base de ellos pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación .

La descolonización política de África, Asia y el Caribe, que siguen siendo el movimiento más importante de esta segunda mitad del siglo XX, no puede dissociarse de una descolonización económica y social ligada a los valores

mentales de individuos oprimidos desde hace uno o varios siglos. Este proceso de descolonización ha suscitado un proceso de concienciación: no puede haber verdadera independencia sin descolonización cultural si no se toma conciencia plenamente de una identidad cultural, que pasa por la desalineación y el abandono de una forma de extraversion que domina todavía los comportamientos. Hemos llegado insensiblemente a una encrucijada de la historia y la tecnología en la cual se recurre a los valores, a las mentalidades, a las formas, a los mitos y a los simbolismos.(Lara).

#### **4.- Teoría Ralph Linton**

Cultura se refiere a la forma de vida de una sociedad, no solamente aquellos aspectos de la forma de vida que la sociedad considera superior o más deseable. De esta forma, con la cultura, cuando la aplicamos a nuestra forma de vida, no tienen nada que ver con tocar el piano o leer el quijote.

Para la ciencia social, estas actividades simplemente son elementos dentro del conjunto de nuestra cultura. Este conjunto también incluye actividades tan mundanas como lavar los platos o conducir un automóvil y para el estudio de la cultura estos están al mismo nivel que las cosas más selectas de la vida (Ember, 2003).

#### **5.- Teoría del antropólogo Leslie White**

Define la cultura como dependencia de la simbolización. La cultura consiste en herramientas, implementos, utensilios, vestimenta, ornamentos, costumbres, instituciones, creencias, rituales, juegos, obra de arte, lengua etc.

La cultura tuvo su origen cuando nuestros antepasados adquirieron la capacidad de simbolizar es decir, de crear y dotar de significado una cosa o hecho, y correspondientemente, captar y apreciar tales significados.(KOTTAK, 2006)

## **6.- Teoría Edward B. Taylor (1832-1917)**

Toda cultura evoluciona de simple a compleja y que todas las sociedades pasaban por tres etapas evolutivas básicas: del salvajismo a la barbarie esta culminar la civilización. Por ello el progreso era posible en todas las sociedades. (Ember, 2003)

A continuación se analizan tres teorías que las investigadoras consideran son la base que sustenta su investigación.

La identidad cultural se ha impuesto a medida que se iban precisando los límites de una concepción del desarrollo que durante mucho tiempo estaba centrada en la economía. Es por eso que concuerdan en decir que la cultura se refiere a la forma de vida de una sociedad. También se puede decir que la cultura consiste en herramientas, implementos, utensilios, vestimenta, ornamentos, costumbres, instituciones, creencias, rituales, juegos, obra de arte, lengua etc.

Las investigadoras concuerdan también que con una cultura desarrollada y correctamente explotada contribuye al desarrollo socioeconómico de un país.

## 2.3 Marco Conceptual

**Accesibilidad.-** propendiendo a la eliminación de las barreras que impida el uso y disfrute de la actividad turística por todos los seres humanos y sectores de la sociedad incentivando las mejoras y la rápida equiparación de oportunidades.

**Aculturación.-** se designa con este término a los procesos o fenómenos que resultan del contacto directo y la interacción entre grupos de individuos de culturas diferentes, con cambios posteriores en uno u en otro grupo o en ambos en causa de una adopción o asimilación de elementos y características culturales ajenas.

**Ambiente turístico.-** es el clima especial de seguridad tranquilidad, amabilidad y hospitalidad que ofrece un lugar, zona o región determinada y que se traduce en un conjunto de actividades y comportamientos, personales y colectivos referidos a la favorable resección de las corrientes turísticas.

**Animador turístico.-** persona especializada en transmitir actividades lúdicas activas o pasivas a los turistas.

**Anuncio.-** mensaje publicitario o comunicativo dirigido al público en forma oral, escrita audiovisual

**Arqueológico.-**Ciencia que estudia lo que se refiere a las artes, a los monumentos y a los objetos de la antigüedad, especialmente a través de sus restos.

**Autóctonas.-** aplíquese a los pueblos o gentes originarios del mismo país en que viven.

**Actividad Turística.-** conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleve a la prestación de servicios a un turista. Son aquellos actos que realiza el consumidor para que acontezca el turismo. Son objetivos de su viaje y la razón por la cual requiere que le seas proporcionados los servicios.

**Artesanía.-** arte u obra realizada manualmente por artesanos, que resulta por originalidad e identificación con lo local o regional, de interés en la composición del producto turístico.

**Artesanía turística.-** objeto producido en el lugar visitado por el turista, realizado a mano por la población local, empleando materia prima del lugar, que contribuye la prueba de viaje, la referencia del lugar conocido y la evocación de los días de vacaciones pasado. Algunas son en piedra, madera, plata, alfarería, cestería, cuero, cobre, hueso, plumas, tejidos etc.

**Atractivo turístico.-** es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Los principales son los que poseen atractivos turísticos convocantes con aptitud de generar visitantes, por sí. Los complementarios son los que en suma o adicionados a los principales hacen un lugar o zona turística.

**Bienes culturales.-** se entiende como el aporte que haya tenido para una sociedad determinada un objeto, un inmueble, un sitio o una tradición en su correspondiente momento histórico.

**Bienes culturales intangibles.-** aquellos que no tienen sustentación material si no que corresponde a las manifestaciones que solo la tradición mantiene vivas, como las costumbres, los rituales, el folklore, las dances etc.

**Bienes culturales tangibles.-** aquellas manifestaciones sustentadas por elementos materiales, como el arquitectura, cerámica, orfebrería etc.

**Blog.-** termino ingles apocope del vocablo en ingles web log español registro en la red. Forman la cual una persona puede escribir y publicar artículos o comentarios en la red internet.

**Burguesía.-**Clase social formada por personas acomodadas que poseen propiedades y capital.

**Centro de interpretación.-** unidad con todo lo concerniente para proveer las elementales informaciones que posibiliten entender y vivir con un adicional aporte cultural, el área especial visitada.

**Centro turísticos.-** es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje turístico.

**Cerámicas.-** arte de fabricar recipientes, vasijas y otros objetos de arcilla, u otro material cerámico y por acción del calor transformarlos en recipientes de terracota, loza o porcelana. También es el nombre de estos objetos.

**Conciencia turística.-** se la puede definir como: conjunto de actividades y comportamiento de los habitantes de un lugar, tanto frente a sus atractivos y recursos como con los viajeros o turistas que lo visitan.

**Comunidad.-** es un grupo o conjunto de individuos, seres humanos, o de animales (o de cualquier otro tipo de vida) que comparten elementos en común, tales como un idioma, costumbres, valores, tareas, visión del mundo, edad, ubicación geográfica (un barrio por ejemplo), estatus social, roles.

**Cultura.-** conjuntos de saberes, creencias y pautas de conducta de un grupo social, incluyendo los medios materiales (tecnologías) que usan sus miembros para comunicarse entre sí y resolver sus necesidades de todo tipo.

**Demanda turística.-** conjunto de necesidades requerida por el turista durante su desplazamiento y en lugar de la estancia formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

**Destino turístico.-** es el lugar en el cual los turistas tienen la intención de pasar un tiempo fuera de su lugar de domicilio habitual.

**Diversificación.-** la búsqueda de sinergias entre las antiguas y las nuevas actividades. Esta se puede deber a una similitud tecnológica o a similitudes en los sistemas de comercialización.

**Emplazamiento.-** acción y efecto de emplazar; poner una cosa en determinado lugar.

**Filósofo.-** persona que estudia, profesa o sabe la filosofía.

**Guía.-** profesión turística informativa privada, cuya misión es informar a los turistas en su visita. Tiene dos acepciones: 1. Persona que encabeza un grupo y brinda información a los integrantes del mismo sobre los aspectos relevantes de un sitio. 2. Publicación que contiene la información necesaria para orientarse a un acto.

**Guía especializado.-** es el profesional guía de turismo, que demuestra poseer suficiente conocimiento académico, experiencias y practicas especializadas que le habiliten a conducir grupos de turistas en sitios o zonas geográficas específicas, tales como: parque nacionales montañas, selvas, cavernas, museos y en actividades especiales como canotaje, ascencionismo buceo entre otras.

**Guía nativo.-** es el integrante de grupos étnicos, aborígenes o campesinos del Ecuador que posea conocimiento sobre los valores culturales autóctonos, naturales, socioeconómico de su habitad y que luego de calificada su experiencia, sea habilitado por el ministerio de turismo del Ecuador.

**Historia.-**es la ciencia que tiene como objeto de estudio el pasado de la humanidad y como método el propio de las ciencias sociales. Se denomina también historia al periodo histórico que transcurre desde la aparición de la escritura hasta la actualidad.

**Indígena.-**es un término que, en un sentido amplio, se aplica a todo aquello que es relativo a una población originaria del territorio que habita.

**Mestizo.-** constituyo el grupo social descendiente de la unión de la raza española.

**Neolitización.**-primera transformación radical de la forma de vida de la humanidad, que pasa de ser nómada a sedentaria y de economía recolectora (caza, pesca y recolección) a productora (agricultura y ganadería).

**Ocio o tiempo libre.**- es el tiempo que el hombre puede disponer fuera de su hora de trabajo, o de recuperación (sueño, comidas, etc.), es un elemento compensador de las condiciones de trabajo de la vida moderna. El ocio permite, mediante la evasión reparar los desgastes psicofísicos.

**Oferta.**- número de unidades de terminando bien o servicio que los vendedor están dispuestos a vender a determinado precio. Empresas de servicios turísticos y no turísticos como proveedores de los organizadores de reuniones.

**Oferta turística.**- conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje) tangibles (atractivos naturales o creados) y servicios turísticos (hoteles, restaurantes) ofrecidos efectivamente al turista.

**Paisajísticos.**-parte de un espacio geográfico que puede captarse de una sola mirada y que pose unidad en su conjunto. Está integrado por la combinación de elementos inorgánicos i orgánicos en continua evolución.

**Paquete turístico.**- conjunto de servicios turísticos que se vende al viajero por conducto de las agencias de viajes o de líneas áreas. Por lo general el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones.

**Promoción turística.**- se puede entender como el resultado de las acciones públicas o privadas que se llevan a cabo para presentar la imagen de un destino o servicio en un país, región o localidad a fin de motivar e incrementar el flujo de visitantes e inversionistas en áreas de destino turístico.

**Patrimonio turístico.**- se define por la relación entre los atractivos turísticos (materia prima), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura



(dotación de apoyo al aparato reproductivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recurso humanos disponible para operar el sistema).

**Publicidad.-** son aquellas actividades que se emprenden con el fin de presentar un mensaje oral, escrito o visual con respecto a un producto, o idea patrocinado o diseñado por medios masivos de comunicación.

**Publicidad turística.-** se deriva del concepto de publicidad para actuar sobre productos específicos de carácter turístico.

**Socializar.-** es el proceso por el cual los individuos acogen los elementos socioculturales de su entorno y lo integran en su personalidad para adaptarse a la sociedad.

**Tendencia.-** propensión o inclinación en los hombres y en las cosas hacia determinados fines.

**Tradiciones.-** comunicación o transmisión de noticias, composiciones literarias, doctrinas, ritos, costumbres, hechas de padres a hijos al correr los tiempos y sucederse las generaciones.

**Turista.-** toda persona que desplace hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24 horas.

**Turismo de negocio.-** conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viajes está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales este mercado, en sí, incluye numerosos segmentos y productos relacionados con la organización de reuniones de negocios con diferentes propósitos y magnitudes, como convenciones, congresos, exposiciones, ferias, viajes de incentivo, etc.

**Turismo sostenible.-** aquel que cubre las necesidades actuales de los turistas y de las regiones de acogida, protegiendo y mejorando las perspectivas de futuro.

**Turismo social.**- todo viaje o desplazamiento mediante planes o programas aprobados que realizan personas o grupo de persona domiciliadas en el país y dentro del territorio nacional.

## **2.4 Hipótesis y Variables**

### **2.4.1 Hipótesis General**

Si analizamos los factores que inciden en el desarrollo del lugar, entonces estamos contribuyendo al desarrollo turístico de la Parroquia Chanduy.

### **2.4.2 Hipótesis Particulares**

1.-Si creamos centros de información entonces se dará a conocer las riquezas Históricas – Culturales de la Provincia.

2.-Si Capacitamos a personas del lugar entonces se convierten en promotores turísticos.

3.-Si comprometemos a los representantes de la Junta Parroquial entonces darán a conocer el turismo del lugar.

.

### 2.4.3 Declaración de las Variables

<p align="center"><b>Hipótesis</b> <b>Hipótesis General</b></p>	<p align="center"><b>Variable independiente</b></p>	<p align="center"><b>Variable Dependiente</b></p>
<p>Si analizamos los factores que inciden en el desarrollo del lugar, entonces estamos contribuyendo al desarrollo turístico de la Parroquia Chanduy</p>	<p align="center">Analizar los factores que inciden en el desarrollo del lugar.</p>	<p align="center">Desarrollo Turístico de la Provincia de Santa Elena.</p>
<p>1.- Si creamos centros de información entonces se dará a conocer las riquezas Históricas – Culturales de la Provincia..</p>	<p align="center">La creación de centros de información</p>	<p align="center">Conocimiento de las riquezas Históricas Culturales</p>
<p>2.-Si Capacitamos a personas del lugar entonces se convierten en promotores turísticos.</p>	<p align="center">La Capacitación a Personas</p>	<p align="center">Promotores turísticos.</p>
<p>3.-Si comprometemos a los representantes de la Junta Parroquial entonces darán a conocer el turismo del lugar..</p>	<p align="center">Compromiso de los representantes</p>	<p align="center">Conocimiento del turismo local.</p>

## 2.4.4 Operacionalización de las Variables

Concepto	Variable Independiente	Variable Dependiente	Indicador
El estudio de los valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy, contribuyen al desarrollo Turístico de la Provincia de Santa Elena.	Analizar los factores que inciden en el desarrollo del lugar.	Desarrollo turístico de la Parroquia Chanduy.	Número de Turistas que conocen sobre los valores Históricos- Culturales de la Parroquia Chanduy.  Número de Visitantes que llegan de otros lugares a la Parroquia Chanduy.
La creación de centros de información que den a conocer las riquezas Históricas – Culturales de la Provincia.  La Capacitación a personas del lugar que se convertirán en promotores turísticos.  El Compromiso de los representantes de la Junta Parroquial para dar a conocer el turismo del lugar	La creación de centros de información  La Capacitación a Personas  Compromiso de los representantes	Conocimiento de las riquezas Históricas Culturales  Promotores turísticos.  Conocimiento del turismo local.	Número de Turistas que acuden a los centros de información.  Número de centros de información para el turista.  Número de capacitaciones dictadas. Número de nuevos promotores Turísticos.  Número de sitios turísticos  Número de turistas que acuden a los sitios turísticos.

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL**

Para realizar la investigación se han considerado varios aspectos a través un estudio tomando en cuenta los siguientes elementos:

**Según su finalidad:**

Aplicada.- Se caracteriza porque los resultados obtenidos pretenden aplicarse o utilizarse en forma inmediata para resolver alguna situación problemática. Busca el conocer para hacer, para actuar, para construir, para modificar. Le preocupa la aplicación inmediata sobre una realidad circunstancial, antes que el desarrollo de una teoría.

**Según su objetivo gnoseológico:**

Descriptivas.- Consiste en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

Correlacionales.-Este tipo de investigación está indicada para determinar el grado de relación y semejanza que pueda existir entre dos o más variables, es decir, entre características o conceptos de un fenómeno. Ella no pretende establecer

una explicación completa de la causa-efecto de lo ocurrido, solo aporta indicios sobre las posibles causas de un acontecimiento.

Explicativas.- Estas investigaciones busco determinar los porqués de los fenómenos por medio de la determinación de las relaciones causa-efecto. Estas investigaciones se concentran en estudiar las causas o los efectos de un determinado hecho por medio de la prueba de hipótesis. Lo que busca es explicar el significado de un aspecto de la realidad a partir de teorías que se toman como referencia.

**Según su contexto:**

De campo.- Es la investigación aplicada para interpretar y solucionar alguna situación, problema o necesidad en un momento determinado. Las investigaciones son trabajadas en un ambiente natural en el que están presentes las personas, grupos y organizaciones científicas las cuales cumplen el papel de ser fuente de datos para ser analizados.

**Según el control de las variables:**

No experimental.- Es aquella que se realiza sin manipular deliberadamente variables. Se basa fundamentalmente en la observación de fenómenos tal y como se dan en su contexto natural para analizarlos con posterioridad. Los sujetos son observados en su ambiente natural.

**Según la orientación temporal:**

Históricas.- Se encarga de describir fenómenos que acontecieron en el pasado basándose en fuentes históricas, culturales o documentos. Se basa fundamentalmente en describir hechos que sean su citado atreves de los siglos.

La investigación es cuantitativa ya que se refiere a la investigación empírica sistemática de los fenómenos sociales a través de técnicas estadísticas, matemáticas o informáticas.

## **3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

### **3.2.1 Características de la población**

Esta investigación estará dirigida a la población de la Parroquia Chanduy de la Provincia de Santa Elena, teniendo como base el número estadístico de la población que nos da el INEC, que es de 20.000 habitantes.

### **3.2.2 Delimitación de la población**

El diseño se basa en la población finita que consta de 20.000 habitantes de la Parroquia Chanduy de la Provincia de Santa Elena.

### **3.2.3 Tipo de muestra**

El tipo de muestra de la investigación es probabilística ya que se aplicara una fórmula que determina la probabilidad de la muestra.

### **3.2.4 Tamaño de la muestra**

La población es finita y está delimitada por el censo de los cuales obtendremos una muestra representativa mediante la aplicación de la siguiente fórmula.

Fórmula 2: Cuando la población es finita y se conoce con certeza su tamaño:

#### **Formula**

$$n = \frac{5000}{\frac{49,9975}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{5000}{13,26}$$

$$n = 377,07$$

$$n = 377$$

**n:** tamaño de muestra

**N:** tamaño de la población

**P:** posibilidad de que ocurra un evento,  $p = 0,5$

**Q:** posibilidad de no ocurrencia de un evento,  $q = 0,5$

**E:** error, se considera el 5%;  $E = 0,05$

**Z:** nivel de confianza, que para el 95%,  $Z = 1,96$

### **3.2.5 Proceso de selección**

La selección de la muestra fue probabilística y el proceso que se utilizara para la misma será 200 mujeres, 177 hombres. Para llegar a obtener así una correcta información.

## **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

El diseño de este proyecto se realiza mediante varios métodos:

- **Histórico-lógico.-** Porque nos permite encontrar las respuestas a las preguntas referidas a la génesis del campo en el objeto y la evolución de ambos, sus etapas de desarrollo, las características esenciales, regularidades de cada etapa, así como las diferentes soluciones empleadas.
- **Analítico-Sintético.-** Se lo utiliza porque mediante este método separamos las partes o elementos constitutivos de un todo, para luego unir las partes principales y formar un nuevo todo.
- **Deductivo-Inductivo.-** Utilizado porque parte de lo general a lo particular y viceversa, y son fundamentales para la construcción de una argumentación.
- **Hipotético-Deductivo.-** Es utilizado dentro de la investigación ya que tiene varios pasos esenciales: observación del fenómeno a estudiar, creación de



una hipótesis para explicar dicho fenómeno, deducción de consecuencias o proposiciones más elementales que la propia hipótesis, y verificación o comprobación de la verdad de los enunciados deducidos comparándolos con la experiencia.

### **Métodos Empíricos Fundamentales**

Con relación a los métodos empíricos utilizaremos la observación, ya que es un elemento fundamental de todo proceso investigativo que permite observar atentamente al fenómeno, hecho o caso, tomar información y registrarla para su posterior análisis.

### **Métodos Empíricos Complementarios**

La técnica a utilizar para la recolección de información para la investigación es:

- Encuesta.- Esta técnica será utilizada para obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan para el desarrollo del estudio. La cual va dirigida a la población de la Parroquia Chanduy.

## **3.4 EL TRATAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

Para obtener la información encuestaron a los pobladores de la Parroquia Chanduy después de un proceso, Las encuestas fueron tabuladas en los programas de Microsoft Word donde escribieron acerca de un resumen de cada pregunta y también insertaron tablas para poner opciones, cantidad y porcentaje de todo lo que obtuvieron en las encuestas, que respondieron los encuestados. También trabajaron con el programa de Excel donde insertaron circular con tres colores azul, rojo, verde para que refleje los porcentajes de las personas que decían sí, no, tal vez. Que lo diferenciaba por un color.

Luego analizaron cada pregunta donde se demostraron que la hipótesis planteada era la correcta, todos los porcentajes también sustentan la posición teórica de las investigadoras.

## CAPITULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADO

#### 4.1 Análisis de la situación Actual

1.-¿Cree Ud. que el estudio de los valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy contribuya al desarrollo Turístico de la Provincia de Santa Elena?

**Cuadro 1. Los Valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	361	96 %
NO	4	1 %
NO RESPONDE	12	3 %
TOTAL	377	100 %

**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy

**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura 1. Los Valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy**



**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy

**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 1, el 96% respondieron que sí, el 1% respondió que no y el 3% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta. Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación”.

2.- ¿Cree Ud. Que la falta de conocimiento cultural de los habitantes influye negativamente en el desarrollo del turismo?

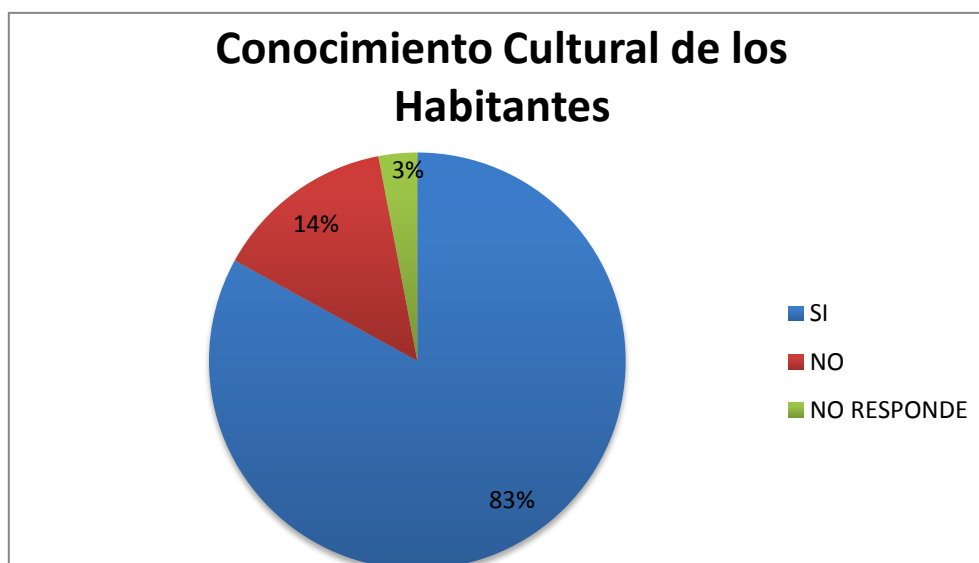
**Cuadro 2. Conocimiento Cultural de los Habitantes**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	312	83 %
NO	52	14 %
NO RESPONDE	13	3 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Población de la Parroquia Chanduy

Autoras: Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura 2. Conocimiento Cultural de los Habitantes**



Fuente: Población de la Parroquia Chanduy

Autoras: Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 2, el 83% respondieron que sí, el 14% respondieron que no y 3% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta.

Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación”.

3.-¿Cree Ud. Que es importante dar a conocer los valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy?

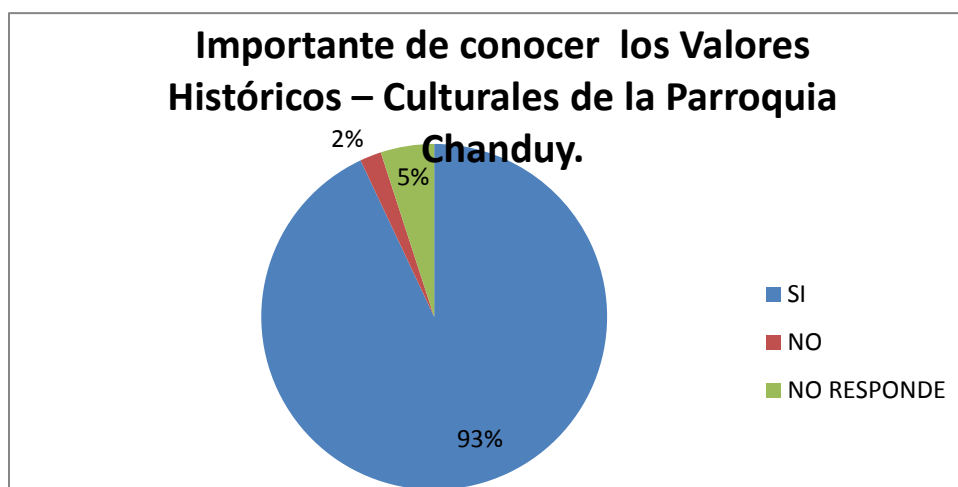
**Cuadro 3. Importante de conocer los Valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy.**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	350	93 %
NO	9	2 %
NO RESPONDE	18	5 %
TOTAL	377	100 %

**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy

**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura 3. Importante de conocer los Valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy.**



**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy

**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 3, el 93% respondieron que sí, el 2% respondieron que no y 5% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta.

Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación”.

4.-¿Considera importante la difusión de los valores Culturales de la Parroquia Chanduy para fomentar su desarrollo turístico y económico?

**Cuadro 4. La difusión de los valores Culturales de la Parroquia Chanduy.**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	359	95 %
NO	16	4 %
NO RESPONDE	2	0.5 %
TOTAL	377	100 %

**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy  
**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura 4. La difusión de los valores Culturales de la Parroquia Chanduy.**



**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy  
**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 4, el 95% respondieron que sí, el 4% respondieron que no y 0.5% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta. Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación”.

5.-¿Considera Ud. Necesario la creación de centros de información que den a conocer las riquezas Históricas – Culturales de la Provincia?

**Cuadro 5. Creación de centros de información.**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	345	92 %
NO	21	6 %
NO RESPONDE	11	2 %
TOTAL	377	100 %

**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy

**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura . Creación de centros de información.**



**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy

**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 5, el 92% respondieron que sí, el 6% respondieron que no y 2% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta. Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación”.



6.-¿Cree Ud. que la Junta Parroquial debería crea varios centros de información turística para el visitante?

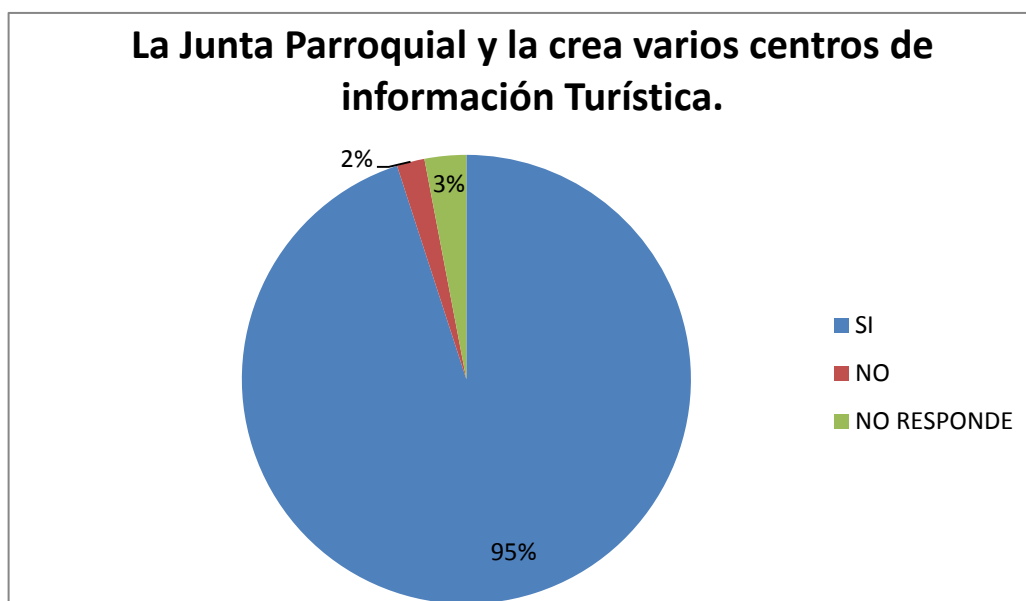
**Cuadro 6. La Junta Parroquial y la crea varios centros de información Turística.**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	360	95 %
NO	7	2 %
NO RESPONDE	10	3 %
TOTAL	377	100 %

**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy

**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**figura 6. La Junta Parroquial y la crea varios centros de información Turística.**



**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy

**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 6, el 95% respondieron que sí, el 2% respondieron que no y 3% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta.

Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación”

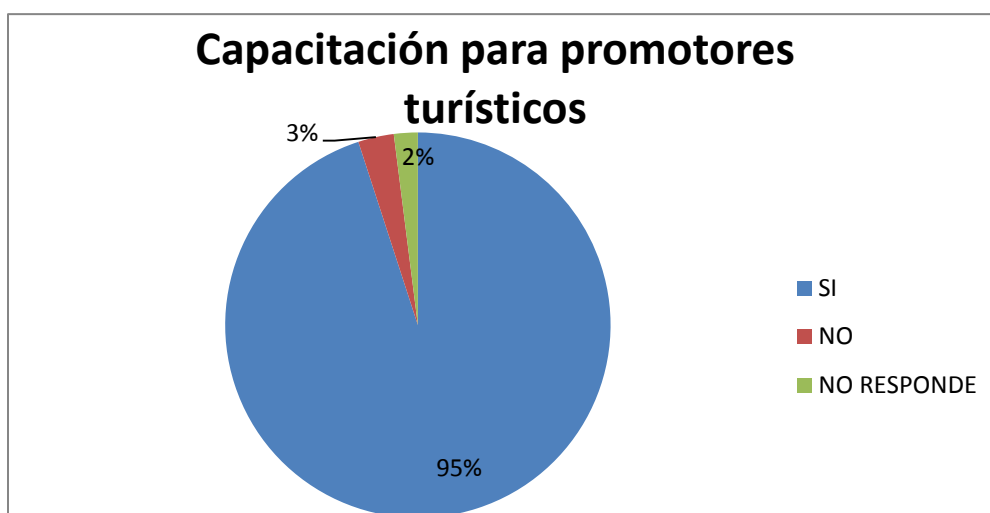
7.-¿Considera Ud. Que la capacitación para promotores turísticos, debe estar dirigido a jóvenes de este lugar?

**Cuadro 7. Capacitación para promotores turísticos.**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	357	95 %
NO	12	3 %
NO RESPONDE	8	2 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Población de la Parroquia Chanduy  
 Autoras: Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura 7. Capacitación para promotores turísticos.**



Fuente: Población de la Parroquia Chanduy  
 Autoras: Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 7, el 95% respondieron que sí, el 3% respondieron que no y 2% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta.

Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación”.

### 8.-Título: Centros de capacitación continua.

¿Cree Ud. Que debería existir varios centros de capacitación continua para promotores turísticos?

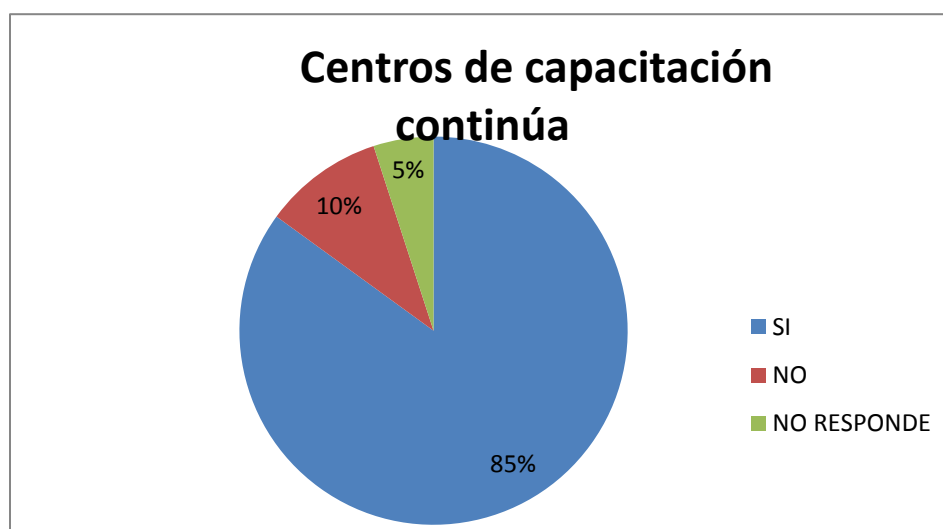
**Cuadro 8. Centros de capacitación continúa.**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	319	85 %
NO	37	10 %
NO RESPONDE	21	5 %
TOTAL	377	100 %

**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy

**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura 8. Centros de capacitación continúa**



**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy

**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 8, el 85% respondieron que sí, el 10% respondieron que no y 5% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta.

Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación.”

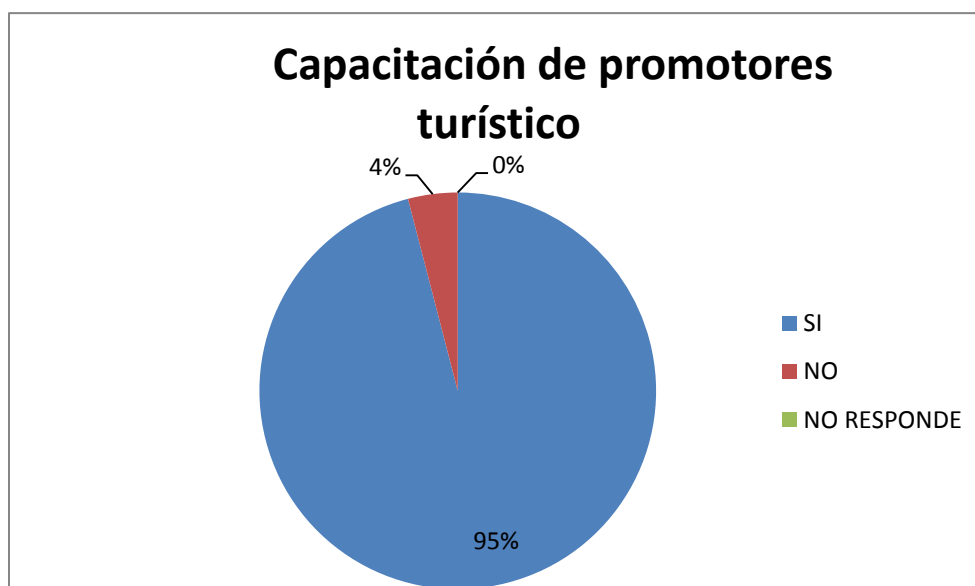
9.- ¿En su opinión la capacitación de promotores turístico ayudaría a la promoción turística del lugar?

**Cuadro 9. Centros de capacitación continúa.**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	359	95 %
NO	15	4 %
NO RESPONDE	3	0.7 %
TOTAL	377	100 %

**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy  
**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura 9. Centros de capacitación continúa.**



**Fuente:** Población de la Parroquia Chanduy  
**Autoras:** Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 9, el 95% respondieron que sí, el 4% respondieron que no y 0.7% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta. Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación”.

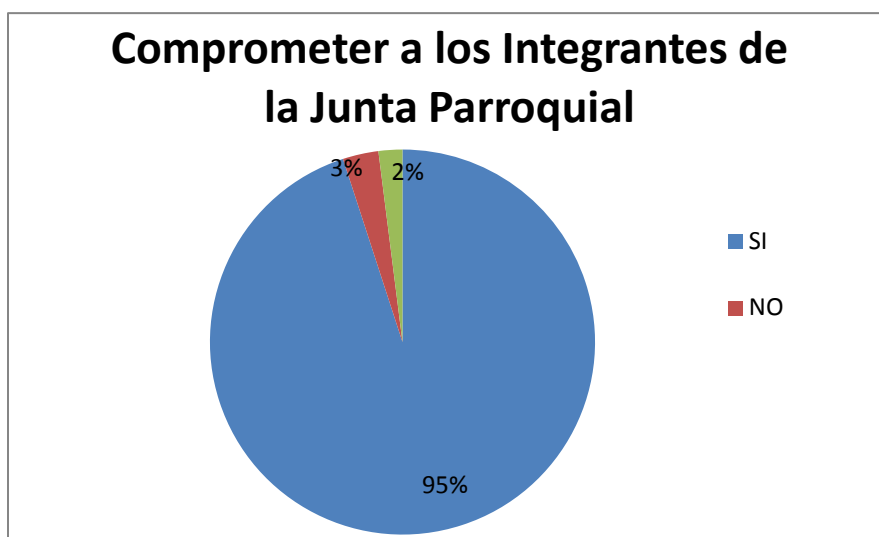
**10.-¿Considera UD. Necesario Comprometer a los Integrantes de la Junta Parroquial en la promoción turística cultural del lugar?**

**Cuadro 10. Comprometer a los Integrantes de la Junta Parroquial.**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	356	95 %
NO	11	3 %
NO RESPONDE	10	2 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Población de la Parroquia Chanduy  
 Autoras: Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura 10. Comprometer a los Integrantes de la Junta Parroquial.**



Fuente: Población de la Parroquia Chanduy  
 Autoras: Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 10, el 95% respondieron que sí, el 3% respondieron que no y 2% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta.

Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación”.

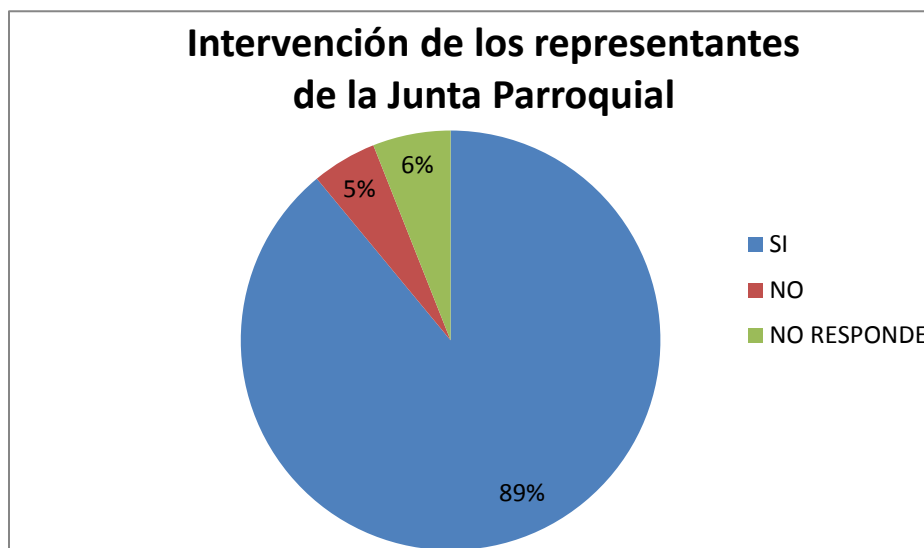
**11.-¿Considera Ud. Necesaria la intervención de los representantes de la Junta Parroquial en la creación de centros de información Turísticos?**

**Cuadro 11. Intervención de los representantes de la Junta Parroquial.**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	334	89 %
NO	19	5 %
NO RESPONDE	24	6 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Población de la Parroquia Chanduy  
 Autoras: Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura 11. Intervención de los representantes de la Junta Parroquial.**



Fuente: Población de la Parroquia Chanduy  
 Autoras: Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 11, el 89% respondieron que sí, el 5% respondieron que no y 6% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta. Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación”.

12.-¿Considera Ud. que los representantes Parroquiales, deberían promocionar por los diferentes medios de comunicación los valores Históricos - Culturales de la Parroquia?

**Cuadro 12. Promoción por los diferentes medios de comunicación.**

OPCIONES	CANTIDAD	%
SI	363	96 %
NO	6	2 %
NO RESPONDE	8	2 %
TOTAL	377	100 %

Fuente: Población de la Parroquia Chanduy

Autoras: Karla Garaicoa y Yajaira Romero

**Figura 12. Promoción por los diferentes medios de comunicación.**



Fuente: Población de la Parroquia Chanduy

Autoras: Karla Garaicoa y Yajaira Romero

Para la pregunta 12, el 96% respondieron que sí, el 2% respondieron que no y 2% no respondieron. Lo que demuestra que la hipótesis planteada es correcta. Este porcentaje también sustenta la posición teórica de las investigadoras que indica lo siguiente: “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación.

#### **4.4 Verificación de Hipótesis**

##### **Hipótesis General**

La Hipótesis General se comprueba con los siguientes porcentajes; 96%, 83%, 93% y 95%, que corresponde a las preguntas 1, 2, 3 y 4 respectivamente, la cual indica que: “Que el estudio de los valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy, contribuyen al desarrollo Turístico de la Provincia de Santa Elena”. Adicionalmente también sustenta la teoría de “Oruno D. Lara” Que dice “la entidad cultural, es la base de los pueblos, brota de su pasado y se proyecta en su porvenir, de modo tal que no es nunca estática sino a la vez histórica y prospectiva, por estar siempre en marcha a hacia su mejora y renovación .

##### **Hipótesis Particular**

La Hipótesis Particular 1, se comprueba con los siguientes porcentajes; 92%, y 95%, que corresponde a las preguntas 5 y 6 respectivamente, la cual indica que: “Es Necesario la creación de centros de información que den a conocer las riquezas Históricas – Culturales de la Provincia”.

La Hipótesis Particular 2, se comprueba con los siguientes porcentajes; 95%, 85% y 95%, que corresponde a las preguntas 7, 8 y 9 respectivamente, la cual indica que: “La capacitación para promotores turísticos, debe estar dirigido a jóvenes de este lugar”.

La Hipótesis Particular 3 se comprueba con los siguientes porcentajes; 95%, 89% y 96%, que corresponde a las preguntas 10,11 y12 respectivamente, la cual indica que: “Es Necesario Comprometer a los Integrantes de la Junta Parroquial en la promoción turística cultural del lugar”.



## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 Tema**

Diseño de un plan de promoción turística, que contribuya al desarrollo sostenible, cultural y turístico de la parroquia Chanduy de la provincia de santa Elena.

#### **5.2 Fundamentación**

Chanduy es la más antigua población de la península, pues existió desde antes de la conquista española. Esta parroquia cuenta con diversos valores tanto Históricos como Culturales, cuenta con leyendas que han sido transmitidas de generación en generación una de la más importante es la de San Agustín y el Diablo baila con los muertos. La Parroquia cuenta con un Complejo Cultural Real Alto (CCRA) con un valor didáctico histórico, social y cultural. Compuesto por un museo de sitio (El Mogote), Famoso a nivel internacional por tratarse de las primeras aldeas agro-alfareras con centro ceremonial del continente americano. El Sitio es de gran importancia para entender el proceso de neolitización de América, no solamente por su largo desarrollo socio-económico, bien documentado en el yacimiento, sino por su antigüedad.

La Parroquia carece de una correcta promoción de sus recursos turísticos tanto a nivel Provincial como del País, es así que esta investigación determina la importancia de la creación de un catálogo turístico sobre la Parroquia Chanduy, lo

que ayudara a la difusión de sus atractivos, brindando la oportunidad de su desarrollo tanto turístico como socio- económico.

Para los representantes de la Junta Parroquial de Chanduy fue muy grato conocer que estudiantes de la Universidad Estatal de Milagro tomara en consideración a este sector de la Provincia de Santa Elena, para realizar su proyecto de Tesis denominado Análisis de los Valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy y su incidencia en la promoción Turísticas de la Provincia de Santa Elena. Comprometiéndose a colaborar en todo lo que sea posible en dicho proyecto, ya que consideran de suma importancia dar a conocer las riquezas Históricas – Culturales con las que cuenta la Parroquia.

### **5.3 Justificación**

Considerando el estudio que se ha realizado sobre el análisis de los valores Históricos- Culturales de la Parroquia Chanduy observamos diferentes necesidades en el sector Cultural y Turístico lo cual justifica buscar soluciones para los problemas que están afectando al sector, lo que impide que una mayor cantidad de visitantes lleguen a esta parroquia perteneciente a la Provincia de Santa Elena, causando el estancamiento en su progreso y afectando también la economía de sus habitantes.

Esto ha sido un obstáculo para el progreso y quitando nuevas oportunidades de trabajo para los pobladores de este sector, que se caracterizan por ser gente laboriosa, amable y hospitalaria. Es por esto que sus representantes han acogido con esperanza y satisfacción la elaboración de un catálogo turístico que les brinde la oportunidad de promocionarse como un nuevo destino turístico a nivel Nacional.

La elaboración de un Catálogo Turístico es necesaria porque mostrarla y a aportar conocimientos Históricos y Culturales lo que permitirá conocer de manera detallada la Historia, costumbre, tradiciones y lugares turísticos de la Parroquia Chanduy, lo que permitirá conocerlo y promocionarlo turísticamente.

## 5.4 Objetivos

### 5.4.1 Objetivos General

Elaborar un Catálogo turístico sobre los valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy, para incentivar el desarrollo de la zona.

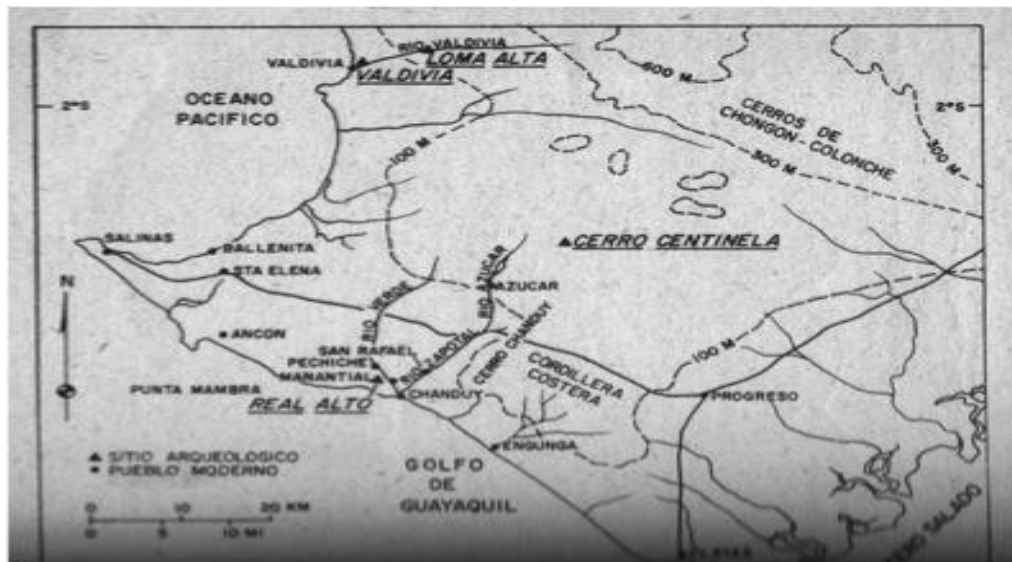
### 5.4.2 Objetivos Específicos

- Brindar capacitaciones a los pobladores de la Parroquia Chanduy acerca de las culturas y como darla a conocer a los turistas.
- Promover los atractivos turísticos de la Parroquia Chanduy para contribuir al desarrollo socio- económico del lugar.

## 5.5 Ubicación

La propuesta de la implementación de un Catálogo turístico sobre los valores Históricos – Culturales de la Parroquia Chanduy, se llevara a cabo en Ecuador, provincia de Santa Elena, Parroquia Chanduy.

Figura 1. Mapa de Chanduy



## **5.6 Factibilidad**

### **Estudio de Marketing**

#### **Misión**

Brindar un servicio de operación turística dentro del Ecuador, país de riqueza Natural y cultural, que desea mostrar al mundo su majestuosidad como la hospitalidad que ofrece su gente. Bajo ésta premisa el servicio será profesional, técnico y serio, estará enmarcado bajo los más estrictos principios ambientales, turísticos, éticos, legales y sustentables.

#### **Visión**

Ser un centro de operación turística líder a nivel nacional e internacional, que se caracterice por la responsabilidad de sus empleados y en el desempeño de su labor. Estableciendo una armonía entre la conservación del ambiente y el desarrollo turístico dentro de un marco sustentable y que a la vez ayude a la comunidad.

### **Estudio de Mercado**

Se podrá establecer las diferentes circunstancias que intervienen en el estudio de nuestra población objetiva.

**Segmentación de Mercado.-** se clasifica a la población por sus características generales y particulares para agrupar de una mejor manera a nuestro público objetivo.

#### **Clasificación Demográfica**

**Sexo:** masculino y femenino

**Edad:** 10- 65

**Grupo Racial:** todos.

#### **Clasificación Geográfica.**

**País:** Ecuador.

**Provincia:** Santa Elena.

**Parroquia:** Chanduy.

### **Clasificación Socioeconómica.**

**Ingresos:** bajos- medios-altos.

**Estado Civil:** soltero- casado- divorciado.

### **Las cuatro “P” del Marketing.**

#### **Producto**

Servicio de Guianza especializada en turismo Cultural, ayudando a tener contacto directo con los pobladores y conocer su Historia y cultura del lugar y brindando una información adecuada para satisfacción de los clientes.

#### **Plaza**

De acuerdo con la investigación que se ha realizado se determinó que con el servicio de Guianza y con el catalogo turístico, se ayudara a la promoción y desarrollo turístico de la Parroquia Chanduy.

#### **Precio**

<b>Servicio Directo</b>	
<b>Paquete Turístico</b>	<b>Precio</b>
City tour	25

Forma de pago: efectivo.

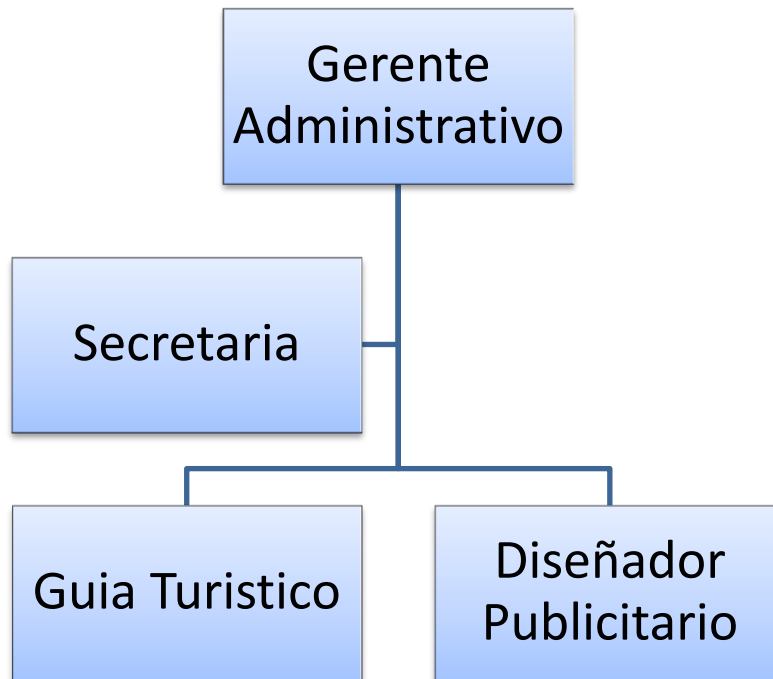
#### **Promoción**

Para la promoción de la Parroquia Chanduy utilizaremos diferentes herramienta, prensa escrita y el catalogo Turístico. En el cual se detallara los lugares turísticos con los que cuenta el lugar y los cuales el turista podrá visitar.

### **5.7 Descripción de la Propuesta**

#### **Administración**

## Organigrama



### Funciones

#### **Gerente Administrativo**

**Nivel:** Directivo

#### **Naturaleza del Trabajo**

Planificación, organización, dirección, control y supervisión del personal del Centro de Información Turística.

#### **Responsabilidad del Superior**

Jefe inmediato: Gerente General

Dependiendo del Administrador General, es el máximo responsable de la política económica y administrativa de la empresa. Son sus funciones principales el diseño de estrategias, puesta en marcha, dirección y control de todos los aspectos financieros de la empresa.

## **Funciones**

- Diseñar e impulsar la implantación de sistemas informatizados de gestión con la filosofía de utilidad práctica y agilidad de tratamiento y consulta.
- Gestionar y disponer de los recursos financieros necesarios para alcanzar los objetivos generales, optimizando su rendimiento, a través de la negociación de las condiciones más beneficiosas que puedan obtenerse de bancos y entidades financieras.
- Aprobar los procedimientos, instrumentos o medios de gestión de las Secciones de su dependencia jerárquica o funcional.
- Estudiar e informar sobre las distintas alternativas de inversiones y su financiación, con claros criterios de rentabilidad.
- En estrecha colaboración con el Departamento de Recursos Humanos, estudiar la adjudicación de Fondos de la Reserva Social.
- Participar en la decisión de las políticas de la Empresa en general, y en toda clase de seguros y reservas, en particular.
- Expresar su criterio en materia de Organización y Planificación de producción, y en los Servicios en general, impartiendo consecuentemente las normas administrativas y de control que son de su incumbencia.
- Mantener las relaciones con entidades bancarias y financieras, particulares y estatales.
- Participar en la gestión de la Dirección General de la empresa, como miembro de su Comité.

## **Diseñador Publicitario**

**Nivel:** Operativo

## **Naturaleza del Trabajo**



Planificación, organización, controla el diseño y presentación de la Información Turística.

### **Responsabilidad del Superior**

Jefe inmediato: Administrador General.

El director o directora de Publicidad dirige, entre otros, a diseñadores (que pueden estar dentro o fuera de la agencia), aunque también puede estar en contacto con fotógrafos, ilustradores, realizadores, etc. Además, la persona que establece las pautas generales de un proyecto gráfico con el cliente la que debe realizar los presupuestos y organizar el tiempo de entrega del proyecto. Las aptitudes que tendrá que tener un director artístico serán iniciativa, capacidad de análisis, buena imagen y capacidad de comunicación.

### **Funciones y Tareas**

La función principal del director artístico es coordinar todos los trabajos de un estudio o del departamento de arte de una agencia de comunicación. Debe vigilar que todos los trabajos lleven el ritmo adecuado para la consecución del proyecto final en la fecha correspondiente. Así pues, su tarea es global y de coordinación.

Otra función básica de este profesional es la de, conjuntamente con el resto del equipo creativo de una agencia, llevar a cabo el desarrollo creativo de una campaña gráfica, desde el concepto a la realización final. A diferencia del creativo, del copy y del diseñador, el director de arte tendrá que estar presente en todas las etapas que comporte este proceso, mientras que el resto de miembros tan solo lo harán en determinados momentos. Además de estar presente, tendrá que controlar el correcto desarrollo de todas las etapas con las que se encuentre una pieza gráfica. Las obligaciones del director de arte variarán según el tipo de agencia donde se encuentre, y su interacción con los diseñadores hace, a veces, diferenciarlos conceptualmente, sobre todo cuando se encuentran dentro de empresas que son muy grandes. De todas formas, se asume que los

conocimientos de los directores de arte son más amplios que los de un diseñador gráfico.

## **Secretaria**

### **Responsabilidad del Superior**

Jefe inmediato: Administrador General.

La secretaria saluda a los clientes, a los solicitantes de empleo y a otras visitas cuando llegan a la oficina. Si el visitante tiene una cita con algún empleado, la secretaria le da la bienvenida y anuncia su llegada al empleado correspondiente. Ya que la secretaria es a menudo la primera impresión que las personas tienen de la empresa, debe mantener una apariencia y una conducta profesional en todo momento.

## **PERFIL**

Debe ser una persona en la que se tenga plena confianza, y que cumpla con las siguientes características:

- Excelente redacción y ortografía.
- Facilidad de expresión verbal y escrita.
- Persona proactiva, y organizada
- Facilidad para interactuar en grupos.
- Dominios de Windows, Microsoft Office, Star Office, Linux e Internet.
- Brindar apoyo a todos los departamentos.
- Desempeñarse eficientemente en cualquier Área Administrativa.
- Conocimientos en el área de logística, Créditos, Cobranzas y Atención al Cliente.
- Aptitudes para la organización.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Dinámica y entusiasta.
- Habilidades para el planeamiento, innovación, motivación, liderazgo y toma de decisiones.

## **Funciones**

- Reclutar las solicitudes de servicios por parte del departamento de servicio al cliente.
- Hacer una evaluación periódica de proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de estos.
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente para que todo estemos informados y desarrollar bien el trabajo asignado.

## **Guía Turístico**

**Nivel:** Operativo

### **Naturaleza del Trabajo**

Planificación, organización, promoción e Información Turística.

### **Responsabilidad del Superior**

Jefe inmediato: Administrador General.

Un buen guía debe ser capaz de cautivar a su audiencia mientras presenta una gran variedad de temas ilustrativos y de referencia. Este también es "ejecutor" maestro del programa de visitas. Mientras más idiomas hable correctamente un guía más trabajo tendrá y más disfrutara del mismo. Los guías de turismo son los responsables de enseñar e interpretar la cultura de un país y de mostrar las riquezas culturales y naturales del mismo, transmiten el amor y el respeto hacia el patrimonio y crean conciencia nacional en sus habitantes.

Existen diferentes tipos de guías tales como los fijos o de sitio, los locales y los nacionales, donde los primeros son aquellos que se limitan a guiar en determinados atractivos turísticos o lugares de interés del visitante.

## **Funciones**

- Coordinar con la agencia el tipo de servicio a ofrecer y la aclaración del mismo.

- Coordinar con la agencia el punto de encuentro con el turista.
- Tener el material necesario para el desarrollo del tour.
- Contar con información básica o detalles de los turistas que debe atender.
- Llegar con anticipación al lugar o punto de encuentro, con el fin de ubicar la modalidad entre otros.
- Hacer las coordinaciones necesarias con los otros guías.
- Antes del inicio del tour se debe explicar el circuito, lugares de visitas incluidos y el tiempo de duración del mismo.
- Permitir que los turistas se sientan cómodos y disfruten el circuito.
- Explicar las condiciones para el desplazamiento, vigilando el cumplimiento de las normas de seguridad y conservación del sitio visitado.

### **Función General**

El guía es el responsable de la coordinación, recepción asistencia, conducción, información y animación de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

### **Funciones Principales**

- Conducir la visita turística, lo cual implica un conocimiento teórico y empírico del espacio físico y de las características del entorno.
- Brindar la información necesaria sobre los puntos de interés en el recorrido y explicar el atractivo.
- Acompañamiento en almuerzos y/o cenas.
- Asistencia al turista. Implicar ayudar al turista en todo lo que sea posible.
- Orientar y asesorar al turista.

### **Funciones Complementarias**

El guía, dentro de la actividad turística, puede desempeñarse como:

- realizando los servicios denominados "transfer", que consisten en el traslado del pasajero(s) con sus equipajes.
- Host o Hostess, términos referidos al anfitrión en eventos o recepciones.

-Coordinador de eventos, participando en la organización y ejecución de eventos ligados al turismo.

## FODA

<b>Fortalezas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Disponibilidad de recursos Turísticos.</li><li>✓ Amplia socio diversidad expresada en grupos étnicos.</li></ul>	<b>Debilidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Deficiente promoción de los productos turísticos.</li><li>✓ Deficiente infraestructura y servicios para la satisfacción de las necesidades de los turistas.</li></ul>
<b>Oportunidades</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Creciente desarrollo turístico a nivel mundial</li><li>✓ Prioridad a la actividad turística en las estrategias nacionales de desarrollo.</li></ul>	<b>Amenazas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>✓ Costos no competitivos.</li><li>✓ Carencia de incentivos competitivos.</li></ul>

### **Ventajas Competitivas.**

Se podrá establecer las diferentes ventajas que podemos utilizar para el éxito del proyecto.

### **Competencia de Mercado.**

**Libro:** Catalogo Turístico.

**Precio:**

**Detalle:** información turística del lugar.

### **Valores Corporativos.**

- **Calidad:** Entendida como la eficacia en la prestación de un servicio, logrando la satisfacción del turista.

- **Excelencia:** Desarrollamos ideas innovadoras y servicios que garanticen la satisfacción de nuestros visitantes.
- **Amabilidad:** Se verá reflejada en el momento de brindar el servicio a los visitantes manteniendo un trato respetuoso y cordial hacia ellos.

### Técnico



**Cantón Santa Elena - Provincia de Santa Elena**



# CONTENIDO

Introducción.....	Pág. 2
Biografía de Chanduy.....	Pág. 3-4
Cultura.....	Pág. 5-6
Fin de año elaboración de monigotes.....	Pág. 7
Honrar a los fieles difuntos.....	Pág. 8
Misa de difuntos en Chanduy.....	Pág. 9
Cerro de las ánimas.....	Pág. 10
Procesión del Domingo de Ramos.....	Pág. 11
Viernes Santo.....	Pág. 12
Iglesia San Agustín.....	Pág. 13
Iglesia San Rafael Arcángel.....	Pág. 14
Artesanía.....	Pág. 15
Platos Típicos.....	Pág. 16
El Ceviche de Michulla.....	Pág. 17
Atractivos Turísticos.....	Pág. 18-21
Museo Arqueológico Real Alto.....	Pág. 22-23

**AUTORAS:**

**Yajaira Romero  
Karla Garaicoa**

**EDITOR:**

**Msc. Rigoberto Zambrano**

**IMPRENTA:**

**Publigraf**

**DIRECCIÓN:**

**Santa Elena - Ecuador**

**PARA MAYOR INFOR-  
MACIÓN**

**CONTACTENOS:**

**2 719-151 / 0982421016**



## BIOGRAFÍA DE CHANDUY



**C**handuy, es nombre autóctono que se deriva de la lengua Chimú que significa Llano Alto. Dialecto que hablaron los pueblos del Sur de nuestro litoral y pueblos del Norte del Perú. Este territorio según se afirma fue en la prehistoria parte del Gran Imperio Chimú, el mismo que supera en antigüedad al Tahuantinsuyo. Chanduy en el año de 1835 era considerada como parroquia del cantón El Morro

Provincia del Guayas, luego en la Presidencia de la República del General Gabriel García Moreno y por Decreto del Poder Ejecutivo del 29 de mayo de 1861 fue anexada al Cantón Santa Elena.

Chanduy es la más antigua población de la península, pues existió desde antes de la conquista española.

**Límites:** Al Norte con Parroquia Atahualpa, Al Sur con Provincia del Guayas, al Este con Parroquia Julio Moreno y al Oeste con el Océano Pacífico.


**Latitud:** 22° latitud Sur

**Extensión:** 865.73 Km.2

**Clima:** Cálidos y Variado

**Población:** 20.000 habitantes





# Parroquia Rural de CHANDUY



El mapa de la Parroquia Rural de Chanduy.

Vista Panorámica de las playas de la Parroquia Rural Chanduy.



Comuna Puerto de Chanduy: Pescadores en faenas de redada.

FEDERACIÓN DEPORTIVA de Santa Elena / Coliseo Chanduy.



# CULTURA



## TRAJES TÍPICOS:

**Mujer:** Faldón amplio con vuelos de colores vivos y estampados de flores, acompañado de una blusa blanca con vuelos en las mangas y cuello y preferentemente bordadas con hilos de colores fuertes como el rojo, azul y verde y en la cabellera una trenza con lazos de cintas rojas.

**Hombre:** Pantalón corto y camisa mangas largas

blanca atada a la cintura, adornada con pañoleta roja y sombrero de toquilla.

La Parroquia Chanduy cada 29 de mayo celebra con gran alborozo su fiesta de Parroquialización, esos días sus habitantes se llenan de civismo para honrar su tierra y sus costumbres, todo se unen para participar en pregones, desfiles cívicos, elección de la reina, velada artística, sesión solemne y diversas actividades conmemorativas a la fecha.

En las comunas también es tradición celebrar las fiestas de Aniversario Comunal y sobre todo en Tugaduaaja y Engunga son muy famosas por los bailes públicos con orquestas, carreras de caballos y músicos.



Futbol Playero en la Parroquia Rural de Chanduy.



Juego tradicional El chanchito encebado en la Parroquia Rural de Chanduy.



Elección y Proclamación de nuestra Reina del Gobierno Autonomo de Chanduy.



Desfile General de las autoridades de la Parroquia Rural de Chanduy.



## FIN DE AÑO ELABORACIÓN DE MONIGOTES Y TESTAMENTOS

**T**ambién otra gran festividad es la de fin de año, en esta fecha se realizan concurso de monigotes, testamento, fuegos artificiales y el baile publico donde concurren participantes de las comunas cercanas a disfrutar de las mismas.





## HONRAR A LOS FIELES DIFUNTOS



**A**ún se conserva la tradición en algunas comunas de Chanduy como El Real, Pechiche, Tugaduaja, Engunga, Bajada de Chanduy, San Rafael honrar a los muertos. Los días 1 y 2 de noviembre día de los fieles difuntos se prepara alimentos que en la vida fueron los preferidos por sus

difuntos. Entre los alimentos preferidos para colocar en la mesa de difuntos son: la natilla, cuajada, arroz con leche, pescado asado, seco de chivo, panes, ciruelas, mangos, jugos de tamarindo, etc. Estos alimentos después de ser expuestos en una mesa, en la noche son repartidos a los visitantes.



## MISA DE DIFUNTOS EN CHANDUY



### **RELIGIÓN**

Las fiestas religiosas se celebran con gran fervor católico. Una de ellas es la celebrada el 28 de agosto en honor al Patrono San Agustín, otra el 24 de septiembre en la que se celebra la fiesta de la Co-Patrona Virgen de las Mercedes y la

fiesta de Semana Santa.

### **CREENCIAS**

Alguna persona todavía conservan la creencia que en el Cerro de las Ánimas localizado en Engunga hay encantamientos donde a veces se ven cosas extrañas que no existen o que hay una puerta a otra dimensión.



## Vista Panorámica desde **CERRO DE LAS ÁNIMAS**



10



## Procesión del Domingo de Ramos



Toda la Semana Santa los feligreses concurre a la celebración de las misas como también a las procesiones las cuales son muy concurridas, empezando con la procesión del Domingo de Ramos donde se engalana un bo-

rrico para llevar la imagen de Jesucristo seguida de personajes que representan el momento bíblico como también de la respectiva banda de músicos. Esta procesión es muy esperada y concurrida por cientos de personas.





## VIERNES SANTO

### Pasión de Nuestro Señor Jesucristo



**E**l Viernes Santo desde muy temprano una multitud de personas se concentran en la comuna destinada para la partida de la procesión con la personi-

ficación del Vía Crucis, en ella va un voluntario llevando la cruz acuesta por muchos kilómetros hasta la iglesia de la Parroquia Rural de Chanduy.



## IGLESIA SAN AGUSTÍN DEL GOBIERNO DESENTRALIZADO DE CHANDUY

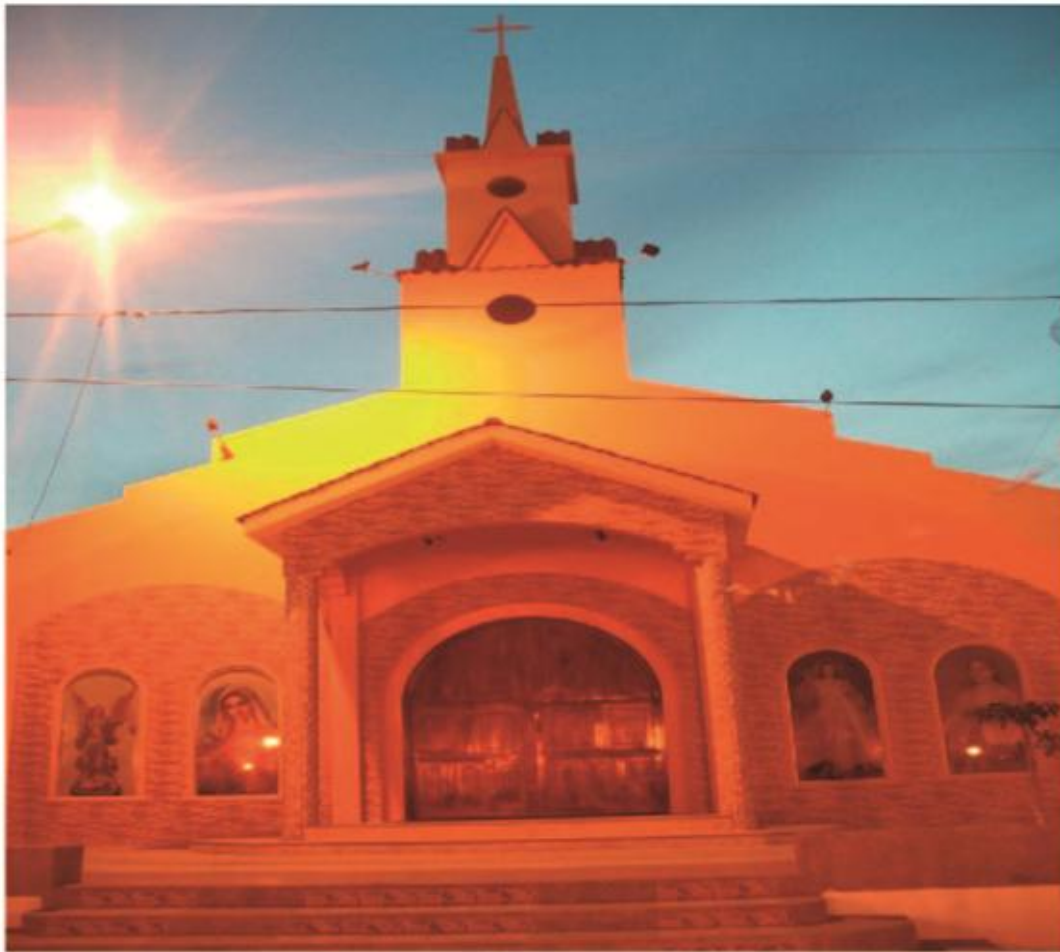


**U**bicada en la cabecera Parroquial data del 12 de diciembre de 1704, teniendo a la actualidad 305 años de antigüedad.

Se encuentran esculturas de tamaño natural de San Agustín, Virgen de las Mercedes y del Cristo Resucitado y Sagrario.



## **IGLESIA SAN RAFAEL ARCÁNGEL DEL GOBIERNO DESENTRALIZADO DE CHANDUY**



Ubicada en la comuna San Rafael, en el Barrio Central.

14



## ARTESANÍA



Las artesanías que se elaboran en la comuna de la parroquia rural de Chanduy son hechas por mujeres el cual sus tejidos son a mano con telares, agujas, crochet, punto de cruz y bordados con hilos y lanas se confecciona suéteres, cobijas y todo tipo de ropas, como también artesanías en madera y en conchas.



## PLATOS TÍPICOS



### LA COMIDA TÍPICA DE LA PARROQUIA CHANDUY

Es muy diversa, entre los más importantes están el morenillo y lisa asada acompañado con maduro asado, el sancocho y estofado de

pescado, el seco de chivo, venado, gallina y pato, caldo de gallina criolla, caldo de salchicha, arroz con pancoras, los diferentes tipos de ceviches como de camarones, langostinos, langostas, churos y michullas.



## EL CEVICHE DE MICHULLA



Elaboración de un ceviche michullas, camarones, langosta, calamar, pulpo y pescado acompañado de una buena porción de arroz caliente y patacones es un manjar exquisito. Estos

platos son muy tradicionales de las poblaciones asentadas en las riveras del mar de la Parroquia Rural de Chanduy, constituyéndose en una delicia afrodisíaca para sus visitantes.



## ATRATIVOS TURÍSTICOS

La Parroquia de Chanduy, cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos, a continuación se hace referencia varios lugares:

1. Bosque de la Comuna Pechiche.
2. Playa de Chanduy.
3. Playa de la Comuna El Real.
4. Museo de Sitio Cerro Real Alto.
5. Mirador del Cerro Tugaduaja.



Chanduy y su belleza de mar.



**Vista panorámica desde el puente y su estero hacia el cerro de Chanduy.**



**Ocaso en las playas de Chanduy.**





**Vista panorámica hacia comuna Puerto De Chanduy.**

20



**Estero del Gobierno Descentralizado de Chanduy.**



**Comuna El Real: Paraje de la playa muy visita por sus azules aguas.**



## MUSEO ARQUEOLÓGICO REAL ALTO



**El Museo Arqueológico Real Alto.-** Se encuentra ubicado en la carretera principal vía a Chanduy a la altura de la entrada a la Comuna El Real, donde se puede observar restos arqueológicos en cerámica y barro cocido a igual que tipos de edificaciones y referencias de las formas de vida y costumbres de antaño.



23



**IMPRENTA**   
**PUBLIGRAF**

Dirección: Roberto Astudillo / Milagro  
Celular: 0981426405

## 5.7.2 Recurso, Análisis Financiero

**Cuadro 13. Balance General**

<b>BALANCE GENERAL</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
CAJA -BANCOS	18.741,09	30.654,22	44.093,54	58.091,49	72.710,14
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>18.741,09</b>	<b>30.654,22</b>	<b>44.093,54</b>	<b>58.091,49</b>	<b>72.710,14</b>
					224.290,48
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	3.330,00	3.330,00	3.330,00	3.330,00	3.330,00
DEPRECIAC. ACUMULADA	567,60	1.135,20	1.702,80	1.933,80	2.164,80
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	<b>2.762,40</b>	<b>2.194,80</b>	<b>1.627,20</b>	<b>1.396,20</b>	<b>1.165,20</b>
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>21.503,49</b>	<b>32.849,02</b>	<b>45.720,74</b>	<b>59.487,69</b>	<b>73.875,34</b>
					233.436,28
<b>PASIVO</b>					
<b>CORRIENTE</b>					
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	2.726,02	2.690,01	2.905,89	3.118,43	3.288,58
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	3.861,87	3.810,85	4.116,67	4.417,77	4.658,82
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>6.587,89</b>	<b>6.500,87</b>	<b>7.022,56</b>	<b>7.536,20</b>	<b>7.947,40</b>
					35.594,91
<b>PATRIMONIO</b>					
APORTE CAPITAL	1.332,00	1.332,00	1.332,00	1.332,00	1.332,00
APORTE PARROQUIAL	1.998,00	1.998,00	1.998,00	1.998,00	1.998,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO	11.585,60	11.432,56	12.350,02	13.253,31	13.976,46
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	11.585,60	23.018,16	35.368,18	48.621,49
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>14.915,60</b>	<b>26.348,16</b>	<b>38.698,18</b>	<b>51.951,49</b>	<b>65.927,95</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>21.503,49</b>	<b>32.849,02</b>	<b>45.720,74</b>	<b>59.487,69</b>	<b>73.875,34</b>

## 5.8 Evaluación Financiera

**Cuadro 14. Estado de Pérdidas y Ganancias Projectado**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO																		
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
VENTAS	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	3.300,00	39.600,00	41.580,00	43.659,00	45.841,95	48.134,05	218.815,00
(-) COSTO DE VENTAS	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	7.800,00	8.190,00	8.599,50	9.029,48	9.480,95	43.099,92
UTILIDAD BRUTA	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	2.650,00	31.800,00	33.390,00	35.059,50	36.812,48	38.653,10	175.715,07
COSTOS INDIRECTOS	2.115,84	1.910,84	1.985,84	2.030,84	1.985,84	1.910,84	2.005,84	2.010,84	1.985,84	1.930,84	2.085,84	2.010,84	13.626,51	15.456,58	15.686,92	16.022,97	16.729,25	77.522,22
UTILIDAD OPERACIONAL	534,16	739,16	664,16	619,16	664,16	739,16	644,16	639,16	664,16	719,16	564,16	639,16	18.173,49	17.933,42	19.372,58	20.789,51	21.923,85	98.192,86
(-) GASTOS FINANCIEROS	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES PART. IMP	534,16	739,16	664,16	619,16	664,16	739,16	644,16	639,16	664,16	719,16	564,16	639,16	18.173,49	17.933,42	19.372,58	20.789,51	21.923,85	98.192,86
PARTICIPACION EMPLEADOS	227,17	227,17	227,17	227,17	227,17	227,17	227,17	227,17	227,17	227,17	227,17	227,17	2.726,02	2.690,01	2.905,89	3.118,43	3.288,58	14.728,93
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	306,99	511,99	436,99	391,99	436,99	511,99	416,99	411,99	436,99	491,99	336,99	411,99	15.447,47	15.243,41	16.466,70	17.671,08	18.635,27	83.463,93
IMPUESTO RENTA	321,82	321,82	321,82	321,82	321,82	321,82	321,82	321,82	321,82	321,82	321,82	321,82	3.861,87	3.810,85	4.116,67	4.417,77	4.658,82	35.594,91
UTILIDAD NETA	-14,83	190,17	115,17	70,17	115,17	190,17	95,17	90,17	115,17	170,17	15,17	90,17	11.585,60	11.432,56	12.350,02	13.253,31	13.976,46	62.597,95

**Cuadro 15. Índice financiero**

<b>INDICES FINANCIEROS</b>						
<b>DESCRIPCION</b>	<b>INV. INICIAL</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
Flujos netos	<b>-3.330,00</b>	18.741,09	11.913,13	13.439,32	13.997,95	14.618,65

<b>TASA DE DESCUENTO</b>	
TASA DE DESCUENTO	17%

<b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>MAYOR AL 12%</b>
SUMATORIA DE FLUJOS	72.710,14
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	3.330,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	436,70%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		47.249,58
VAN	<b>POSITIVO</b>	<b>43.919,58</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	1,08
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	7,58
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>532%</b>



**Cuadro 16. Flujo de caja proyectado**

FLUJO DE CAJA PROYECTADO																			
	AÑO 0	ENER	FEB	MARZ	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>																			
VENTAS	-	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	3300,00	39.600,00	41.580,00	43.659,00	45.841,95	48.134,05	218.815,00
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>3300,00</b>	<b>39.600,00</b>	<b>41.580,00</b>	<b>43.659,00</b>	<b>45.841,95</b>	<b>48.134,05</b>	<b>218.815,00</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>																			
INVERSION INICIAL	3.330,00													-	-	-	-	-	-
GASTOS PREOPERACIONALES	-																		
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	1804,544	1804,544	1804,544	1804,544	1804,544	1804,544	1804,544	1804,544	1804,544	1804,544	1804,544	1804,544	11.310,91	13.058,08	13.201,37	13.782,62	14.392,94	65.745,92
COSTO DE VENTAS	-	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	650,00	7800,00	8190,00	8599,50	9029,48	9480,95	43.099,92
GASTOS GENERALES	-	264,00	59,00	134,00	179,00	134,00	59,00	154,00	159,00	134,00	79,00	234,00	159,00	1.748,00	1.830,90	1.917,95	2.009,34	2.105,31	9.611,50
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-													-	2.726,02	2.690,01	2.905,89	3.118,43	3.288,58
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-													-	3.861,87	3.810,85	4.116,67	4.417,77	4.658,82
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>3.330,00</b>	<b>2718,544</b>	<b>2513,544</b>	<b>2588,544</b>	<b>2633,544</b>	<b>2588,544</b>	<b>2513,544</b>	<b>2608,544</b>	<b>2613,544</b>	<b>2588,544</b>	<b>2533,544</b>	<b>2688,544</b>	<b>2613,544</b>	<b>20.858,91</b>	<b>29.666,87</b>	<b>30.219,68</b>	<b>31.844,00</b>	<b>33.515,39</b>	<b>126.404,74</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-3.330,00</b>	<b>581,46</b>	<b>786,456</b>	<b>711,456</b>	<b>666,456</b>	<b>711,456</b>	<b>786,456</b>	<b>691,456</b>	<b>686,456</b>	<b>711,456</b>	<b>766,456</b>	<b>611,456</b>	<b>686,456</b>	<b>18.741,09</b>	<b>11.913,13</b>	<b>13.439,32</b>	<b>13.997,95</b>	<b>14.618,65</b>	<b>72.710,14</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>	-																		
APORTE PARROQUIAL	1.998,00													-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>1.998,00</b>													<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>1.998,00</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-1.332,00</b>	<b>581,46</b>	<b>786,46</b>	<b>711,46</b>	<b>666,46</b>	<b>711,46</b>	<b>786,46</b>	<b>691,46</b>	<b>686,46</b>	<b>711,46</b>	<b>766,46</b>	<b>611,46</b>	<b>686,46</b>	<b>18.741,09</b>	<b>11.913,13</b>	<b>13.439,32</b>	<b>13.997,95</b>	<b>14.618,65</b>	<b>72.710,14</b>
<b>SALDO INICIAL</b>																			
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>-</b>	<b>581,46</b>	<b>1.367,91</b>	<b>2.079,37</b>	<b>2.745,82</b>	<b>3.457,28</b>	<b>4.243,74</b>	<b>4.935,19</b>	<b>5.621,65</b>	<b>6.333,10</b>	<b>7.099,56</b>	<b>7.711,02</b>	<b>8.397,47</b>	<b>18.741,09</b>	<b>30.654,22</b>	<b>44.093,54</b>	<b>58.091,49</b>	<b>72.710,14</b>	

## **Conclusiones**

1. Es de gran importancia conocer las raíces Históricas – Culturales de un lugar para ayudar a su promoción y desarrollo turístico.
2. Es necesario contar con centros de información que ayuden al turista a reconocer y saber de los lugar que se destacan en el lugar a visitar, con el fin del que el turista se sienta satisfecho con la información dada.
3. formar promotores turísticos que ayuden incentivar el turismo del lugar y ayudar a contribuir al desarrollo turístico.
4. Es importante que los representantes de la Junta Parroquial desarrollen programas que ayuden a la promoción del lugar como un destino turístico

## **Recomendaciones**

1. La creación de un catálogo turístico que ayude al turista a reconocer los atractivos con que cuenta el lugar a visitar ayudara al desarrollo y promoción turística del lugar.
2. crear centros de información turística que puedan ayudar al visitante con cada una de sus inquietudes sobre el lugar que visita.
3. capacitar a las personas del lugar para que se formen promotores turísticos y den a conocer la Parroquia Chanduy.
4. La Junta Parroquial debe promover ideas de programas y proyectos a fin de potenciar el desarrollo turístico y económico con el fin de promover al lugar como destino turístico.

## BIBLIOGRAFIA

- ✓ CADENA ALBUJA, Ana, GOMEZ DE LA TORRE, Joaquín: Enciclopedia Temática Alfabética, Editorial Grupo Cultural S.A Ecuador.
- ✓ CONRAD PHILLIP, Kottak: Antropología Cultural, Editorial Undecima, Madrid, 2006.
- ✓ EMBER, MELVIN, R. EMBER, Carlos: Antropología Cultural, Editorial Pearson Educación, New York, 2003.
- ✓ GONZALES AGUILAR, Ermes: Ecuador Amazónico, Editorial Santillán, Ecuador, 2011.
- ✓ HERRERA DE LA MANUELA, Ignacio: eumed, Madrid 2008.
- ✓ LARREA, Esteban: Historia y Ciencias Sociales, Editorial Santillana, Quito, 2010.
- ✓ LANDACAY ROJAS, Diana: Diccionario turístico, Editorial CORPTUR, Loja Ecuador, 2012.
- ✓ MAUSS, Macel: Historia y Diversidad de la cultura, España 2007.
- ✓ MINGUEZ GARCIA María del Carne: eumed, Madrid 2007.
- ✓ ORUNO, D Lara: Historia y Diversidad de la cultura, 2007.

- ✓ PUYA CORTES, Trinidad: eumed, España 2002.
  
- ✓ PRIETO, José, ESCOBAR, Diego: Enciclopedia Temática Interactiva Señales, Editorial Quorum, Bogotá- Colombia.
- ✓ RAYAS, José María: Turismo, Hotelería y Restauración, Editorial Lexus, España, 2011.
  
- ✓ TAYLOR, Edward B: Historia y Diversidad de la Cultura, España 2007.
  
- ✓ TORRES PADILLA, Oscar: Turismo Actividad Mundial, Editorial Trillas, México, 2012.
  
- ✓ SANCHEZ, Romero: Historia Universal, Editorial Lexus, España, 2011.

# **ANEXOS**

