



UNIVERSIDAD ESTADAL DE MILAGRO
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, EDUCACIÓN COMERCIAL
Y DERECHO

TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN
TURISMO

TEMA: Diseño de un plan de promoción turístico sostenible para el
desarrollo de la Comunidad Shuar (NARANJAL)

Autores:

Srta. Pazmiño Ulloa Aurora Elizabeth
Srta. Suárez Chavezta Cinthia Monserrate

Tutor:

Mgtr. García Lebroc Lázaro Adrián

Milagro, Junio 2021
ECUADOR

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabricio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Pazmiño Ulloa Aurora Elizabeth, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de integración curricular, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor, como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **desarrollo local y empresarial_ desarrollo sostenible_2s2020_turismo_ proyecto integrador**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de integración curricular en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, Haga clic aquí para escribir una fecha.

Pazmiño Ulloa Aurora Elizabeth

Autor 1

CI: 0929091411

DERECHOS DE AUTOR

Ingeniero.

Fabrizio Guevara Viejó, PhD.

RECTOR

Universidad Estatal de Milagro

Presente.

Yo, Suárez Chavezta Cinthia Monserrate, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de integración curricular, modalidad presencial, mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor, como requisito previo para la obtención de mi Título de Grado, como aporte a la Línea de Investigación **desarrollo local y empresarial desarrollo sostenible_2s2020 turismo_ proyecto integrador**, de conformidad con el Art. 114 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, concedo a favor de la Universidad Estatal de Milagro una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Estatal de Milagro para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de integración curricular en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

Milagro, Haga clic aquí para escribir una fecha.

Suárez Chavezta Cinthia Monserrate

Autor 2

CI: 0929475804

APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR

Yo, García Lebroc Lázaro Adrián en mi calidad de tutor del trabajo de integración curricular, elaborado por las estudiantes Pazmiño Ulloa Aurora Elizabeth y Suarez Chavezta Cinthia Monserrate, cuyo título es Diseño de un plan de promoción turístico sostenible para el desarrollo de la Comunidad Shuar (NARANJAL), que aporta a la Línea de Investigación desarrollo local y empresarial_desarrollo sostenible_2s2020_turismo_ proyecto integrador previo a la obtención del Título de Grado Licenciada en Turismo; considero que el mismo reúne los requisitos y méritos necesarios en el campo metodológico y epistemológico, para ser sometido a la evaluación por parte del tribunal calificador que se designe, por lo que lo APRUEBO, a fin de que el trabajo sea habilitado para continuar con el proceso previa culminación de Trabajo de Integración Curricular de la Universidad Estatal de Milagro.

Milagro, Haga clic aquí para escribir una fecha.

García Lebroc Lázaro Adrián

Tutor

C.I: 0961344645

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (tutor).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (Secretario/a).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (integrante).

Luego de realizar la revisión del Trabajo de Integración Curricular, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADA EN TURISMO presentado por la estudiante Pazmiño Ulloa Aurora Elizabeth

Con el tema de trabajo de Integración Curricular: Diseño de un plan de promoción turístico sostenible para el desarrollo de la Comunidad Shuar (NARANJAL).

Otorga al presente Trabajo de Integración Curricular, las siguientes calificaciones:

Trabajo Curricular	Integración	[]
Defensa oral		[]
Total		[]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) _____

Fecha: Haga clic aquí para escribir una fecha.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	Apellidos Presidente.	y	nombres	de _____
Secretario /a	Apellidos Secretario	y	nombres	de _____
Integrante	Apellidos Integrante.	y	nombres	de _____

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR

El tribunal calificador constituido por:

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (tutor).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (Secretario/a).

Elija un elemento. Haga clic aquí para escribir apellidos y nombres (integrante).

Luego de realizar la revisión del Trabajo de Integración Curricular, previo a la obtención del título (o grado académico) de LICENCIADA EN TURISMO presentado por la estudiante Suarez Chavezta Cinthia Monserrate

Con el tema de trabajo de Integración Curricular: Diseño de un plan de promoción turístico sostenible para el desarrollo de la Comunidad Shuar (NARANJAL).

Otorga al presente Proyecto Integrador, las siguientes calificaciones:

Trabajo de Integración Curricular	[]
Defensa oral	[]
Total	[]

Emite el siguiente veredicto: (aprobado/reprobado) _____

Fecha: Haga clic aquí para escribir una fecha.

Para constancia de lo actuado firman:

	Nombres y Apellidos			Firma
Presidente	Apellidos y nombres de Presidente.			_____
Secretario /a	Apellidos y nombres de Secretario			_____
Integrante	Apellidos y nombres de Integrante.			_____

DEDICATORIA

Esta tesis se la dedico a Dios quien me dio la salud, la fuerza y la sabiduría para poder seguir adelante, a mis padres Elizabeth Ulloa y Xavier Hermenegildo quienes fueron los pilares fundamentales para mi formación de vida y siempre me dieron el apoyo moral y económico.

A mis hermanos Pedro Pazmiño y Melody Buestan quienes me apoyaron moralmente en el transcurso de la elaboración de este proyecto y siempre estuvieron a mi lado.

A mi tutor quien sin su ayuda nunca hubiera podido culminar con éxito este proyecto.

Aurora Elizabeth Pazmiño Ulloa

Este proyecto se lo dedico principalmente a Dios como fuente de vida de esperanza y lucha, siendo el motor principal para cumplir con todos mis objetivos planteados y a mis padres porque han sido mi motivo para superarme día a día, ante cualquier adversidad que se ha presentado, y con el apoyo que me brindan para seguir avanzando, y cumplir con mis metas planteadas.

A mi novio siendo uno de mis pilares fundamentales para poder seguir superándome, siempre estuvo dándome ánimos y su apoyo incondicional para seguir avanzando y no rendirme.

A mi hermana Johanna Suárez quien me ha apoyado, dándome fuerzas para seguir adelante para no rendirme y así lograr cumplir con mis metas.

A mis dos amigas Denisse Meléndez y Aurora Pazmiño, porque siempre confiaron en mí, y que llegaríamos tan lejos y poder cumplir con nuestros sueños.

Cinthia Monserrate Suárez Chavezta

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por ser mi motor y mi fuerza en los momentos más difíciles de mi vida. También quiero agradecer a mis padres, que significan un ejemplo de superación, estabilidad familiar y la perfecta entrega de amor. Siempre estuvieron ahí para darme palabras de apoyo y un abrazo reconfortante para renovar energías.

Por último, quiero agradecer a mi tutor García Lebroc Lázaro Adrián, quien con sus conocimientos y apoyo supo guiarnos en cada una de las etapas de esta tesis.

Aurora Elizabeth Pazmiño Ulloa

Agradezco a Dios por la salud, fortaleza que me ha dado, porque gracias a su espíritu santo, que transmite adquiero la perseverancia, sabiduría para poder seguir adelante y traspasar todo obstáculo que se ha presentado durante todo este tiempo.

Por el apoyo incondicional de mis padres, porque gracias a ellos he sabido continuar con mi carrera universitaria, por ser mi motor principal para poder alcanzar mi objetivo propuesto. Han sido mi motivo para lograr esta meta que he planteado desde que empecé mis estudios. Finalmente, al Master Adrián Lázaro, agradecerle por la paciencia y dedicación que siempre estuvo dispuesto en ayudarnos, con cualquier inquietud que se ha presentado durante este tiempo de la realización de la tesis.

Cinthia Monserrate Suárez Chavezta.

ÍNDICE GENERAL

DERECHOS DE AUTOR.....	ii
DERECHOS DE AUTOR.....	iii
APROBACIÓN DEL TUTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	v
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL CALIFICADOR	vi
DEDICATORIA	vii
AGRADECIMIENTO.....	viii
ÍNDICE GENERAL.....	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE TABLAS	xi
RESUMEN.....	1
ABSTRACT.....	2
CAPÍTULO 1.....	3
1. INTRODUCCIÓN	3
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	5
1.2. OBJETIVOS.....	7
1.3. JUSTIFICACIÓN	7
1.4. MARCO TEÓRICO	8
1.5. MARCO CONTEXTUAL.....	18
1.6. MARCO LEGAL	21
1.7. MARCO CONCEPTUAL	24
CAPÍTULO 2.....	27
2. METODOLOGÍA	27
2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	27
2.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN.....	28
2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	29
2.4. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS	30
2.5. POBLACION Y MUESTRA.....	31
Tipo de muestra.....	31
2.6. ANÁLISIS DEL REGISTRO DE OBSERVACIÓN.....	32
2.7. ANALISIS DE LAS ENTREVISTAS.....	41
CAPÍTULO 3.....	45
3. PROPUESTA.....	45
3.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA	45

3.2. FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA	46
3.3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	46
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	68
ANEXOS.....	73
ENTREVISTA 1.....	73
ENTREVISTA 2.....	77
ENTREVISTA 3.....	78
ENTREVISTA 4.....	80
ENTREVISTA 5.....	81
FOTO DE LOS ENTREVISTADOS	84
MATRIZ DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA COMUNIDAD SHUAR TSUER EN TSA	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Cartel de Información de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.....	33
Figura 2. Ingreso a la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.	33
Figura 3. Vista completa de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa	34
Figura 4. Baños y vestidores de la Comunidad Shuar Tsuer.....	34
Figura 5. Servicios de sauna, hidromasaje y masajes.....	35
Figura 6. Piscina de agua fría.	36
Figura 7.Casa de Artesanías.	36
Figura 8. Señalización de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.....	37
Figura 9. Establecimiento donde realizan bailes y rituales para los turistas	37
Figura 10.Áreas de descanso.	38
Figura 11. Hospedaje que ofrece la Comunidad Shuar Tsuer Entsa	38
Figura 12.Escaleras que lleva a la parte baja de la Comunidad	39

Figura 13. Parqueadero de la Comunidad Shuar.	39
Figura 14. Gastronomía y comedores del Centro Shuar Tsuer Entsa.....	40
Figura 15. Transportación.....	41
Figura 17 Promoción Full Day.	¡Error! Marcador no definido.
Figura 16. Entrevista al señor Cristhian Sellerí, encargado del parqueadero y al Señor Fabián Vásquez, administrador del restaurante ARUTAN FABIAN V	84

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Financiamiento del Full Day.	57
Tabla 2. Matriz de recolección de datos	85

Título del trabajo de integración curricular: Diseño de un plan de promoción turística sostenible para el desarrollo de la Comunidad Shuar (NARANJAL).

RESUMEN

El presente proyecto integrador tiene como objetivo diseñar y proponer un Plan de Promoción Turístico Sostenible mediante el uso de estrategias de promoción que permitan la sostenibilidad socioeconómica de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa. Para la ejecución de este proyecto se usó una investigación descriptiva y de campo, utilizando el muestreo intencional, puesto que se seleccionaron a los individuos de la comunidad Shuar a través de entrevistas individualizadas y semi-estructuradas, también para referenciar las fuentes bibliográficas obtenidas de libros y artículos científicos se aplicó la investigación bibliográfica. La Comunidad Shuar ofrece diferentes tipos de actividades, tales como; recorridos guiados por el bosque, masajes de barro, aprendizaje sobre plantas medicinales y danzas tradicionales, entre otros. Sin embargo, esta comunidad no ha podido posesionarse debido a la falta de promoción en el mercado turístico, por ende, no existe gran afluencia de turistas que visiten el lugar. Se diseñó el plan de promoción turística sostenible para la “Comunidad Shuar Tsuer Entsa” mediante el uso estrategias que permitirán optimizar su competitividad en el mercado turístico del Cantón Naranjal. El diseño tiene como propósito difundir mediante herramientas promocionales y redes sociales, con el objetivo de dar a conocer al mercado potencial las riquezas que posee, mismas que le permitirán realizar una adecuada promoción. Esto permitirá conocer el mercado potencial de la Comunidad Shuar.

PALABRAS CLAVE: Sostenibilidad, Promoción Turística , Estrategias, Comunidad Shuar Tsuer Entsa.

Title of Curriculum Integration Work: Design of a sustainable tourism promotion plan for the development of the Shuar Community (NARANJAL).

ABSTRACT

The objective of this integrative project is to design and propose a Sustainable Tourism Promotion Plan through the use of promotion strategies that allow the socioeconomic sustainability of the Shuar Tsuer Entsa Community. For the execution of this project a descriptive and field research was used, using intentional sampling, since the individuals of the Shuar community were selected through individualized and semi-structured interviews, also to reference the bibliographic sources obtained from books and scientific articles the bibliographic research was applied. The Shuar community offers different types of activities, such as guided tours through the forest, mud massages, learning about medicinal plants and traditional dances, among others. However, this community has not been able to position itself due to the lack of promotion in the tourism market; therefore, there is not a large influx of tourists visiting the area. A sustainable tourism promotion plan was designed for the "Shuar Tsuer Entsa Community" through the use of strategies that will optimize its competitiveness in the tourism market of the Naranjal Canton. The design aims to disseminate through promotional tools and social networks, in order to make known to the potential market the riches it possesses, which will allow it to make an adequate promotion. This will allow to know the potential market of the Shuar Community.

KEY WORDS: Sustainability, Tourism Promotion, Strategies, Shuar Tsuer Entsa de Naranjal Community.

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN

El turismo es una de las principales actividades económicas del país, pues dinamiza el resto de las otras actividades, sirviendo como locomotora económica. Otro aspecto importante es su valoración de la geografía y la sociedad, puesto que resalta la flora, la fauna y la extraordinaria diversidad geográfica del país de los Cuatro Mundos, todo ello acompañado del patrimonio cultural, material e inmaterial.

Existen diferentes tipos de turismo, el Natural dirigido al Desarrollo Sostenible (hábitats naturales y a su biodiversidad), donde adquieren gran relevancia los Parques Naturales, Reservas Protegidas, Ecoturismo, Medio Rural, Agroturismo y el involucramiento de la población perteneciente al área turística determinada. En cuanto al Cultural, se encarga de aspectos espirituales, materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o conjunto social, abarca no únicamente las artes y las letras, sino también, conocimientos sobre la vida, los derechos primordiales del hombre, las tradiciones y las creencias. Estas dos categorías (Natural y Cultural) son las bases fundamentales que complementan al Turismo Comunitario, dado que, permite conocer las costumbres y tradiciones de las comunidades indígenas, rurales, campesinas, mestizas y afrodescendientes, que tienen las comunidades de los diferentes cantones y provincias del país, además de contribuir con su desarrollo y sostenimiento.

La investigación que desarrollaremos está relacionada con el Centro Shuar Tsuer Entsa, ubicado en el Cantón Naranjal, provincia del Guayas, específicamente en Balao Chico. La comunidad se acentuó en el sector Camacho por el año 1974, en base a sus necesidades, se buscó estrategias para generar recursos utilizando los medios de la Naturaleza como son las piscinas naturales de agua caliente y fría. También decidieron

utilizar sus conocimientos Ancestrales e invitar públicamente a los turistas que visiten la única Comunidad Shuar ubicada en la Costa del Guayas. En el año 1977 se conformó la Comunidad con vida jurídica junto a 16 socios shuar y pertenece filial a la federación Interprovincial del Centro Shuar FICSh.

Esta comunidad actualmente se encuentra dirigida por Aij Julio Wajai Masu ocupando el cargo de presidente junto a 36 socios jurídicos, quienes han innovado nuevos tipos de servicios tales como; terapias, sauna, hidromasaje, masajes, baños de sanación, masajes con barro natural, mascarillas con barro (sábila y miel), baños de florecimiento, baños con barro natural, limpiezas con plantas naturales, danzas tradicionales y su exquisita gastronomía.

La propuesta de este proyecto se encamina hacia un eficaz plan de promoción turístico sostenible, que mejore los diferentes productos y servicios que se ofertan, con el propósito de proporcionar más fuentes de empleo, obtener un buen recibimiento publicitario, mejorar la atención del turista, recibir más ingresos económicos y mejoras de las condiciones sociales, con el fin de obtener un mejor desarrollo económico, social y cultural.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Turismo comunitario es un modelo de gestión en el que la comunidad local aprovecha el patrimonio natural y/o cultural de la región en la que se asienta para desarrollar y ofrecer un servicio turístico caracterizado por la activa participación comunitaria en la planificación y ejecución de acciones conducentes a potenciar el desarrollo sostenible de la población mediante la reinversión de los beneficios derivados de la actividad turística. (Ministerio de Turismo, Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, 2010)

Naranjal es uno de los cantones de la provincia del Guayas, que se encuentra en pleno auge del desarrollo turístico, dentro de sus atractivos más visitados esta la Ruta del Cangrejo y la Reserva Ecológica Manglares de Churute, cabe recalcar que dentro del cantón Naranjal, también se practica el turismo comunitario en los Balnearios de la Comuna Shuar Tsuer Entsa.

Esta comunidad está ubicada a 8 km de la vía Panamericana pasando el cantón Naranjal específicamente en Balao Chico, es uno de los atractivos turísticos más visitados, debido al poder curativo que poseen sus aguas termales y sus baños de barro, cabe resaltar que dichas piscinas están rodeadas de una exuberante vegetación, siendo un lugar ideal para alejarse de todo el ruido de la ciudad y estar en paz rodeado de la naturaleza.

Mediante las investigaciones realizadas, tales como: estudio de campo y entrevistas a los Socios Jurídicos y a el Presidente de la Comunidad Shuar, **se obtuvieron resultados que evidenciaron la escasa promoción y difusión turística del lugar**, el cual no permiten que sea conocida a nivel nacional, además de que algunas de sus infraestructuras no están completamente conservadas, pues no cuentan con recursos económicos suficientes para poder restaurar las facilidades turísticas que complementan el atractivo, por ende, esto provoca que los turistas tengan una mala imagen del lugar y en algunas ocasiones dejen malos comentarios del sitio.

La comunidad Shuar no ha implementado nuevos planes de promoción turística de los productos y servicios que ofrece, porque las autoridades (Mintur, Prefectura del Guayas, Gad Municipal de Naranjal), no brindan el apoyo necesario y son los mismos moradores de la comunidad los que prestan los servicios de comida, atención al turista y aseo (baño). Afuera de la comunidad se encuentra un pequeño baño público para damas y caballeros, pero no está en óptimas condiciones de uso. La comunidad Shuar cuenta con aproximadamente 13 restaurantes pequeños al aire libre donde ofrecen comidas típicas del lugar, asados, cocteles y más. Actualmente se están construyendo dos restaurantes más, para que los turistas puedan disfrutar y degustar cómodamente las comidas típicas que ofrecen.

Otro punto que se debe mencionar, es que en la comunidad Shuar y sus alrededores no llega la señal telefónica para recibir o hacer llamadas, por ende, si pasa algún accidente dentro o fuera de la comunidad no se puede contactar por ayuda, además de que no existe ningún centro de salud cercano, pero si cuentan con un botiquín de primeros auxilios.

La comunidad Shuar de Naranjal, poco a poco está retomando sus actividades turísticas, puesto que por motivos de la pandemia tuvo que cerrar sus puertas hasta poder cumplir con todas las medidas de bioseguridad para poder recibir a los turistas. Al pasar algunos meses en confinamiento la comunidad se vio afectada pues, al retomar sus actividades, la afluencia de turistas decreció a un 40%.

Por último, lo que pretende esta investigación es ser un apoyo para que la comunidad Shuar pueda mejorar su desarrollo y calidad de vida usando un plan de promoción turístico sostenible que les permita incrementar la afluencia turística y tener un mejor porvenir.

1.2. OBJETIVOS

Objetivo General

Diseñar un plan de promoción turístico sostenible para el desarrollo de la Comunidad Shuar

Objetivos Específicos

- Realizar un diagnóstico de la situación actual de la comunidad Shuar, mediante la observación de campo, entrevistas a los socios jurídicos y trabajadores del sector.
- Determinar el potencial turístico actual de la comunidad Tsuar Tsuer Entsa mediante una matriz de recolección de datos.
- Establecer estrategias de promoción turística para el desarrollo de la comunidad Shuar Tsuer Entsa mediante estrategias publicitarias y Marketing digital.

1.3. JUSTIFICACIÓN

La principal razón de la creación de este proyecto integrador es diseñar un plan de promoción turístico sostenible que ayude a la Comunidad Shuar, implementar nuevas estrategias y mejoras en los servicios del sector turístico y comercial.

La promoción turística realizada en la comunidad es muy escasa, por tal razón, no han logrado incrementar la afluencia de visitantes y no tienen un correcto desarrollo turístico del lugar. Cabe recalcar que tras la pandemia que se vive hoy en día, es un poco difícil para la comunidad Shuar obtener ingresos, puesto que la mayoría de personas no quieren contagiarse, por tal motivo se deben realizar estrategias que ayuden a mejorar la situación de la comunidad y a su vez, logre convertirla en un destino importante para todo tipo de turistas, dándole así de esta manera la oportunidad de aparecer como una gran opción para frecuentar.

Diseñar un plan de promoción turístico sostenible ayudará a que este atractivo sea conocido a nivel nacional e internacional y que de esta manera tenga más afluencias de

visitantes, mediante el uso de varias técnicas y estrategias promocionales, dando a conocer las actividades y servicios que se ofertan en el lugar.

Este proyecto integrador logrará obtener buenas repercusiones positivas, dado que ayudará a promover un sitio que no es muy reconocido a nivel nacional, además de convertirse en una vía que pueden utilizar las personas de la comunidad que buscan emprender sus propios negocios para generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando los recursos que poseen del lugar (culturales, naturales y locales).

Es importante enfatizar que al diseñar un plan de promoción turístico sostenible, por medio de estrategias tales como; publicidad de contenido, publicidad informativa, promociones de regalos, promociones de precio, promociones personales y redes sociales, la Comunidad Shuar podrá incrementar la afluencia de turistas, logrará crecer económicamente y conseguirá desarrollarse armónicamente con su entorno natural.

1.4. MARCO TEÓRICO

Antecedentes de la investigación

Durante la época de la Presidencia del Gral. Juan José Flores en el año de 1830, existió un Shuar llamado Yakum y sus dos hijos Nase y Etsa, quienes partieron desde sitios remotos en la amazonia ecuatoriana como Kusuim, Makum y Chiwiash, continuando en dirección a Limón Indanza, (territorios amazónicos en la provincia de Morona Santiago), rumbo hacia la cordillera de los Andes. (Prensa La Nación, 2019)

Yakum era jefe de una tribu pacífica y buscaba un lugar para fundar un nuevo territorio con toda su familia, alejándose de las guerras declaradas con otras tribus. Esta cualidad pacífica hizo que Yakum entablara un lazo de amistad con los mestizos, quienes les brindaron hospitalidad a los tres viajeros, los cuales permanecieron por

un tiempo compartiendo todas las vivencias de los nuevos amigos. (Prensa La Nación, 2019)

Los Shuar aprendieron algunas palabras de la lengua española, con la ayuda del párroco del sector; Yakum procedió su viaje con rumbo hacia a la costa, incursionando a las poblaciones de Cuenca, Biblián, Azogues, Cañar, Chunchi, Alausí hasta llegar a la parte baja de los ríos Chanchan y Chimbo, el cual fue bautizado con el nombre de Wampukai (termino Shuar que refiere la existencia de muchos anfibios comestibles como la rana).

Así decidieron permanecer en este lugar por algún largo tiempo porque era el sitio adecuado que tanto habían anhelado; con montañas exuberantes, ríos limpios de aguas cristalinas y diversidad de vida silvestres. (Prensa La Nación, 2019)

Continuando con su trayectoria Yakum llegó hasta Durán donde divisó el inmenso río Guayas y cruzándolo llegó a la población de Guayaquil, donde fue recibido por un sacerdote, con quien habló el motivo de su viaje y su origen. El cura admirado de esta gran hazaña, les dio hospitalidad, hasta que los tres Shuaras decidieron regresar al sitio de “Wampukai”, conocido hoy como “Bucay”, Yakum retornó a su tierra natal, para traer su familia y formar su propio pueblo shuar. (Prensa La Nación, 2019)

La valentía de Yakum en descubrir y conquistar nuevas tierras fue inspiración ejemplo para otras etnias amazónicas años más tarde. La etnia Shuar a través de plantas medicinales como Maikiua Y Natem; utilizadas en los ritos sagrados ante las “Tunas” (cascadas), les han permitido revelaciones del “DIOS ARUTAM” (dios de la naturaleza), sobre la existencia de nuevas tierras que serían encontradas atravesando la cordillera de los andes, así también que la pureza de su etnia duraría hasta la quinta generación y que luego surgirían muchas dificultades para la vida del

shuar por la influencia de la nueva civilización, mezclándose con otras culturas y como resultado final la extinción de su raza. (Prensa La Nación, 2019)

Esta comunidad se asentó en el sector Camacho por el año 1974, y en base a sus necesidades, buscó estrategias para generar recursos utilizando los medios de la naturaleza como son las piscinas naturales de agua caliente y fría. En el año 1977 por el mes de diciembre la comunidad Shuar Tsuer Entsa, establecida en la costa se conformó con vida jurídica junto a 16 socios Shuar y pertenece filial a la federación Interprovincial del Centro Shuar FICSh. (Wajai Masu, 2021)

La comunidad Shuar, ha sido una parte importante para el progreso del Cantón Naranjal debido a que anualmente se reciben turistas, que buscan conocer la cultura y la vivencia de esta comunidad que ocupa más de 500 hectáreas de bosque, flora y fauna en estado natural. Los turistas que visiten a esta comunidad, que se encuentra ubicada a 20 minutos de la entrada de Balao Chico, donde interactúan con más de 30 miembros de la comunidad que aún mantienen sus costumbres. Además, tienen la oportunidad de recorrer el bosque con la compañía de guías nativos, apreciar sus cantos y danzas típicas, tomar un baño en las vertientes naturales de agua caliente o en las frías aguas de la montaña, hidromasajes, baños de sanación, masajes con barro natural, mascarillas con barro, sábila y miel, baños de florecimiento, baños con barro natural, limpias con plantas naturales y disfrutar de la comida típica Shuar, entre otros. (Wajai Masu, 2021)

Fundamentación teórica

Turismo

Según la Real Academia Española define el turismo como el “Conjunto de viajes realizados por placer o motivos comerciales o profesionales y otros análogos, durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es temporal” (RAE, 2019).

El Reglamento de la Ley de Turismo señala que “es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos” (Reglamento de la Ley de Turismo, 2008).

Según Sancho (2019) “Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en diferentes lugares al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (pág. 46).

El turismo nació en base a las necesidades de las personas ya sea relacionado al trabajo, estudios o simplemente por querer viajar, conocer y disfrutar, así lo afirma Sancho (2019) “es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas” (pág. 46).

El turismo es un gran aporte para la economía mundial; grandes economías emergentes, así como desarrolladas, dependen en gran parte del sector turístico. Un sector por el que pelean el liderato países como: Estados Unidos, Francia y España, del mismo modo que buscan posicionarse como la primera potencia turística del mundo. Un objetivo muy rentable en aquellos países que lo consiguen. Ya que hablamos de un sector que no solo genera capital para el país, así como riqueza cultural, sino que representa uno de los mayores motores de crecimiento y desarrollo económico en el planeta. (Coll Morales, 2019)

El turismo se ha convertido en la tercera fuente de ingresos no petroleros; además, constituye un potencial económico que generó 1449,3 millones de dólares de enero a diciembre del año 2016; el Ecuador tiene un marco legal que ha permitido en los últimos años alinearse y tomar acciones adecuadas para el desarrollo e implementación de alcanzar un Turismo que sea Sostenible, siendo la base principal,

la Ley de Turismo y que su accionar se refleja claramente en el Plan Estratégico de Turismo Sostenible PLANDETUR 2020. (Medina, 2018)

Algunos de sus objetivos son:

- Coordinar los esfuerzos públicos, privados y comunitarios para el desarrollo del turismo sostenible, establecidos en las regiones y bajo el principio de disminuir el índice de la pobreza (Medina, 2018).
- Crear las condiciones para que el turismo sostenible sea un eje dinamizador de la economía ecuatoriana que busca mejorar la calidad de vida de su población y satisfacción de la demanda turística actual (Medina, 2018).
- Insertar al turismo sostenible en la política de estado y en la planificación nacional para potenciar el desarrollo integral y la racionalización de la inversión pública y privada (Medina, 2018).

Para el 2020, el Ecuador manifiesta que el Turismo es una actividad que permite generar riqueza y espacios donde exista la equidad. El Plan de desarrollo turístico ha constituido un marco de referencia orientador para todas las actividades que se han desarrollado en el país, que se sustenta en las relaciones de los diversos sectores para emprender e innovar con mejores prácticas que permitan desarrollar al país sobre la base de un sector turístico competitivo con alta calidad, anfitriones capacitados, un entorno seguro, fluida conectividad y con un marco jurídico e institucional que promueva inversiones saludables. (Medina, 2018)

Turismo Comunitario

Existen diferentes tipos de turismo que se pueden realizar en el Ecuador, uno de ellos es el Turismo Comunitario que según Cabanilla Vásconez & Garrido Cornejo (2017) lo definen como:

Toda actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de las riquezas naturales y la valoración del Patrimonio Cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados. (pág. 53)

Lo que se desea lograr con el turismo comunitario, es garantizar una sostenibilidad social y medioambiental, mejorando las relaciones éticas y solidarias entre las poblaciones autóctonas y los turistas, dando como resultado la conservación medioambiental y la valorización de la producción local, de la cultura y de las identidades.

El Turismo Comunitario debe ejercer un rol sustancial y participativo en todo el proceso, del mismo modo que está basado en principios de sostenibilidad y equidad. La sostenibilidad se refiere al desarrollo equilibrado en el tiempo de los recursos naturales, socio-culturales y económicos, al respeto del medio ambiente, la cultura, la tradición, promoviendo el bienestar de la población local. El concepto de equidad, en este caso, está vinculado a los servicios turísticos prestados y operados directamente por los pobladores de estas localidades, de diversas formas. A su vez, los beneficios deben integrarse a la economía del pueblo, redistribuyéndose, y generando valor. (Cabanilla Vásconez & Garrido Cornejo, 2017, pág. 53)

Según Orgaz (2017) “El turismo comunitario es una herramienta para el desarrollo sostenible, debido a que este en su concepción establece la autogestión de la actividad por parte de los pobladores locales, por lo que constituye una nueva forma de desarrollo” (pág. 255).

El turismo comunitario ha sido objeto de estudio por varios académicos e investigadores de todo el mundo, y varias son las experiencias que a nivel internacional se localizan, unas más y otras con menos éxito, pero todas con el

objetivo de desarrollar nuevos destinos turísticos a partir de la cultura y el patrimonio de las localidades, siendo utilizados por la propia comunidad como herramientas para erradicar la pobreza. (Ocaña, Chaviano, & Vargas, 2017, pág. 257)

“Se presenta como una alternativa de desarrollo económico y de permanencia, donde abarca la política turística en el cual no está dirigida para todas las regiones ni de las comunidades indígenas y campesinas de la entidad” (Cruz & Vélazquez, 2019).

Según la CONAIE “en nuestro país la nacionalidad Shuar se encuentra ubicada en las provincias de Morona Santiago, Pastaza y Zamora Chinchipe, existiendo otros asentamientos en Sucumbíos y Orellana (Amazonia) y en la Región Litoral, Guayas y Esmeraldas” (CONAIE, 2014). Algunas de estas nacionalidades Shuar son: comunidad Shuyun tsachila (Santo Domingo de los Tsáchilas), comunidad Cumbatza (Morona Santiago), comunidad Shuar Tsuer Entsa (Naranjal), comunidad Kuri Warmi (Pastaza), La Moya (Riobamba) y el Centro de Turismo comunitario de Pondoá (Baños de Agua Santa), entre otros.

La Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) reúne a comunidades indígenas de todo el Ecuador que ofrecen servicios de turismo, de guías y de alojamiento. Se incorporó como una organización sin fines de lucro (registrada en conformidad con la ley), que reúne diversas iniciativas comunitarias de turismo, en las tres regiones continentales del Ecuador: Costa, Sierra y Amazonía. La Federación comenzó a finales de la década de 1980, y reúne 106 actividades comunitarias (con 33,869 beneficiarios directos estimados en 2009). La reincorporación de prácticas tradicionales de manejo de la tierra para la mejoría de la agricultura ha complementado las iniciativas de ecoturismo en las diferentes regiones. (Federación de Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), 2017, pág. 5)

Las principales metas de la FEPTCE son el promover y reforzar iniciativas turísticas comunitarias a nivel nacional e internacional, así como la mejora de la calidad de vida de las comunidades mediante el desarrollo sostenible y el sostenimiento de la identificación cultural. La visión del grupo para los próximos 15 años es el turismo comunitario, como una actividad sustentable, que genere beneficios económicos para las comunidades involucradas, que contribuya a la conservación de la herencia natural, y al fortalecimiento de la diversidad étnica y cultural. Los objetivos clave de la federación son el fortalecimiento organizacional, la revitalización cultural, el manejo del territorio indígena, y el desarrollo económico, que se encuentra establecido en la comunidad. La revitalización cultural, se diseñó para conservar y reforzar los principios y valores ancestrales que preservan la coexistencia de la comunidad indígena con la “Pachamama”, o la madre tierra; busca recuperar símbolos indígenas, la sabiduría de los antepasados, técnicas de arquitectura, medicina, agricultura, y expresiones culturales como danza, música, rituales, mitos, cuentos y leyendas. (Federación de Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), 2017, pág. 6)

Según la FEPTCE (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador) pretende que el ecoturismo en áreas protegidas tenga bases comunitarias, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración de su patrimonio para la distribución equitativa de los beneficios, a través de un sistema rotativo, en el cual todos deberán beneficiarse y las ganancias deben ser utilizadas en proyectos comunitarios. (Medina, 2018)

Mediante las estadísticas de la Federación Plurinacional del Turismo Comunitario, en el año 2013 en el Ecuador existían 158 operaciones de turismo comunitario en su mayoría integradas por comunidades indígenas-campesinas, de las

cuales 121 son socias de la FEPTCE; 44 operaciones se encuentran consolidadas, es decir cuentan con infraestructura, personal capacitado y reciben turistas; 61 comunidades están en proceso de consolidación; 27 en iniciación, 7 se encuentran estancadas y del resto no se dispone de información (Ocaña, Chaviano, & Vargas, 2017, pág. 259)

Actualmente el Turismo comunitario, tiene el propósito de poder emplear un Desarrollo Sustentable, donde se pueda concientizar el cuidado y protección del medio ambiente. Según la Organización Mundial de Turismo define al “Desarrollo Sostenible como aquel que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales, para satisfacer los deseos que tienen el turista, de la industria, de los alrededores y de las entidades” (Organización Mundial para el Turismo, 2020).

Desarrollo Sostenible

Las directrices para el Desarrollo Sostenible del Turismo y las prácticas de gestión sostenible, se aplican a todas las formas de turismo en todos los tipos de destinos, incluyendo el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos que se encuentran relacionados, (...). Por lo tanto, el Turismo Sostenible debe:

- “Brindar un uso óptimo a los recursos medioambientales, debido a que es un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica” (Organización Mundial para el Turismo, 2020).
- “Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar los recursos naturales y culturales, y apoyar a la tolerancia intercultural” (Organización Mundial para el Turismo, 2020).
- Asegurar actividades que generen ingresos viables a largo plazo, generando beneficios socioeconómicos bien distribuidos, entre los que se cuenten

oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza. (Organización Mundial para el Turismo, 2020)

Promoción Turística

La Promoción Turística permite la difusión de un destino turístico a través de los medios que ayuda a captar al cliente en ofrecer diferentes servicios, dependiendo el tipo de Turismo que se esté realizando como lo afirma Castillo & Castaño (2015) “La promoción turística es uno de los grandes pilares de la Comunicación del Marketing, la cual se refiere a comunicar a los posibles turistas (consumidores) sobre una oferta turística” (pág. 738).

Redes sociales

La importancia de utilizar las redes sociales, es debido a la publicación de contenido que pueda atraer al cliente y así poder conseguir más seguidores. Para eso, en este artículo, se analizará los datos arrojados por las distintas herramientas tecnológicas y las plataformas digitales, específicamente en el país meridional, Ecuador, haciendo una revisión general de la data esencial para entender el uso de las líneas telefónicas, el servicio de internet y las redes sociales a lo largo del territorio del país sudamericano. (Xie, 2020)

Como objeto de análisis de las redes sociales oficiales, en cuanto a la Promoción Turística utilizadas por los 22 países iberoamericanos entre ellos están: Andorra, Argentina, Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Chile, República Dominicana, Ecuador, El Salvador entre otros, así lo afirma Beezhotels (2016) “Donde se han tenido en cuenta, que las redes sociales de Facebook, son consideradas las más destacadas en el sector turístico” (pág. 141).

Dentro de las redes sociales se encuentra Facebook, donde la cifra de usuarios totales es de 12 millones, siendo la más utilizada por los mayores de 13 años que representa

un 90% de la misma, esta cifra ha tenido un incremento desde el año pasado (2020) del 9.1% lo que representa a más de un millón de personas, donde un 51.3% de la audiencia es masculina, mientras que el 48.7% es femenina; seguido está Instagram, que cuenta con un total de 3.90 millones de habitantes, lo que refleja un 29% de la población (mayores de 13 años), y tiene el incremento del 2.6% en el último cuarto evaluado, y teniendo un 53.8% de audiencia femenina, y con 46.2% de la audiencia masculina; y finalmente Twitter conocido como el pajarito de color azul, tiene 1.11 millones de clientes, lo que comparado con el total de la población de un 8.3% de la misma, cifra que se ha mostrado un incremento de más del 3.1%, contando con una audiencia masculina del 63.4% mientras que las damas representan un 36.6%. lo que nos lleva a concluir que, aunque la audiencia de Twitter no representa ni un 10% de la población. (Xie, 2020)

Según los autores Fernández, López & Arévalo (2016) “afirman que las redes sociales, por una parte, podrían facilitar un determinado posicionamiento que permite abrirse paso ante el aumento de la competencia turística entre los territorios” (pág. 78).

Además, comunican de manera decisiva la imagen de los destinos turísticos, en la que los usuarios adquieren un nuevo papel en la estrategia comunicativa de destino, ya que se intercambia información y genera contenidos que influyen en otros posibles turistas. (Pérez & Torres, 2019, pág. 78)

1.5. MARCO CONTEXTUAL

En el año 2017, se efectuó un “**Diagnóstico local turístico del centro Shuar Tsuer Entsa del cantón Naranjal**”, a través de la revista Conference Proceeding, UTMACH (Universidad Técnica de Machala), donde se realizó una investigación exploratoria con enfoque cualitativo y cuantitativo mediante la observación directa,

aplicación de entrevistas y el uso de la Guía Metodológica para la jerarquización de atractivos y generación de espacios turísticos elaborado por el Ministerio de Turismo del Ecuador. Mediante la ficha para la elaboración del Inventario se logró clasificar y valorar el potencial y automatizar el proceso de jerarquización del Centro Shuar Tsuer Entsa. El procedimiento para el levantamiento de información se lo realizó de la siguiente manera: registro, jerarquización y especialización de atractivos turísticos. (Aponte, Freire, Sacón , & Cartuche, 2018)

En la Fase I se identificó la categoría del lugar, tipo y subtipo; se recopiló información primaria mediante el trabajo de campo y la verificación in situ de los atributos de la comunidad como la accesibilidad, infraestructura, salud, seguridad entre otros datos. La información secundaria se la realizó a través de material bibliográfico para obtener información acerca de las normas locales como la Ley de Turismo el PLANDETUR 2020, también se revisó temas de turismo como, atractivo turístico, capacitaciones, educación ambiental, planta turística, actividades que se realizan y estrategias. (Aponte, Freire, Sacón , & Cartuche, 2018)

En la Fase II se realizó la ponderación y jerarquización del Centro Shuar Tsuer Entsa, donde fue la clave para identificar las falencias que presenta el atractivo y a su vez tomar acciones para tener un mejoramiento en el desarrollo turístico. (Aponte, Freire, Sacón , & Cartuche, 2018)

Según los autores Aponte, Freire, Sacón & Cartuche (2018) “Utilizaron el método de la entrevista, donde su enfoque fue directamente a miembros de la comunidad y sus representantes, basada en el Manual de Diagnóstico Turístico Local; Las variables propuestas en el estudio son las siguientes” (pág. 384)

- Variable independiente: Situación actual del Centro Shuar Tsuer Entsa.
- Variable dependiente: Diagnóstico local turístico.

En la Universidad de Guayaquil en el año 2017, se realizó una investigación acerca de la **“Oferta y demanda en la comunidad Shuar Tsuer Entsa como destino de turismo de salud”**, donde consiste en analizar y reconocer los problemas del Centro Shuar Tsuer Entsa y a su vez de una manera detallada se podrá demostrar o evidenciar que dicha investigación muestre cómo el diseño de un centro de relajación servirá para el mejoramiento de la comunidad Shuar Tsuer Entsa; La investigación comprenderá datos veraces y reales que se demostrarán con la utilización de métodos, una vez realizada la misma mediante la observación de dichos problemas de la comunidad, con la recolección de datos, utilización de herramientas que darán la viabilidad del estudio y que éste sea validado. Esta investigación tiene relevancia social al destacar la importancia que adquiere el uso de la medicina autóctona tradicional, entre los diversos actores beneficiados a través de la misma, se encuentran a los habitantes de la comunidad Shuar Tsuer Entsa, que tendrán más afluencia de turistas y son fuente económica para su comunidad, los visitantes serán los beneficiarios en adquirir el servicio para la mejora de su salud, los prestadores de servicios turísticos, porque enlazarán a la comunidad con un atractivo turístico en salud. (Miranda, 2017)

Otro ejemplo en la Universidad Católica Santiago de Guayaquil en el año 2016 se realizó una **“Propuesta de plan de mejora de producto turístico para la comunidad Shuar Tsuer Entsa en Naranjal para el desarrollo de la comuna”** donde el presente trabajo se limita a evaluar el producto turístico que ofrece la comunidad Shuar Tsuer Entsa y dentro del alcance se propone un diseño de mejora para las facilidades Turísticas y servicios complementarios, ofreciéndoles soluciones confortables, buscando que la comunidad se beneficie al dar una buena atención y este a su vez genere divisas. La investigación mostrará, según hechos y datos

obtenidos lo importante que es de mejorar los comedores que se encuentran dentro de la comunidad, que cuenten con capacidad para más personas, comodidades e implementos que hagan placentera la estadía de los visitantes y a su vez puedan disfrutar de todas instalaciones que ostentan. (Vera & Mejía, 2016)

Tiene como meta a más de darle excelencia y comodidad a las personas, brindar y contribuir con ayuda a la comunidad Shuar en el ámbito turístico del lugar para darle una mejor imagen a los comedores y de esta manera les ayudará a que los comuneros ofrezcan un servicio de primera y que los comedores acojan un gran número de personas que vayan a degustar su exquisita gastronomía y a su vez dándoles la oportunidad de disfrutar los bailes ancestrales que el lugar ofrece. (Vera & Mejía, 2016)

1.6. MARCO LEGAL

Constitución de la República del Ecuador.

Según la Constitución de la República del Ecuador (2008), (título II, capítulo cuatro) sobre los Derecho de las comunidades, pueblos y nacionalidades se ampara en los siguientes artículos (pág. 26).

Art. 56.- Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 26).

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 26).

1. Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 26).
2. Conservar y desarrollar sus propias formas de convivencia y organización social, y de generación y ejercicio de la autoridad, en sus territorios legalmente reconocidos y tierras comunitarias de posesión ancestral (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 26).
3. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 26).
4. Impulsar el uso de las vestimentas, los símbolos y los emblemas que los identifiquen (Constitución de la República del Ecuador, 2008, pág. 26).

Ley de Turismo

Según la Ley de Turismo (2014), capítulo I “GENERALIDADES” se ampara a través de los siguientes artículos (pág. 1).

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

- a) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país (Ley de Turismo, 2014, pág. 1).
- b) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos. (Ley de Turismo, 2014, pág. 1)

Plan del Buen Vivir 2017-2021

Senplades (2017) **Eje 1:** “Derechos para todos durante toda una vida” (pág. 61).

Objetivo 2: “Afirmar la interculturalidad y plurinacional, revalorizando identidades diversas” (Senplades, 2017, pág. 60).

Política 2.2 “Garantizar la interculturalidad y la plurinacionalidad en la gestión pública, para facilitar el goce efectivo de los derechos colectivos de los pueblos y nacionalidades” (Senplades, 2017, pág. 63).

Política 2.3 “Promover el rescate, reconocimiento y protección del patrimonio cultural tangible e intangible, saberes ancestrales, cosmovisiones y dinámicas culturales” (Senplades, 2017, pág. 63).

Política 2.4 “Impulsar el ejercicio pleno de los derechos culturales junto con la apertura y fortalecimiento de espacios de encuentro común que promuevan el reconocimiento, la valoración y el desarrollo de las identidades” (Senplades, 2017, pág. 63).

Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios

Según el Reglamento para los Centros turísticos Comunitarios (2010), capítulo V “Patrimonio” se ampara de los siguientes artículos (pág. 4)

Art. 15.- Oferta Turística. - Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades (Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, 2010, pág. 4).

Art. 17.- Sostenibilidad ambiental. - La actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio (Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, 2010, pág. 4).

Art. 19.- Turismo en áreas naturales del Estado. - Es de competencia de los ministerios de Turismo y del Ambiente coordinar el ejercicio de las actividades turísticas comunitarias en el Patrimonio de Áreas Naturales del Estado (PANE), las

regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas, la fijación y cobro de tarifas por el ingreso y demás aspectos relacionados con el PANE. (Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, 2010, pág. 4)

Los centros de turismo comunitario deberán sujetarse a los planes de manejo ambientales del PANE, determinadas por el Ministerio del Ambiente y recibirán del Ministerio de Turismo, en igualdad de condiciones, todas las facilidades necesarias para el desarrollo de las actividades turísticas. (Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, 2010, pág. 4)

1.7. MARCO CONCEPTUAL

Es importante definir algunos términos que se van a utilizar en el proyecto de investigación:

Promoción Turística

“Es el conjunto de actividades que tiene por objeto difundir las Regiones, Destinos, Atractivos y Servicios Turísticos” (Reglamento General ley de Turismo, 2015).

Cultura

“La cultura es el conjunto de conocimientos y rasgos característicos que distinguen a una sociedad, una determinada época o un grupo social” (Peiró, Cultura, 2020).

Comunidad

“Es una colectividad que está integrada, ya sea por personas y/o instituciones, que se encuentra encaminada de mantener una excelente eficacia de calidad de vida” (Ivette, 2020).

Producto Turístico

Es una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que

representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. (UNWTO, 2017)

Sector Turístico

Está integrado a la economía mundial, hace referencia al sector que engloba a todas aquellas empresas que, de forma directa o indirecta, están relacionadas con el turismo. Dentro de este sector se encuentran todas aquellas empresas de hostelería, restauración, transporte, así como toda actividad que pueda estar relacionada con el mundo del turismo. (Coll Morales, 2014)

Mercado Turístico

Es un ámbito de manifestación de las relaciones económicas entre productores y consumidores de productos turísticos, en el que se realiza el proceso de convertir los servicios turísticos en dinero y viceversa. Cada productor y consumidor de productos turísticos tiene sus propios intereses económicos, que pueden no coincidir. Cuando concurren, hay un acto de compra y venta de producto turístico. Debido a que el mercado es una especie de instrumento para conciliar los intereses de la producción y el consumo. La posición central en el mercado la ocupa el comprador (cliente). El deber de un buen vendedor es satisfacer las necesidades de sus clientes. (CEUPE, 2020)

Demanda Turística

El concepto de demanda está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones que los individuos realizan constantemente en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y, por lo tanto, su determinación depende de numerosos

factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos. (Mamani, 2016)

Tipos de demandas

La demanda efectiva o actual: “es el número actual de personas que participan en la actividad turística, es decir, que efectivamente viajan. Este grupo es el que se mide más fácilmente y el que se encuentra reflejado en las estadísticas mundiales” (Mamani, Tipos de Demanda Turística, 2016).

Grupo Étnico

Es una comunidad determinada por la existencia de ancestros y una historia en común. Se distingue y reconoce por tradiciones y rituales compartidos, instituciones sociales consolidadas y rasgos culturales como la lengua, la gastronomía, la música, entre otros elementos. Los integrantes de un grupo étnico son conscientes de pertenecer a él, comparten entre ellos una carga simbólica y una profundidad histórica. (Secretaría de Cultura, Recreación y deporte, 2015)

Accesibilidad y Conectividad

Contempla el ingreso, horario al atractivo y facilidades instaladas para personas con alguna discapacidad; además, se hace referencia a la existencia de vías de acceso al sitio, con énfasis en las cualidades que condicionan la relación distancia/tiempo, así también la conectividad tecnológica. (Ministerio de Turismo, 2017)

Planta Turística

“Registra equipamientos y la disponibilidad de servicios en el atractivo” (Ministerio de Turismo, 2017).

Difusión del atractivo

“Publicaciones internacionales, nacionales, monografías o medios de difusión. Declaratorias y reconocimientos. Relevancia y divulgación” (Ministerio de Turismo, 2017).

Tipos de visitantes y Afluencia

Es el registro de los diferentes tipos de visitantes que acuden a los lugares turísticos a visitar, donde esto hace que pueda ver un índice alto de la demanda potencial que existe en cada atractivo que el turista realiza durante su visita. (Ministerio de Turismo, 2017)

Recurso Humanos

“Hace referencia al nivel de instrucción académico del personal que labora en el atractivo” (Ministerio de Turismo, 2017).

CAPÍTULO 2

2. METODOLOGÍA

2.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

El diseño de la investigación es cualitativo, ya que nos ayudó a recoger y evaluar datos no estandarizados, mediante la observación de campo (tomando notas sobre el comportamiento y actividades de los individuos en el sitio de investigación), entrevistas, (realizándolas de manera presencial, por teléfono y de manera virtual-correo electrónico), mediante revisión de documentos (consultando en periódicos, reportes, documentos científicos, entre otros) por último, utilizando materiales digitales y audiovisuales (fotografías, videos, páginas web, correos electrónicos, mensajes de texto, entre otros), todo esta investigación se la realizo con el fin de obtener una comprensión más profunda de las dificultades que posee la comunidad Shuar Tsuer Entsa.

2.2. TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Son indispensables en este proceso pues, componen la estructura por medio de la cual se organiza la investigación, permitiendo: ordenar las etapas de la investigación, aportar instrumentos para manejar la información, llevar un control de los datos y orientar la obtención de conocimientos. Los tipos de investigación que se utilizaron fueron de campo, bibliográfica, y descriptiva.

Bibliográfica

Se utilizó esta investigación bibliográfica, puesto que nos permitió recabar información, utilizando diferentes tipos de páginas web, revistas científicas, libros, tesis y periódicos, para que de esta manera se pueda reunir información detallada sobre los antecedentes legales, historia, características del lugar y los servicios que tiene la comunidad Shuar, teniendo como finalidad, identificar las posibles causas que no permiten a la comunidad desarrollarse correctamente. (Se utilizó más la investigación bibliográfica puesto que la pandemia no permitió realizar una correcta salida de campo).

De Campo

Esta investigación de campo, nos permitió la observación en contacto directo con el objeto de estudio, y el acopio de testimonios que permitieron comparar la teoría con la práctica en la búsqueda de la verdad objetiva.

Descriptiva:

La investigación es descriptiva porque se evidencia mediante la observación y las entrevistas realizadas a los socios jurídicos de la comunidad Shuar, el trabajador encargado de aparcacoches y los representantes del sector de alimentos y bebidas, sobre el desconocimiento de los planes de promoción turísticos.

2.3. MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los métodos de esta investigación son fundamentales para el desarrollo de un estudio de cualquier tipo puesto que indican el camino a seguir. Los métodos utilizados para esta investigación nos permitieron plantear los problemas de la comunidad y a su vez, poner a prueba hipótesis e instrumentos que nos permitieron solucionar dicho problema. Los métodos utilizados fueron de nivel Teórico y empírico.

DE NIVEL TEÓRICO

Histórico-Lógico:

Mediante este tipo de método se obtuvo información de todos los acontecimientos ocurridos en la historia del lugar, hechos que son relacionados con la elaboración de un plan de promoción turístico sostenible para la comunidad Tsuer Entsa.

Analítico – Sintético:

Estos métodos permitieron dividir o separar la información en pequeñas partes, para poder ser estudiada y observada minuciosamente, todo esto se lo realizo con el objetivo de encontrar los problemas que tiene la comunidad Shuar al no poseer un plan de promoción turístico sostenible. Esta información se obtuvo por medio de diversos instrumentos de recolección de datos (observación de campo, encuestas, entre otros), mismos que sirven para establecer soluciones al problema.

Inducción - Deductivo

Con el método de inducción se evidenciaron los criterios obtenidos del problema “el desconocimiento sobre el uso de un plan de promoción turístico sostenible para mejorar el desarrollo en la Comunidad Shuar de Naranjal”. Esta información se obtuvo por medio de datos puntuales que se analizaron en la investigación. Con el método inductivo, se

obtuvieron datos más específicos con la ayuda de las entrevistas, llegando a una conclusión general en base al problema.

DE NIVEL EMPÍRICO

Observación

Por medio de este tipo de método se permitió obtener un diagnóstico y emitir criterios con ayuda de diferentes fuentes investigativas. En el cual se ha trabajado con 2 tipos de observación: la participante y no participante, para así poder divisar desde el lugar los servicios y productos utilizados por los turistas.

2.4. TÉCNICAS Y HERRAMIENTAS

ENTREVISTAS:

La entrevista es una técnica de recopilación de información mediante una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre ambas partes. (Ramos Chagoya, 2018)

Se realizó la entrevista al Sr. Aij Julio Wajai Masu, presidente de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, cuyo papel es ser la autoridad que representa a la misma, este estuvo dispuesto a colaborar con la información que necesitábamos y también nos permitió tener contacto con algunos de los socios jurídicos. Para el efecto se ha estructurado un cuestionario de preguntas.

Se contó con la entrevista del Sr. Alex Vásquez que brinda el servicio de chamán dentro de la comunidad Shuar Tsuer Entsa, dio detalle de las prácticas medicinales que ofrece al visitante, se elaboró un cuestionario de preguntas semi-estructuradas, para la obtención de una información más completa.

Se realizó la entrevista a la Sra. Carmita Kitiar Lequi quien también ofrece sus saberes medicinales, dentro de la comunidad, se realizaron preguntas semi-estructuradas para determinar los servicios más frecuentados por el visitante.

Se entrevistó al Sr. Fabián Vásquez (ex bailarín de danza), quien es administrador del restaurante ARUTAN Fabián, esta entrevista se la realizó de manera presencial. Se realizaron preguntas semi-estructuradas para determinar las comidas más consumidas por el visitante.

Por último, se realizó la entrevista al señor Cristhian Sellerí encargado del parqueadero, esta entrevista fue de manera presencial. Se elaboró un cuestionario de preguntas semi-estructuradas, para la obtención de una información más completa.

2.5. POBLACION Y MUESTRA

El objetivo de esta investigación fue determinar los problemas que tiene la comunidad Shuar al no poseer un plan de promoción turístico sostenible, cuya población llega a los 90 habitantes y se encuentran divididos aproximadamente en 33 familias; para optimizar la productividad de este plan de promoción, se realizó un muestreo no probabilístico intencionado a 5 personas pertenecientes a la comunidad Shuar. Las personas entrevistadas fueron algunos socios jurídicos y trabajadores de la comunidad, también se entrevistó a personas dedicadas a la gastronomía del lugar y al presidente de la comunidad Shuar Tsuer Entsa. Toda la información recibida por parte de las 4 personas entrevistadas se corroboró con el presidente de la comunidad, en la entrevista que se le realizó.

Tipo de muestra

Para la presente investigación se manejó una técnica no probabilística, donde se utilizó el muestreo intencional, puesto que se seleccionaron a los individuos de la comunidad Shuar a través de entrevistas individualizadas y semi-estructuradas, en el que las personas

de la comunidad acudieron voluntariamente para participar. Estas entrevistas se las realizo hasta alcanzar el número necesario para la muestra.

2.6. ANÁLISIS DEL REGISTRO DE OBSERVACIÓN

Mediante la observación de campo se pudo comprobar la situación actual de la comunidad Shuar y los problemas que tienen: no cuentan con ayuda económica de instituciones públicas o privadas, no pueden dar el mantenimiento adecuado al lugar. Otro de los problemas que enfrentan es la disminución de los turistas al lugar, pues debido a la pandemia la afluencia de personas decreció a un 40%.

La comunidad no posee canales de publicidad actualizados, que permitan al turista descubrir las maravillas que poseen, esto se debe a que no tienen el suficiente conocimiento para diseñar un plan de promoción turístico sostenible que les permita desarrollarse correctamente y a su vez aumentar la afluencia de turistas.

La comunidad Shuar posee dos socios jurídicos que se encargan de la medicina ancestral el señor Alex Vásquez y la señora Carmita Kitiar Lequi, ambos miembros de la Comunidad Shuar que practican la medicina ancestral.

Este análisis se realizó con la ayuda de una matriz de datos, misma que ayudo a evaluar la situación actual de la comunidad para así obtener una comprensión detallada de la investigación.

En la presente fotografía, se observa una valla publicitaria que muestra a cuantos kilómetros se encuentra la comunidad, asimismo se puede observar los servicios que ofrece, tales como: alojamiento, gastronomía, artesanías danzas, masajes y limpias.



Figura 1 Cartel de Información de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa
Registro tomado el: 02/03/2021. Hora: 10h57am

La siguiente evidencia, muestra la fachada principal del ingreso a la Comunidad Shuar, también se puede observar un cartel con los protocolos de bioseguridad que debe tener el turista al ingresar al lugar.



Figura 2. Ingreso a la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.
Registro tomado el: 02/03/2021. Hora: 11h24am

Se realizó una toma completa de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, donde se encuentra una naturaleza exótica, rodeada de exuberantes paisajes, y además reconocidos por sus famosas aguas termales y su alto poder curativo, también se practica el turismo de

aventura y el aviturismo, donde los turistas visitan el bosque húmedo tropical siendo un lugar ideal para aquellos que quieren adentrarse en la montaña a observar y tomar fotos de las diversas especies de plantas y animales.



Figura 3. Vista completa de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa
Registro tomado el: 02/03/2021. Hora: 11h20am

Dentro de la comunidad se puede observar el mal estado de la infraestructura de los baños y vestidores, la puerta de los vestidores es de madera, pero dicha madera no se encuentra en buen estado y se debe retocar o volver a pintar las paredes.



Figura 4. Baños y vestidores de la Comunidad Shuar Tsuer
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 11h27am

Dentro de la comunidad Shuar se encuentran pequeñas cabañas donde se realizan terapias ancestrales, masajes, hidromasajes, limpiezas espirituales, solucionando problemas de

la columna, estrés, alineación de columnas, y los majestuosos baños de barro entre otros. Existe un pequeño problema, pues para llegar a dichas cabañas se debe hacer uso de escaleras, lo cual es un poco peligroso para personas con capacidades especiales que deseen realizarse algún tratamiento, no tiene el debido acceso correspondido.



Figura 5. Servicios de sauna, hidromasaje y masajes
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 11h28am.

Dentro de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa se pueden observar 3 piscinas que varían en su temperatura la primera es de agua fría (menos de 20 °C) la segunda es de agua mesotermal (35-45 °C) y la tercera es de agua hipertermal (45-100 °C) la mayoría de personas que acuden al lugar, son por dolores musculares y afecciones como artritis y reumatismo. Las tres piscinas cumplen con los parámetros, puesto que cuenta con pasamanos y sus respectivas escaleras.



Figura 6. Piscina de agua fría.
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 11h37am.

Las personas encargadas realizan collares, usando materiales naturales traídos de las montañas, también hacen vasijas de cocos adornados con Shakirones, realizan pulseras, gargantillas y aretes, mismos que son usados al momento de presentar sus danzas, el precio de estas artesanías varía desde \$1 en adelante.



Figura 7. Casa de Artesanías.
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 11h28am.

No todos los alrededores de la comunidad poseen una correcta señalización y algunas se encuentra en mal estado, es muy importante tener todo el lugar con señaléticas, pues así se evita cualquier tipo de accidente y las personas que visiten el lugar se sentirán satisfechas y seguras.



Figura 8. Señalización de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.
Registro tomado el 02/03/2021 Hora: 11h29am.

La Comunidad Shuar realiza danzas para las personas que visitan el lugar, estas son realizadas a las afueras del centro Shuar, todos los domingos. Sus trajes, lanzas y pulseras son elaboradas por ellos mismos.



Figura 9. Establecimiento donde realizan bailes y rituales para los turistas
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora 11h32am

En la parte alta de la Comunidad, se encuentra las cabañas de relajación para el turista, al realizar la visita al lugar, se pudo observar que los asientos y mesas se encontraban un poco deteriorados, provocando una mala imagen para el lugar.



Figura 10. Áreas de descanso.
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 11h33am

Desde el 2015 existe en la comunidad el llamado Llama Gea, que en quechua significa Hospedaje Típico, realizado especialmente para los turistas que deseen pernoctar allí, cuenta con dos habitaciones, ambas son familiares con capacidad para 6 personas cada una, el costo va desde \$15 individual, \$25 la pareja y \$50 por familia incluyendo el acceso de las aguas termales. No cuenta con un mayor número de habitaciones y no puede ofrecer más estadías a los turistas que deseen quedarse más tiempo.



Figura 11. Hospedaje que ofrece la Comunidad Shuar Tsuer Entsa
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 11h34am.

En la imagen se muestra la visita que se hará a las cabañas donde realizan masajes con el barro natural, sábila y miel, sauna con plantas y piedras calientes, masajes antiestrés, remedios preparados de caña la fría, entre otros, siendo la encargada la Sra. Amada Lequi y sus hijas. Lastimosamente no estaban atendiendo.



Figura 12. Escaleras que lleva a la parte baja de la Comunidad
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 11h35am

A las afueras del Centro Shuar Tsuer Entsa, se encuentra un amplio parqueadero para aquellos turistas que realizan sus visitas por cuenta propia, ya sea con vehículos propios, carros, furgonetas o motos. Esta área de parqueo tiene un espacio amplio para estacionarse, pero el terreno no cuenta con una pavimentación, sin embargo, un trabajador se encarga de cuidar el parqueadero, dándole al turista mayor seguridad. El parqueadero tiene un costo de \$ 1,00 por todo el tiempo que desee.



Figura 13. Parqueadero de la Comunidad Shuar.
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 11h40am

Existen alrededor de 13 comedores situados a las afueras del Centro Shuar Tsuer Entsa, cada comedor tiene su propio propietario, su gastronomía es muy típica y variada, ofreciendo al turista platos tales como secos de pollo, arroz con menestra, corvina o tilapia asada, Maito de pescado, costillas asadas, carne asada, pollo asado, chuleta asada y maduro con queso, también realizan preparación de cocteles entre otros. El plato principal de la comunidad es el armadillo o pescado asado, el valor por almuerzo es de \$3.50 y por platos típicos ya anteriormente especificados su valor es de \$4 hasta aproximadamente llegar a los \$8 dependiendo del requerimiento del turista.



Figura 14. Gastronomía y comedores del Centro Shuar Tsuer Entsa.
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 11h45am

En esta fotografía se muestra un cartel con los horarios de la cooperativa de transporte Sam que llega a la comunidad, este bus sale desde Guayaquil al cantón Naranjal, con un precio asequible de \$3,50, llegando al terminal del Cantón Naranjal y como última parada llegan a la comunidad, se puede contar con los buses que hacen recorridos de ida y vuelta hacia la comunidad en los siguientes horarios de lunes a viernes desde las 5:00 AM, 9:00 AM, 10:00 AM, 11:00 AM, en la tarde desde las 13:00 PM, 16h00 PM y a las 19h00 PM mientras que sábados y domingos, solo hay horarios de 15h00 PM y el último sale a las

17h00PM. También se puede ingresar a esta comunidad con transportación de vehículos propios, por lo que existe un parqueadero y pueden dejarlo con toda la seguridad.



Figura 15. Transportación.
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 12h50pm

2.7. ANALISIS DE LAS ENTREVISTAS

Las entrevistas fueron realizadas usando dos modelos de cuestionario, la primera uso un modelo de entrevista **individualizada**, diseñada para obtener información más profunda sobre las posibles causas que no permiten a la comunidad **Diseñar un plan de promoción turístico sostenible**, en este caso solo se la elaboró para el presidente de la Comunidad Shuar; el segundo modelo fueron entrevistas **semi-estructuradas** diseñadas para recopilar datos cualitativos fiables. Estas entrevistas fueron efectivas, puesto que nos proporcionó los datos necesarios para conocer el objeto de estudio y ayudarnos en la toma de decisiones.

La primera entrevista se realizó de manera online al señor Aij Julio Wajai Masu, presidente de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, para efecto se estructuro con antelación un cuestionario de preguntas, que fue enviado vía correo electrónico, siendo de gran ayuda para el aporte investigativo. Gracias a esta entrevista conocimos que:

- La comunidad se acentuó en el sector Camacho por el año 1974, y se organizó para conformar una comunidad con vida jurídica en 1977 y pertenece filial a la federación Interprovincial del Centro Shuar FICSh.
- Ninguna persona perteneciente a la comunidad ha decidido renunciar para poder buscar una mejor estabilidad económica, antes bien han venido personas ajenas a la comunidad, en busca de mejoras, todo esto por la existencia de flujo de turistas, por tal razón, muchos lugares del sector han abierto áreas de turismos, como hostería, piscinas aguas frías y calientes piscinas con toboganes, entre otros.
- Se han conformado algunas compañías de transportes para dar buen servicio a los clientes que visitan el lugar.
- La comunidad Shuar no es Organización ni es asociación, se llama CENTRO SHUAR TSUER ENTSA y fue fundado por el año de 1977 con 16 socios shuar y hoy cuentan con 36 socios jurídicos y 90 habitantes.
- La comunidad consta con 33 familias.
- Debido al Covid-19, la comunidad Shuar Tsuer Entsa obtuvo un decrecimiento de un 40%.
- Esta registrada como CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO, CATEGORIA UNICA, CON REGISTRO N° 09115010269 CON RUC. 0391013233001 DESDE 13 DE OCTUBRE DEL 2016.
- No se ha presentado ninguna ayuda por parte de las autoridades de Naranjal, pero hay un proyecto de construcción de cubierta para la cancha multideportivo que lo están realizando los mismos moradores de la comunidad.
- Cuentan con pocos recursos económicos, para adecuar las instalaciones de diferentes necesidades, no tienen apoyo del estado ni de las empresas públicas o privadas.
- La Prefectura del Guayas realizó una visita, pero se dio hace años.

- No ha implementado nuevos planes de promoción turística de los productos y servicios que ofrece, porque las autoridades (Mintur, Prefectura del Guayas, GAD Municipal de Naranjal), no brindan el apoyo necesario y son los mismos moradores de la comunidad los que prestan los servicios de comida, atención al turista y aseo (baño).

Para la segunda entrevista, se contó con la aportación del señor Fabián Vásquez (ex bailarín de danza), administrador del restaurante ARUTAN Fabián, esta entrevista se la realizó de manera presencial. Gracias a esta entrevista se pudo conocer los problemas que tienen las personas que se dedican a la venta de alimentos y bebidas.

- La mayoría de locales que venden comida son arrendados, el local del señor Fabián Vásquez, lleva alrededor de un año, prestando el servicio de alimentos y bebidas.
- Está ubicado casi al ingreso de la comunidad Shuar Tsuer Entsa.
- El problema que tienen la mayoría de estos locales, es que no cuenta con un plan de promoción turístico, debido a que no tienen un medio de comunicación por donde promocionarlo y no cuentan con suficientes recursos para promocionar el lugar.
- Pese a no tener un plan de promoción, tienen un buen recibimiento por parte de los turistas, esto se debe a los deliciosos platos típicos que elaboran.

Para esta entrevista se realizaron preguntas abiertas para determinar los servicios más frecuentados por el visitante y los medios para promocionar el lugar. La tercera entrevista se la realizó a la señora Carmita Kitiar Lequi de manera virtual, vía-correo electrónico, ella es administradora del Centro Turístico Shuar Tsuer Entsa desde el año 2002, los servicios que ofrece son sus saberes medicinales al turista papel que lo realiza junto a sus hijas. Ofrecen servicios de masajes corporales, masajes con barro, masajes de medio cuerpo, baños de

florecimiento, baños para eliminar a los malos espíritus, baños quita sal. No cuentan con planes de promoción turística, puesto que no saben cómo diseñarlo y no tienen la ayuda de las autoridades (GAD de Naranjal, Ministerio de Turismo, entre otros).

La cuarta entrevista se la realizó al señor Cristhian Sellerí de manera presencial a través de la investigación de campo. El señor Cristhian lleva aproximadamente 40 años prestando sus servicios en la comunidad Shuar Tsuer Entsa, estuvo dispuesto a participar de la entrevista. El papel que desempeña, es el servicio de aparcacoches, es el encargado de cuidar los carros de los turistas que visitan la comunidad, y a cambio de su servicio, cobra la cuota de \$1,00 por todo el tiempo que desee el turista quedarse a disfrutar de los servicios que ofrece la comunidad, siendo esto también como un punto clave para seguir promocionando la comunidad, ya que genera confianza, y seguridad del turista.

La quinta entrevista se la realizó de manera virtual al señor Alex Vásquez, shamán y socio jurídico de la comunidad Shuar, lleva trabajando aproximadamente 27 años. Los trabajos que realiza son las terapias, curaciones, baños de florecimiento y limpiezas, también hace uso de las plantas medicinales (ayahuasca). El paquete más pedido es el que incluye; hidromasaje, masaje manual, lineación de columna cervical y baño de barro, todo esto a un valor de \$25 por persona. Don Alex cuenta con dos cabañas donde realiza sus curaciones y masajes, una cabaña está adentro de la comunidad y la otra se encuentra afuera de la comunidad frente al parqueadero. La segunda cabaña la hizo con el fin de ayudar a las personas discapacitadas que no puedan subir gradas. Actualmente tiene el objetivo de realizar una hostería para poder recibir a más personas.

CAPÍTULO 3

3. PROPUESTA

3.1. DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

El siguiente proyecto integrador está orientado a diseñar un Plan de Promoción Turístico Sostenible para la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, el que ayudará a que este atractivo sea conocido a nivel nacional e internacional y de esta manera obtenga más afluencias de turistas, mediante el uso de técnicas promocionales tales como la aplicación de marketing digital (Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok, Página web) y estrategias publicitarias, que darán a conocer las actividades que se realizan en la Comunidad Shuar.

Aunque la comunidad Shuar cuenta con afluencia de turistas que ayudan a generar ingresos económicos a la comunidad, no se logra solventar todos los gastos que la comunidad posee, esto se debe entre otras razones, a la falta de estrategias publicitarias que permitan atraer el interés de los turistas y de esta manera hacer que no solo sean conocidos por las personas aledañas a la comunidad, si no por viajeros de otras partes.

El **objetivo** de esta propuesta es promover la afluencia de la comunidad, para el respectivo mejoramiento económico y que se pueda posicionar dentro de los lugares turísticos más concurridos.

La Comunidad Shuar Tsuer Entsa posee una rica flora y fauna donde se podrá disfrutar del tiempo libre, y relajarse en las piscinas de agua caliente y fría, también se puede recorrer dos senderos para realizar avistamiento de aves. El primero es un sendero de 4 horas por el cerro que se encuentra dentro del centro recreativo, ingresando al bosque húmedo que protege la comunidad; el segundo es en dirección a la cascada Tuna, a dos horas del centro Shuar. Incluso el turista puede ser partícipe de sus danzas tradicionales y conocer sobre las diferentes plantas medicinales que se usan en el lugar.

3.2. FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

La propuesta se fundamenta en relación con la información obtenida de la investigación de campo, mediante la cual fue posible identificar que la Comunidad Shuar Tsuer Entsa es muy poco conocida debido a la falta de promoción turística que existe en el lugar. También en la información recopilada, de las personas entrevistadas realizadas (socios jurídicos, presidente de la comunidad Shuar y algunos trabajadores) respondieron estar interesados en ser partícipes de un Plan de Promoción Turístico Sostenible que les permita dar a conocer los atractivos que posee la comunidad, la gastronomía que posee con platos típicos del lugar, también interesados en enseñar sus culturas ancestrales.

Se concluyó que, para lograr realizar un eficiente Plan de Promoción Turístico Sostenible, se debe hacer uso del Marketing Digital, pues está enfocado en la promoción turística de un lugar a través de las redes sociales, siendo sostenible y viable con el tiempo.

3.3. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

Las estrategias que se mencionarán a continuación se las empleará con la finalidad de promocionar e impulsar a la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, generando más ingresos y formando sostenibilidad económica con el tiempo. Las estrategias utilizadas permitirán que la comunidad pueda:

- Mejorar la difusión de los atractivos y servicios que posee la comunidad por medio de páginas web y redes sociales.
- Mejorar la distribución de material publicitario a empresas turísticas (Agencias de Viajes) y medios de comunicación (radio, televisión y periódicos), en el cual se mantengan informados sobre las mejoras que tiene la comunidad en su infraestructura, atractivos, ferias, programas, eventos, entre otros, con el objetivo de promover el turismo interno y externo.
- Mejorar la implementación de publicidad visual en puntos estratégicos.

- Implementar Merchandising para incrementar la compra de los productos artesanales.
- Implementar capacitaciones sobre la atención al cliente.

REDES SOCIALES

Según el estudio Digital 2021 Global Digital Overview realizado por Hootsuite mencionan que Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Tiktok, se han convertido en un canal para los negocios, pues la cantidad de usuarios que tiene cada una de ellas, es muy grande. (Mejía Llano, 2021)

La pandemia impulsó el uso de redes sociales hasta lograr romper el hito de su historia: este 2021 el informe nos muestra que la penetración de las redes sociales ha superado por primera vez a la mitad de la población, con un total del 53.6% de las personas en el mundo, es decir 4.200 millones. (Mejía Llano, 2021)

Facebook

La comunidad Shuar Tsuer Entsa cuenta con una página de Facebook, con información detallada sobre la comunidad, explica cómo llegar al lugar, habla sobre los servicios que ofrece y cuenta con números de contacto, página web y gmail, pero actualmente no está aprovechando al máximo las herramientas que facebook ofrece, puesto que solo se usa la página para subir fotos del lugar y algunas de esas fotos no están actualizadas. Les falta más promoción de los servicios que ofrecen y de las actividades que se pueden realizar en el lugar, para esto es necesario elaborar imágenes publicitarias que promocionen los servicios que ofrecen utilizando fotos actualizadas.

Se considera que se debe reajustar la página utilizando todas las herramientas posibles que facebook ofrece para lograr que la comunidad Shuar mejore su imagen y atraiga más visitas al lugar. Por tal motivo se debe mejorar la:

- **Visibilidad:** puesto que aumentarán las posibilidades de que la página sea encontrada por personas que quieran ser partícipes de los productos y servicios que ofrece la comunidad, para esto es necesario subir fotos o videos actualizados del lugar, estos deben tener pequeñas explicaciones o frases que llamen la atención a los usuarios de facebook, invitándolos a comentar o preguntar sobre el lugar y a su vez contestar a los usuarios, demostrando que estamos prestos a darles la información que requieran.
- **Imagen de marca:** mejorar la imagen de marca que tiene la comunidad Shuar en su página, ayudará a prevenir y reparar posibles declives de popularidad, permitiendo el diálogo con los clientes de una forma sencilla, esto les permitirá obtener buenas valoraciones y reseñas positivas. Para esto se debe:
 - Subir buenas fotos de portada y de perfil, tratando de crear un estilo único y propio que represente la esencia del lugar.
 - Incluir en el perfil el nombre de la comunidad y una atractiva descripción de las actividades que se realizan, email y páginas web o blog que se encuentren en uso.
 - Incorporar contenido para evitar una apariencia vacía: para ellos se debe subir algunos artículos, fotos o vídeos que mencionen a la comunidad Shuar, en los álbumes de la página.
- **Promoción:** por medio de publicaciones (imágenes y videos) se dará a conocer a los usuarios, todas las actividades que se realizan en la comunidad. Para ello las publicaciones deben ser atractivas visualmente y captar la atención de los usuarios.
- **Conversación:** crear un grupo en facebook permitirá obtener mayor implicación de los usuarios, realizando debates, encuestas, votaciones, promociones, eventos, y lo más importante las personas que visiten el lugar podrán dar a conocer sus

experiencias y opiniones de mejora. Esto ayudará a fortalecer la reputación online, mejorará la visibilidad de la página y atraerá de forma natural a otras personas.

- **Atención al cliente:** ofrecer un servicio de atención al cliente personalizado, brindándole toda la información que requiera. Estar al pendiente de los mensajes y responder con rapidez, demuestra el profesionalismo con el que se está trabajando.

Instagram

Instagram es una red social que se usa específicamente para compartir fotografías de cualquier tipo al resto de usuarios, el éxito en esta red social dependerá de la calidad de las fotografías que se vallan a subir. Como se mencionó antes, el uso de facebook ayudará a promocionar todos los productos y servicios que ofrece la comunidad Shuar, mientras que instagram será usado para:

- Subir fotografías que logren atraer turistas (Es recomendable que al momento de subir las fotos se las edite de una manera atractiva, también es necesario que el texto que las acompaña explique brevemente cuál es el lugar de la imagen y dar algún que otro dato que impulse el interés de los usuarios).
- Hacer uso de Highlights (historias destacadas) es una opción muy atractiva para tener ordenadas las historias y que siempre esté visible la información para el público. Aquí se dividirán los highlights en:
 - **Gastronomía** (se subirán fotos de los diferentes platos típicos que ofrece la comunidad)
 - **Naturaleza** (se subirán fotos de la flora y fauna del lugar con frases alentadoras y motivacionales)
 - **Artesanías** (se subirán fotos de las artesanías que se realizan tales como; lanzas, pulseras, aretes, collares, entre otros)

- **Danzas** (se subirán fotos y pequeños videos de las danzas que se practican los fines de semana)
 - **Piscinas termales** (se subirán fotos de las 3 piscinas cada una con su respectiva información)
 - **Plantas medicinales** (se subirán fotos de las plantas usadas para las limpieas y pequeños videos de las limpieas que se realizan)
 - **Masajes con barro** (se subirán fotos de los tipos de masajes que se realizan con sus respectivos costos)
 - **Recorridos** (se subirán fotos y videos de los diferentes recorridos que se realizan)
 - **Medias de bioseguridad** (se subirán fotos de las medidas de bioseguridad que se están tomando dentro de la comunidad)
 - **Por último**, se realizará un highlights con las menciones que los usuarios hagan a la Comunidad Shuar.
- Se usarán hashtags para marcar el tema del contenido que se está compartiendo logrando así mayor interacción entre el contenido y los usuarios interesados en el tema.
 - Realizar concursos solo por este medio ya sea:
 - Dar like a todas las fotos subidas y compartir o mencionar las publicaciones en las historias, entre otros.
 - Mencionar a la comunidad en las historias de instagram.
 - Concursos con selfies.
 - Concursos con votaciones.
 - Concursos de fotos en la comunidad
 - Concursos de preguntas.

- También se podría subir fotos de futuros proyectos, motivando a los seguidores a que compartan la información y que estén atentos a lo que se viene.
- Realizar promociones a cumpleaños (si un turista visita la comunidad y cumple años ese día, puede elegir entre ingresar gratis o recibir una mascarilla de barro gratis, siempre y cuando presente la cédula).
- Agregar en información los links con las redes sociales que se están usando.

Tiktok

Se utilizará esta aplicación para crear y compartir vídeos cortos sobre la comunidad Shuar, tales como:

- **La ubicación** (realizar videos que muestren como llegar al lugar, también se puede explicar que existe una cooperativa que los lleva hasta la comunidad).
- **Gastronomía** (realizar videos de los diferentes lugares donde puedan disfrutar de los platos típicos del lugar).
- **Artesanías** (realizar videos donde se muestre el proceso de elaboración de sus artesanías).
- **Plantas medicinales** (realizar videos explicando las plantas que se utilizan para las limpias y cuáles son sus propiedades curativas).
- **Danzas** (realizar videos donde los turistas son participes de sus danzas tradicionales).
- **Aguas termales** (realizar videos que muestren a los turistas disfrutando de sus aguas termales).
- **Baños y masajes** (realizar videos donde se muestren los diferentes baños de barro y masajes).

- Se pueden realizar videos mostrando cada parte de la comunidad y presentar a el equipo de trabajo.

Cabe recalcar que en esta aplicación se pondrán los links del resto de redes sociales.

Página Web

La comunidad Shuar cuenta con una página web, donde indican como llegar al lugar, hablan sobre la biodiversidad que poseen, los servicios que ofrecen, algunas fotos de la comunidad sobre su gastronomía, danzas entre otros y también cuentan con los números de contacto para realizar reservaciones o preguntar alguna información.

El problema que tiene esta página web, es que no cuenta con información actualizada sobre las mejoras que ha tenido el lugar, y sobre las medidas de bioseguridad que se están tomando para evitar que los visitantes contraigan Covid 19. Además, la página no está bien estructurada, los colores no llaman la atención y la ubicación que marca usando Google maps no funciona.

Por tal motivo se consideró rediseñar la página web, con:

- Información más detallada y actualizada
- Costos de las actividades y servicios que se ofrecen
- Incluir todas sus redes sociales
- Añadir la ubicación explicando paso a paso y también usando Google maps
- Agregar los números de contactos activos
- Difundir la página web usando las redes sociales.
- Utilizar colores brillantes que capten la atención de las personas que visiten la página.
- Agregar a la página web un espacio para que los visitantes puedan dejar comentarios y calificar los servicios que ofrece la comunidad.

- Agregar a la página un espacio para incluir noticias sobre la comunidad, ya sea sobre las medidas de bioseguridad, nuevos proyectos, ferias entre otros.

WhatsApp

WhatsApp es una aplicación que nos permite mantenernos comunicados de forma rápida y sencilla, es por eso que vemos la necesidad de hacer uso de esta aplicación, puesto que:

- Podemos mantener una comunicación privada con las personas que deseen preguntar sobre la comunidad o quieran realizar alguna reservación.
- También se puede usar para mantener informados sobre promociones y ofertas que se vayan a efectuar a las personas que se contactaron con anterioridad.
- Subir estados con las actividades que se van a realizar los fines de semana.

AGENCIAS DE VIAJE

Fortalecer la promoción turística de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, con la intervención de Agencias de Viaje, localizadas en el Cantón Naranjal. Las agencias de viajes son empresas intermediarias que se dedican a la venta y el diseño de paquetes turísticos. Debido a este rol que cumple la empresa, se consideró que es la mejor manera de que la comunidad Shuar llegue a crecer económicamente.

Etapas de estudio para involucrar a la comunidad Shuar Tsuer Entsa en las agencias de viaje.

- **Etapas 1:** Los agentes de viajes y una persona encargada del área de Turismo realizarán un estudio de la comunidad donde tendrán una reunión con el administrador Aij Julio Wajai, con la finalidad de determinar la viabilidad, y los paquetes turísticos que se ofertarán.

- **Etapa 2:** Recorridos por el cantón Naranjal donde se enfocarán en la parte de la ruta gastronómica.
- **Etapa 3:** Visitar los lugares turísticos que existan en el cantón Naranjal.
- **Etapa 4:** Realizar una toma de decisión, para poder involucrar a la comunidad como parte de un full day, con el fin de incentivar la difusión de la comunidad.
- **Etapa 5:** Firmar Convenios con la Comunidad y Agencia de Viajes.

La propuesta está organizada de la siguiente manera:

- **Full day:** Consiste en un día completo donde los turistas disfrutarán junto a su familia, amigos, parejas entre otros, de un full day recorriendo varias partes del cantón Naranjal, donde las agencias de viaje incluirán como opción a la comunidad Shuar Tsuer Entsa, con el objetivo de generar ingresos económicos y a la vez incrementar la afluencia de turistas.

Información del Full Day

Destino: Guayas- Naranjal

Número de viajeros: 40 Pax

Duración: 1 Día

Personas Responsables: Cinthia Suárez.

ITINERARIO I

Guayas- Naranjal

6:00	Salida desde de la terminal de Guayaquil (punto específico en la Gasolinera)
7:20	Visita a la Reserva Ecológica Manglares de Churute
10:20	Salida hacia a la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.
11:20	Llegada a la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.
12:30	Almuerzo en la parte exterior de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.
13:20	Recorrido por el bosque de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa
17:00	Retorno a la ciudad de Guayaquil.

PROVEEDORES

Restaurante	Dirección	Teléfono	Precio
ARUTAN Fabian V	Vía Machala entrada principal Balao Chico, Naranjal, GUAYAS.	0965435878	Varían de \$ 3,00 hasta \$ 7,00
Comedor la Sazón de la Hoja	Vía Machala entrada principal Balao Chico, Naranjal, GUAYAS.	0985827487	Varían de \$ 2,50 hasta \$ 5,00

TRANSPORTE

Nombre del transporte	Dirección	Teléfono	Precio
Transporte CITIM	Avenida Benjamín Rosales.	(04) 2720516	\$ 650,00

FULL DAY NARANJAL

Agencia de Viajes

Guayas- Aventura, Cultura y Diversión



Incluye:

- Transporte
- Guía nativo de la comunidad
- Almuerzo
- Visita a la Reserva Ecológica de Manglares Churute/ paseo por canoa
- Visita a la comunidad Shuar Tsuer Entsa, (incluye solo la entrada del mismo).
- Recorrido por el Bosque de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.

No incluye:

- Alimentación no descrita en el programa (desayuno/ merienda)
- Servicios que ofrecen la comunidad.

Precio por persona

\$31

Notas importantes:

- Cotización en base a 40 PAX.
- En caso de no show o cancelación se aplicará una penalidad de 100%.
- Actividades no descritas en el presente programa
- Precios pagaderos de contado

Actividades adicionales:

- Hidromasaje + Masaje manual y alineación de columna cervical + un baño de barro \$ 25,00 dólares
- Limpias y baños de florecimiento \$ 30,00 dólares.
- Baños de barro \$ 10,00 dólares.
- Mascarilla de barro 2 por \$ 5,00 dólares.

Tabla 1 Financiamiento del Full Day.

PAX	TRANSPORTE	ALIMENTACIÓN	ACTIVIDADES			TOTAL	0,15	PVP
40	BUS \$ 650,00	Almuerzo por PAX	Entrada a los Manglares de Churute	Paseo por Lancha	Entrada a la Comunidad Shuar/ adulto	Suma parcial	\$ 30,76	\$ 31,00
	\$ 16,25	\$ 5,00	\$ -	\$ 2,50	\$ 3,00	\$ 26,75	\$ 4,01	

Elaborado por: Cinthia Suárez

Se realizó un modelo de presupuesto detallando los datos de la elaboración del full day, tomando en cuenta la planta turística (transporte, alimentación y actividades). Cabe recalcar que para este full day el transporte saldría desde Guayaquil. El financiamiento está basado en 40 personas, donde incluye la transportación cuyo valor es de \$ 650,00 donde este precio se lo divide para las 40 personas, cada uno deberá dar un valor de \$16,25.

Otro de los servicios que incluye el full day, es la alimentación donde el precio es de \$ 5,00 por persona, las actividades a realizarse como: entrada a los Manglares de Churute totalmente gratis, el paseo por lancha tiene un precio de \$ 50,00 dólares por 20 personas, en este caso se utilizaría 2 lanchas por lo tanto el valor entre las 40 personas es de \$ 100,00 donde es dividido por el número de personas que se subirán a la lancha, dando un valor de \$ 2,50. El último lugar a visitar es la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, donde el ingreso cuesta \$ 3,00 por persona.

Es importante tener en cuenta que los servicios que ofrece la Comunidad Shuar Tsuer Ensta, no incluyen en el full day, por lo que el turista es libre de adquirirlos por su propia cuenta. Y finalmente se obtiene el total del full day, sumando todos sus valores y dando como resultado \$ 26,75 más la ganancia del 15% dando el total de \$ 30,76 que redondeado será \$ 31,00 dólares el precio del full day que se venderá al público.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Radio

Difundir los atractivos que posee la Comunidad Shuar Tsuer Entsa a través de anuncios en la radio, empleando varias tácticas claves para dar a conocer el lugar. Tales como: las cuñas donde son las más conocidas, dado que por medio de programas esto se pagarán por duración y repetición por cada cierta hora determinada, para que así la cuña publicitaria sea efectiva y se pueda lograr el objetivo. También se lo hará por espacios publicitarios, ya que los programas de radio pueden patrocinar empresas o productos en el propio programa, generalmente con la voz del locutor que lo presenta y por último se tiene por medio de palabras que son los anuncios que emite el interlocutor. Se lo realizará a través de este medio por lo que es más segmentada, de manera que se accede al público al que se quiere llegar. La emisora con la que se contará es Naranjal Stereo ya que aportará con la promoción turística del lugar, en el cual tiene una buena combinación de sonido con mensaje publicitario creando mayor efectividad. La transmisión será de 20 a 25 segundos por un lapso de 3 meses.

El anuncio radial estará compuesto de la siguiente manera: ¿Quieres pasar un día lleno de relax, junto a tu familia? La Comunidad Shuar Tsuer Entsa ¡Te da lo que necesitas! terapias, sauna, hidromasaje, baños de sanación, masajes con barro natural, limpiezas con plantas naturales, danzas tradicionales y su exquisita gastronomía. Ubicada a 8 km de la vía Panamericana pasando el cantón Naranjal específicamente en Balao Chico. síguenos en las redes sociales como **COMUNIDAD SHUAR TSUER ENTSA**, o también contáctanos al: **0980565347** ¡No te quedes sin vivir esta maravillosa experiencia!

Publicidad en Tv

Al utilizar este medio de comunicación como propuesta de promoción turística donde se realizará propagandas relacionada al Turismo Comunitario dando a conocer a la

comunidad Shuar Tsuer Entsa, con la finalidad de llegar a una gran cantidad de audiencia, permitiendo ser más persuasivo con segmentos específicos, logrando que se involucren y se interesen por visitar el lugar. Al promocionar el anuncio de televisión, se tiende a exhibir fácilmente los productos y servicios, dado que la mayoría de los espectadores están sentados frente al televisor con toda su atención puesta y sobre todo es la manera que pueden visualizar el anuncio, generando aumento del reconocimiento de marca, ventas de impulso y esa chispa de interés para contratar con los servicios que brinda el lugar.

La promoción de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, se llevará a cabo, a través del canal 2 Ecuavisa, en la programación de Contacto Directo, se podría pedir la elaboración de un pequeño documental sobre la Comunidad Shuar, donde uno de sus reporteros podría visitar el lugar, teniendo la opción de realizar un tour por las instalaciones, donde hará uso de los servicios que prestan, y de esta manera podrá dar su punto de vista del lugar motivando a la audiencia a visitar el sitio.

Para realizar este proceso a través del medio televisivo se tiene en cuenta lo siguiente:

- El administrador se encargará de plantear la idea de cómo realizaría la promoción turística hacia la Comunidad Shuar Tsuer, ya que el canal esta segmentado por varias programaciones.
- Seleccionar 2 miembros que conforma la asociación jurídica de la comunidad Shuar Tsuer Entsa, para ser representantes y trasladarse a las instalaciones de Ecuavisa, ubicado en la ciudad de Guayaquil.
- Contactarse con el canal y hacerle saber la propuesta que se tiene planteada para proceder agendar una cita con el gerente del medio de comunicación.
- Los representantes que fueron seleccionados deben ser puntuales acorde a la cita que fue programada con el canal selectivo.

Periódico

Según Blake (2015) “afirma que la publicidad en los periódicos locales ofrece muchos beneficios que hacen que la inversión valga la pena”. El periódico forma parte de la comunicación directa con el usuario, ya que es un punto estratégico, para realizar este tipo de promoción. Debido a esto se ha considerado este recurso para promocionar la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, a través del uso de la utilización del periódico El Universo, siendo uno de los más usado por parte del cliente donde se encuentra enfocado para poder implementar la estrategia que genere mayor alcance para obtener mejores resultados.

La promoción turística de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, se realizará en la primera página del periódico EL UNIVERSO, cabe recalcar que, al momento de solicitar un apartado, el administrador deberá acercarse a las oficinas, donde se realiza la elaboración del contenido, para poder solicitar la disponibilidad, fechas y el espacio.

El anuncio publicitario de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa estará distribuido de la siguiente manera:

- El contenido de la publicidad será claro y preciso, donde estará encabezado por imágenes relacionadas al lugar a promocionar, siendo apto para todo el público y también contendrá información de contacto, como correos, número de teléfonos, direcciones y los servicios que ofrece.
- La publicidad contendrá una página completa, donde contendrá la información necesaria del lugar.
- La publicidad será a color.
- El formato que presentará el aviso es el siguiente: formato JPEG con registro de color.
- Es recomendable tener en cuenta la ortografía, debido a que el periódico no aprobará una imagen que contenga faltas ortográficas.

PROMOCIÓN POR EVENTOS

Casa abierta:

Mediante la utilización de este tipo de promociones de eventos, tales como ferias o casas abiertas, la comunidad Shuar podrá darse a conocer y lograr obtener un gran número de personas que les interese conocer sobre su cultura, gastronomía, danzas, curaciones y más.

Es así que de esta manera se realizarán varias demostraciones de algunas de las actividades que se realizan en la comunidad. Entre ellas están:

- Explicación del uso de la medicina ancestral y los beneficios que tiene cada una de ellas.
- Aplicación de masajes para las primeras personas que visiten el stand,
- Elección de una persona escogida del grupo de visita para hacer la demostración de limpias naturales.
- Aplicación de barro natural.

PUBLICIDAD VISUAL

Vallas publicitarias

Según García (2019) afirma que las vallas publicitarias o panel publicitario son una estructura de publicidad exterior resistente de un soporte plano sobre el que se fijan los anuncios publicitarios. La creatividad en las vallas publicitarias suele ser una característica común que la diferencia del resto de los elementos publicitarios, sobre todo porque gracias a sus dimensiones la atención en la valla es innegable y la ventaja única de la dimensión da lugar a que el contenido sea más grande y que pueda contener más información.

La importancia de plantear una valla publicitaria en un punto estratégico, permite que las personas les llamen la atención y así se interese en visitar el lugar, dando como ventaja que ayude a la comunidad Shuar Tsuer Entsa a desarrollarse y crecer de inmediato,

Además de ser una alternativa económica al realizar este tipo de vallas publicitarias no solo ayuda a llegar exactamente a la audiencia que uno busca, sino que permite reforzar el mensaje que se está enviando y siendo visible hacia los demás.

A continuación, se detalla las ventajas que se tiene al realizar este tipo de valla publicitaria.

- Al tener puesta la valla publicitaria los 7 días de la semana, las personas que pasen por dicho lugar, podrán visualizar las fotos y actividades que se realizan en la comunidad, esto se lo hace con el objetivo de lograr llamar la atención de futuros visitantes.
- Puesto que la comunidad Shuar Tsuer Entsa ofrece un gran número de actividades curativas como limpias, baños de barro y aguas termales medicinales, unas de las vallas publicitarias estarán ubicadas cerca de los centros de salud. El objetivo de esta valla es lograr captar la atención de personas que necesitan realizarse terapias en piscinas o necesitan de algún tipo de masaje.

Volantes publicitarios

Los volantes también son parte de la propuesta que se llevará a cabo, debido que permite tener contacto directo con las personas. Los volantes publicitarios contarán con información relevante sobre la comunidad (ubicación, precios, número de teléfono, los productos y servicios que ofrece y sus redes sociales), mismos que permitirán generar más visitas a la Comunidad Shuar Tsuer Entsa. Los volantes requerirán de las siguientes características:

- Impresión a full color 1 lado, medida: 140 mm x 215 mm.
- Material: cartulina plegable o maule 0.14, acabados: corte recto.

- Contenido: Contendrán imágenes e información (dirección, teléfonos) y los servicios que ofrece la comunidad Shuar Tsuer Entsa.

MERCHANDISING

Las artesanías elaboradas por los miembros de la Comunidad se realizan con materiales naturales típicos de la zona (fibras, semillas, madera, plumas de aves, entre otras), ofreciendo una gran diversidad de artesanías para llevarse a casa. El problema que tiene la comunidad con la venta de sus artesanías, es que no posee una correcta estrategia de venta que permita captar la atención del cliente.

“El Merchandising es el conjunto de acciones o actividades para estimular la compra por parte de los clientes en el punto de venta. A veces se conoce en español simplemente como comercialización” (Peiró, Merchandising, 2017). Para lograr estimular a los clientes es necesario realizar:

- **Una segmentación de mercado:** se debe conocer a quién se va a vender (niños, jóvenes, adultos), su rango de edad y que es lo que más les gusta del lugar. Al saber estos datos la comunidad Shuar podrá tener a la venta artesanías, según los gustos y preferencias de cada segmentación, logrando atraer a más clientes, por la gran variedad de artesanías que poseen.
- **Estilo propio:** Tener un estilo propio asegura a cada empresa un incremento en las ventas, pero para lograrlo, es necesario mostrar al cliente algo que solo se realice en dicho lugar. Una de las cosas que la comunidad puede realizar es la entrega de sus artesanías en pequeñas bolsas biodegradables hechas con las hojas de Bijao, es algo único y novedoso y además se las puede utilizar como abono una vez que se estén marchitando, incitando a las personas a dejar de usar fundas plásticas y promover el cuidado al medio ambiente.

- **Exponer los productos:** para poder mostrar todas las artesanías que se realizan en la comunidad es necesario ubicar los productos al alcance de los clientes, y las piezas no deben estar acumuladas. Los productos que se encuentren en promoción o en ofertas deben situarse en un solo lugar y los de mayor impacto visual deben estar situados en un lugar que se encuentre a la altura de la vista.
- **Sorteos** (Al momento de ingresar a la comunidad los turistas recibirán un pequeño papelito, el que tenga escrito el nombre de la comunidad Shuar se llevara una artesanía, ya sea una cadena, tobillera o pulsera).
- **Integración comunitaria** (Invitar a los turistas a ser partícipes de la elaboración de artesanías).
- **Entregar pedidos** (con el uso de las redes sociales se puede motivar a los usuarios a realizar sus reservaciones de las artesanías que se vayan a comprar e incluso a tomar pedidos personalizados y entregarlos cuando visiten la comunidad, si tiene buena acogida se podrían realizar envíos).

CAPACITACIONES SOBRE LA ATENCIÓN AL CLIENTE:

Estas capacitaciones ayudaran a que las persona que conforman la comunidad Shuar Tsuer Entsa perfeccione la forma de atención al cliente obteniendo un buen rendimiento y una preparación adecuada con el objetivo de conseguir resultados eficaces. Siendo la carta de presentación de la comunidad Shuar la atención que se le brindará a los turistas. Las capacitaciones se realizarán de acuerdo a la jornada que se encuentren disponibles ya que se tratarán de varios temas importantes relacionados al buen trato que se debe dar al turista. Las características que debe tener la Comunidad Shuar Tsuer Entsa hacia el cliente son:

- **Enfoque positivo:** La persona que se encarga de recibir a los clientes que visitan el lugar, debe poseer carisma y simpatía, marcando la diferencia y logrando transmitir a los clientes energía positiva.
- **Formalidad:** La persona debe tener una personalidad única, y agradable para darle la bienvenida al cliente.
- **Transmitir la imagen:** Brindar confianza, credibilidad, amabilidad y honestidad.
- **Actuar:** No consiste tan sólo en escuchar al cliente de manera activa y cortés sino también en seguir el procedimiento para solventar algún problema que se presente. Es decir, tomar nota de su necesidad, incidencia o petición y buscar la manera de resolverla. Además, esta actuación debe ser: ágil, simple, que no le complique la vida al cliente y eficiente de resolver el problema con el mínimo volumen de recursos.
- **Trabajar en equipo:** La comunidad Shuar Tsuer Entsa, debe trabajar conjuntamente y desarrollar habilidades y conocimientos, también llegar ser cooperativos, teniendo la finalidad de cumplir con las expectativas del cliente

CONCLUSIONES

De acuerdo al estudio realizado, se puede concluir que, aunque la Comunidad Shuar Tsuer Entsa cuenta con un fuerte potencial de saberes ancestrales, aguas termales curativas, danzas, artesanías, gastronomías típicas, masajes con barro, limpiezas y medicinas tradicionales, no es promocionada y comercializada adecuadamente.

Es necesario diseñar un plan de promoción turístico sostenible que permita a la Comunidad Shuar Tsuer Entsa, incrementar la afluencia de turistas, utilizando estrategias promocionales tales como la aplicación del marketing digital (Facebook, Instagram, WhatsApp, Tik Tok, Página web) y estrategias publicitarias (radio, televisión, vallas publicitarias, entre otras) que den a conocer las actividades que se realizan en la Comunidad Shuar Tsuer Entsa. Estas estrategias de promoción y difusión deben ser capaces de captar la atención de los futuros visitantes, para que estos se sientan atraídos por el lugar.

Al ejecutar el plan de promoción turístico sostenible la comunidad Shuar Tsuer Entsa logrará mejorar:

- La difusión de los atractivos y servicios que posee la comunidad por medio de páginas web y redes sociales.
- El desarrollo de la actividad socioeconómica del lugar.
- La afluencia de turistas que visitan el lugar.
- La atención al cliente

RECOMENDACIONES

- Mejorar la infraestructura de la comunidad Shuar Tsuer Entsa, para brindar una buena impresión al cliente
- Utilizar la vestimenta que identifica a la comunidad Shuar al momento de recibir a los turistas.
- Los protocolos de seguridad deben ser más controlado, a pesar de que en la parte principal se encuentra un cartel para que el turista se informe para propagar el virus. Pero es importante que aún se siga manteniendo la bioseguridad como desinfección de las manos con alcohol, tomar la temperatura, manteniendo 2 metros de distancia, y el buen uso de la mascarilla.
- Los restaurantes que se encuentra en la parte exterior de la comunidad, deberían tener protocolos de bioseguridad con la finalidad de que el turista se sienta cómodo y seguro.
- Por parte del presidente de la comunidad Shuar Tsuer Entsa, debería agendar una cita con el Ministerio de Turismo y el Municipio de Naranjal para poder tener una reunión, donde se evaluarán cada uno de los servicios que ofrece la comunidad y a través de esto se llegará obtener una decisión que permita buscar alternativas o estrategias y de esta forma buscar que lo reconozcan como parte de un Turismo Comunitario, debido a que la comunidad aún debe mejorar la planta turística.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Mejía Llano, J. (17 de Marzo de 2021). *ESTADÍSTICAS DE REDES SOCIALES 2021: USUARIOS DE FACEBOOK, INSTAGRAM, YOUTUBE, LINKEDIN, TWITTER, TIKTOK Y OTROS*. Obtenido de ESTADÍSTICAS DE REDES SOCIALES 2021: USUARIOS DE FACEBOOK, INSTAGRAM, YOUTUBE, LINKEDIN, TWITTER, TIKTOK Y OTROS: <https://www.juancmejia.com/marketing-digital/estadisticas-de-redes-sociales-usuarios-de-facebook-instagram-linkedin-twitter-whatsapp-y-otros-infografia/>
- Ramos Chagoya, E. (1 de Julio de 2018). *Métodos y técnicas de investigación*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/metodos-y-tecnicas-de-investigacion/>
- Wajai Masu, A. J. (7 de Marzo de 2021). Conocer los antecedentes, características y la situación actual de la comunidad Shuar Tsuer Entsa. (A. Pazmiño, & C. Suárez, Entrevistadores)
- Aponte, C., Freire, J., Sacón, K., & Cartuche, D. (19 de Julio de 2018). Diagnóstico local turístico del Centro Shuar Tsuer Entsa del Cantón Naranjal. *Conference Proceeding (UTMACH)*, 2(2), 381-390. Obtenido de <http://investigacion.utmachala.edu.ec/proceedings/index.php/utmach/article/view/314/258>
- Beezhotels. (2016). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. *Scielo*, VIII(15), 136-150. Obtenido de <http://scielo.senescyt.gob.ec/pdf/retos/v8n15/1390-6291-Retos-8-15-000135.pdf>
- Blake, I. (19 de Marzo de 2015). *La Voz*. Obtenido de *La Voz*: <https://pyme.lavoztx.com/cules-son-los-beneficios-de-la-publicidad-en-los-periodicos-locales-8524.html>
- Cabanilla Vásconez, E., & Garrido Cornejo, C. (2017). *El Turismo Comunitario en el Ecuador*. (F. Velásquez, Ed.) Quito, Pichincha, Ecuador: 321 Make. Obtenido de [file:///C:/Users/USER/Downloads/El%20turismo%20comunitario%20en%20el%20Ecuador%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/El%20turismo%20comunitario%20en%20el%20Ecuador%20(1).pdf)

- Castillo, M., & Castaño, V. (2015). La Promoción Turística a través de Técnicas tradicionales y nuevas. *Redalyc*, 24(3), 737-757. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180739769017.pdf>
- CEUPE. (19 de Junio de 2020). *Mercado Turístico*. Obtenido de Mercado Turístico: <https://www.ceupe.com/blog/el-mercado-turistico-funciones-y-caracteristicas.html>
- Coll Morales, F. (2014). *Sector Turístico*. Obtenido de Sector Turístico: <https://economipedia.com/definiciones/sector-turistico.html>
- Coll Morales, F. (03 de Octubre de 2019). Obtenido de <https://economipedia.com/actual/el-turismo-ha-generado-un-20-del-empleo-mundial-desde-2013.html>
- CONAIE. (19 de Julio de 2014). *Nacionalida Shuar*. Obtenido de Nacionalidad Shuar: <https://conaie.org/2014/07/19/shuar/>
- Constitución de la República del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Constitución de la República del Ecuador: https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Cruz, E., & Vélazquez, J. (20 de Junio de 2019). Las Tendencias del Desarrollo Turístico entre el sector privado y el desarrollo del Turismo Comunitario . *Scielo*(19). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-49642020000100165
- Federación de Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE). (01 de Junio de 2017). *Estudios de Caso de la Iniciativa Ecuatorial*. Obtenido de Estudios de Caso de la Iniciativa Ecuatorial: https://www.equatorinitiative.org/wp-content/uploads/2017/05/case_1_1363900152.pdf
- Fernández, López, & Arévalo. (2016). Las agencias de empleo y desarrollo local, y el uso de las redes sociales en la promoción turística relacional. *Scielo*, 29(72), 77-88. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v29n72/0121-5051-inno-29-72-77.pdf>
- García, A. (16 de Octubre de 2019). *Vallas Publicitarias*. Obtenido de Vallas Publicitarias : <https://aplikados.com/que-son-las-vallas-publicitarias-que-ventajas-tienen/>

- Ivette, A. (04 de Agosto de 2020). *Comunidad*. Obtenido de Comunidad: <https://economipedia.com/definiciones/comunidad-sustentable.html>
- Ley de Turismo. (29 de Diciembre de 2014). *Ley de Turismo*. Obtenido de Ley de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/02/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Mamani, W. (24 de Noviembre de 2016). *Asesores en Turismo para empresas instituciones públicas*. Obtenido de Asesores en Turismo para empresas instituciones públicas.: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Mamani, W. (24 de Noviembre de 2016). *Tipos de Demanda Turística*. Obtenido de Tipos de Demanda Turística: <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/11/24/demanda-turistica/>
- Medina, J. (Enero de 2018). El Ecoturismo en Ecuador: Actualidad y Perspectivas de Desarrollo. *Observatorio de la Economía Latinoamericana, revista Eumed*. Obtenido de https://www.researchgate.net/profile/Patricia-Medina-Villacres/publication/335889942_El_ecoturismo_en_Ecuador_Actualidad_y_perspectivas_de_desarrollo/links/5d823b11a6fdcc8fd6f17a3f/El-ecoturismo-en-Ecuador-Actualidad-y-perspectivas-de-desarrollo.pdf
- Ministerio de Turismo. (Junio de 2017). *Guía Metodológica para la jerarquización de Atractivos y generación de espacios turísticos en el Ecuador*. Obtenido de Guía Metodológica para la jerarquización de Atractivos y generación de espacios turísticos en el Ecuador.: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Parte1_GuiaMetodologicaInventarioGeneracionEspacioTuristico2017_2daEd.pdf
- Ministerio de Turismo, Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios. (25 de Febrero de 2010). *Regulaciones*. Obtenido de Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios: <https://www.gob.ec/regulaciones/reglamento-centros-turisticos-comunitarios>
- Miranda, M. E. (2017). *ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA EN LA COMUNIDAD SHUAR TSUER COMO DESTINO DE TURISMO DE SALUD*. Obtenido de ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA EN LA COMUNIDAD SHUAR TSUER COMO DESTINO DE TURISMO DE SALUD.:

<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/22538/1/TESIS%20MARTHA%20MIRANDA%20PDF.pdf>

Ocaña, O., Chaviano, M., & Vargas, R. (enero-abril de 2017). Modelo para la Gestión integrada del Turismo Comunitario en Ecuador. *Redalyc*(123), 250-275. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/367/36750475010.pdf>

Organización Mundial para el Turismo. (20 de Enero de 2020). *Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Desarrollo Sostenible: <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Orgaz. (enero-abril de 2017). Modelo para la Gestión Integrada del Turismo Comunitario en Ecuador. *Redalyc*, 250-275. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/367/36750475010.pdf>

Peiró, R. (5 de Julio de 2017). *Merchandising*. Obtenido de Economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/merchandising.html>

Peiró, R. (11 de Mayo de 2020). *Cultura*. Obtenido de Cultura: <https://economipedia.com/definiciones/cultura.html>

Pérez, A., & Torres, R. (abril-junio de 2019). Las agencias de empleo y desarrollo local, y el uso de las redes sociales en la promoción turística. *Scielo*, 29(72), 77-88. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v29n72/0121-5051-inno-29-72-77.pdf>

Prensa La Nación. (05 de Mayo de 2019). *Comunidad Shuar río limón*. Obtenido de Comunidad Shuar río limón: <https://lanacion.com.ec/comunidad-shuar-de-rio-limon/>

RAE. (12 de Marzo de 2019). *Real Academia Española*. Obtenido de Diccionario de la lengua española: <https://dpej.rae.es/lema/turismo1>

Reglamento de la Ley de Turismo. (06 de Mayo de 2008). *Reglamento de la Ley de Turismo*. Obtenido de Reglamento de la Ley de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/04/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>

Reglamento General ley de Turismo. (06 de Julio de 2015). *Reglamento General ley de Turismo*. Obtenido de Reglamento General ley de Turismo: http://www.sectur.gob.mx/pdf/0216/Reglamento_Ley_General_Turismo.pdf

- Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios. (19 de Marzo de 2010). *Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios*. Obtenido de Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS-COMUNITARIOS.pdf>
- Sancho, A. (2019). *Turismo*. Obtenido de [http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/299/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20\(1\).pdf?sequence=1](http://190.57.147.202:90/xmlui/bitstream/handle/123456789/299/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT%20(1).pdf?sequence=1)
- Secretaría de Cultura, Recreación y deporte. (21 de Octubre de 2015). *Grupos Étnicos*. Obtenido de Grupos Étnicos: <https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/es/areas-de-trabajo/practicas-culturales/grupos-etnicos>
- Senplades. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo*. Obtenido de Plan Nacional de Desarrollo: <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/11/PLAN-NACIONAL-DE-DESARROLLO-2017-2021.compressed.pdf>
- UNWTO. (16 de Septiembre de 2017). *Turismo*. Obtenido de Turismo: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420858>
- Vera, K., & Mejía, K. (2016). *Propuesta de plan de mejora de Producto Turístico para la Comunidad Shuar Tsuer Entsa en Naranjal para el desarrollo de la comuna*. Obtenido de Propuesta de plan de mejora de Producto Turístico para la Comunidad Shuar Tsuer Entsa en Naranjal para el desarrollo de la comuna.: <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/4963/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-264.pdf>
- Xie, Y. M. (28 de Marzo de 2020). *Situación digital, Internet y redes sociales Ecuador 2020*. Obtenido de Situación digital, Internet y redes sociales Ecuador 2020: <https://yiminshum.com/social-media-ecuador-2020/>

ANEXOS

ENTREVISTA 1

Entrevista dirigida al presidente de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa

Objetivo de la entrevista: Conocer los antecedentes, características y la situación actual de la comunidad Shuar Tsuer Entsa.

Nombre del entrevistado: Aij Julio Wajai Masu

Fecha: Domingo, 7 de marzo de 2021.

Hora: 11h40 am.

Modalidad: Virtual

Encargados: Aurora Pazmiño, Cinthia Suárez.

¿Historia de los asentamientos de la comunidad Shuar Tsuer Entsa en el Cantón naranjal?

ENTREVISTADO: Esta comunidad se asentó en el sector Camacho por el año 1974, y en base a sus necesidades, buscó estrategias para generar recursos utilizando los medios de la naturaleza como son las piscinas naturales de agua caliente y fría. En el año 1977 por el mes de diciembre la comunidad Shuar Tsuer Entsa, establecida en la costa se conformó con vida jurídica junto a 16 socios Shuar y pertenece filial a la federación Interprovincial del Centro Shuar FICSh

La comunidad Shuar, ha sido una parte importante para el progreso del Cantón Naranjal debido a que anualmente se reciben turistas, que buscan conocer la cultura y la vivencia de esta comunidad que ocupa más de 500 hectáreas de bosque, flora y fauna en estado natural. Los turistas que visiten a esta comunidad, que se encuentra ubicada a 20 minutos de la entrada de Balao Chico, donde interactúan con más de 30 miembros de la comunidad que aún mantienen sus costumbres. Además, tienen la oportunidad de recorrer el bosque con la compañía de guías nativos, apreciar sus cantos y danzas típicas, tomar un baño en las

vertientes naturales de agua caliente o en las frías aguas de la montaña, hidromasajes, baños de sanación, masajes con barro natural, mascarillas con barro, sábila y miel, baños de florecimiento, baños con barro natural, limpias con plantas naturales y disfrutar de la comida típica Shuar, entre otros

¿Cuál fue la motivación que impulsó para la realización de este complejo turístico?

ENTREVISTADO: Como es de conocimiento general, que atravesamos en nuestro País y la carestía de la vida y de no atención de los gobiernos seccionales, shuar buscó estrategia como general recurso utilizando los medios de la Naturaleza y demostrando su cultura ancestral e invitar públicamente a los turistas que lo visite donde está ubicado, una comunidad shuar aquí en la Costa del Guayas.

¿Cuántas personas que viven dentro de la comunidad han decidido renunciar para poder buscar una mejor estabilidad económica?

ENTREVISTADO: En la comunidad ninguno, antes bien han venido en busca de mejoras en nuestra comunidad por la existencia de flujo de turistas y muchos lugares del nuestro sector han abierto áreas de turismos, como hostería, piscinas aguas frías y calientes piscinas con toboganes y entre otros y el mismo han conformado algunas compañías de transportes por dar buen servicios a los clientes que nos visitan e inclusive el transporte San tiene turno de salida desde Guayaquil directo a nuestro complejo.

¿De dónde proviene las palabras Tsuer Entsa?

ENTREVISTADO: Se denomina como (Tsuer) es Caliente y (Entsa) es Agua.

¿En qué año la comunidad shuar abrió sus puertas hacia los turistas?

ENTREVISTADO: Bajo mi dirigencia se hizo proyecto con la universidad de UEES. Y abrió agosto del 2002.

¿Con cuántos socios cuenta la asociación shuar? /actas de la fundación de la comunidad (Si es posible).

ENTREVISTADO: NO HAY RESPUESTA POR PARTE DEL PRESIDENTE.

¿Cuántas familias existen dentro de la comunidad shuar?

ENTREVISTADO: La comunidad consta con 33 familias.

¿Qué otros atractivos fuera de las aguas termales tienen para ofrecer al turista?

ENTREVISTADO: Danza cultural, masaje con barro, astronomía típica, artesanía, caminatas por el bosque, y hospedajes.

¿Cuál es la afluencia de visitantes que recibe la comuna?

ENTREVISTADO: La comunidad Shuar Tsuer Entsa obtuvo un decrecimiento de un 40%.

¿Cuál ha sido la ayuda por parte del municipio del cantón en lo que respecta a la actividad turística?

ENTREVISTADO: Por el momento no se ha presentado ninguna ayuda, pero hay un proyecto de construcción de cubierta para la cancha multideportivo.

¿La comunidad shuar se encuentra registrada como centro de turismo en el MINTUR?

ENTREVISTADO: Esta registrada como CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO, CATEGORIA UNICA, CON REGISTRO N° 09115010269 CON RUC. 0391013233001 DESDE 13 DE OCTUBRE DEL 2016.

¿Que considera Ud. que les falta a los restaurantes de la comunidad para que funcionen adecuadamente como un producto turístico?

ENTREVISTADO: Por la falta de recursos económicos para adecuar nuestras instalaciones de diferentes necesidades, no tenemos apoyo del estado ni las empresas privadas, ni las fundaciones públicas o privadas.

¿Han existido o se han realizado capacitaciones por parte del MINTUR?

sí, (que temas trataron) no, (porque).

ENTREVISTADO: Hace años se tuvo capacitaciones, pero por el momento ya no se han realizado.

¿La Prefectura del Guayas ha tomado algunas acciones para el desarrollo turístico de la Comunidad Shuar?

ENTREVISTADO: La Prefectura del Guayas realizó una visita, pero se dio hace años, pero no existieron talleres que puedan brindar por parte de la Institución.

¿El Ministerio de Turismo ha tomado algunas acciones para el desarrollo turístico de la comunidad shuar?

ENTREVISTADO: El Ministerio de Turismo no tomó ninguna acción respecto al desarrollo Turístico.

¿Han recibido apoyo por parte de alguna otra institución ya sea pública o privada?

ENTREVISTADO: Por parte de otra institución ya sea pública o privada no se obtuvo apoyo.

¿Reciben apoyo por parte de la municipalidad de naranjal y de qué manera lo han hecho, o cuales son las acciones que han tomado para promocionar el turismo en su comunidad?

ENTREVISTADO: Solo ofrecimiento y lamentablemente no se cuenta con recurso por parte del estado para apoyar a lo más necesitado.

¿Cree usted que el COVID 19 ha afectado a su comunidad por el cofinanciamiento que se dió y cuáles fueron las consecuencias que no permitieron que se desarrolle el turismo durante ese tiempo?

ENTREVISTADO: La pandemia afectó principalmente al sector turístico, y especialmente a la comunidad Shuar Tsuer Entsa, ya que se produjo el confinamiento a nivel mundial.

¿Por qué existe insuficiente promoción y difusión de los atractivos turísticos que posee la comunidad shuar (naranjal)?

ENTREVISTADO: Existió algunas falencias internas de la comunidad, pero se superó y estamos trabajando sin problemas.

¿Podría definir los problemas que impiden el desarrollo y crecimiento turístico en la Comuna Shuar?

ENTREVISTADO: En el ámbito interno, pero nos ha afectado mucho por carestía de la vida y la salud y educación no nos ha dejado superar, considerando que cada vez más se multiplican los habitantes y la necesidad va subiendo cada vez más.

ENTREVISTA 2

Entrevista dirigida en el sector de Alimentos y bebidas

Objetivo de la entrevista: Conocer la oferta y demanda del sector de Alimentos y bebidas de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa

Persona a ser entrevista: Fabián Vásquez (Ex bailarín de danza).

Fecha: 02/03/2021

Hora: 12h30

¿En qué consiste su trabajo?

ENTREVISTADO: Estoy encargado del restaurante ARUTAN FabianV

¿Cuántos años tiene en su labor como administrador del restaurante?

ENTREVISTADO: Llevo arrendando alrededor de 1 año.

¿Qué servicios le ofrece al turista? Especifique

ENTREVISTADO: Ofrezco varios platos típicos como:

- Asados en parrilla (costillas, carne de res, tilapias, corvina, chuleta)
- Maito de pescado
- Caldo de gallina criolla
- Seco de pollo

¿Qué medio usted utiliza para promocionar el servicio que ofrece?

ENTREVISTADO: No utilizo ningún medio para promocionar el restaurante, ya que no sé cómo poder hacerlo.

¿Cuáles son los mayores desafíos a los que se ha tenido que enfrentar en su labor que ejecuta?

ENTREVISTADO: El local por el momento no cuenta con un espacio amplio, y por ende los turistas que se acercan al lugar, se decepcionan debido a que no tiene los recursos necesarios para ampliar el local, y debido a esta situación lo que hacen los turistas es irse a otro establecimiento.

¿Cuál es el promedio de turista por mes que recibe en la comunidad?

ENTREVISTADO: Dada la situación actual, ha bajado un 40%.

¿Cuántos turistas visitan su comunidad al día?

ENTREVISTADO: Dependiendo los días, porque los fines de semana, si hay unas 30 personas que visiten la comunidad. Sobre todo, también respetando el aforo de personas para el ingreso a la comunidad.

¿Le gustaría mejorar ese medio de promoción turística? cuales serían sus propuestas de mejora.

ENTREVISTADO: Sí, me gustaría ya sean por las redes sociales, de poder realizar un mejor plan de promoción, con el propósito de crear una página acerca del restaurante.

¿Le gustaría que se realice un diseño de un PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA en su comunidad? ¿por qué?

ENTREVISTADO: Sí, porque por medio de realizar este Diseño de un Plan de Promoción Turística, ayuda a poder captar más turistas, y que puedan visitar el lugar.

ENTREVISTA 3

Objetivo de la entrevista: Conocer las diferentes actividades que desarrollan la comunidad Shuar Tsuer Entsa y como promocionan sus servicios.

Persona a ser entrevistada: Carmita Kitia Lequi

Edad: 38 años

Fecha: 14/03/2021

Hora: 13h36pm

¿En qué consiste su trabajo que realiza?

ENTREVISTADO: Siendo una de las encargadas de la administración de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.

¿Cuántos años tiene en su labor?

ENTREVISTADO: empezó desde el año 2002 laborando.

¿Qué servicios le ofrece al turista? Especifique

ENTREVISTADO: Aparte de ser administradora, también presto los servicios de brindar mis saberes medicinales como: masajes corporales, masajes con barro, masajes de medio cuerpo, baños de florecimiento, baños para eliminar a los malos espíritus.

¿Qué medio usted utiliza para promocionar el servicio que ofrece?

ENTREVISTADO: El medio es por la red social de Facebook.

¿Cuáles son los mayores desafíos a los que se ha tenido que enfrentar en su labor que ejecuta?

ENTREVISTADO: No cuentan con planes de promoción turística, puesto que no saben cómo diseñarlo y no tienen la ayuda de las autoridades (GAD de Naranjal, Ministerio de Turismo, entre otros).

¿Cuál es el promedio de turista por mes que recibe en la comunidad?

ENTREVISTADO: Al mes nos visitan un total de 50 personas.

¿Le gustaría mejorar ese medio de PROMOCIÓN TURÍSTICA? cuales serían sus propuestas de mejora.

ENTREVISTADO: Realizar publicidad a través de medio de comunicación, por ejemplo, por la radio, entregar volantes etc.

¿Le gustaría que se realice un diseño de un PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA en su comunidad? ¿por qué?

ENTREVISTADO: Sí, porque permite el mejoramiento de la comunidad debido a que ayuda a traer más afluentes a que visiten el lugar.

ENTREVISTA 4

Objetivo de la entrevista: Conocer la oferta y demanda de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa

Persona a ser entrevista: Cristhian Sellerí

Edad: 40 años

Fecha: 2/03/2021

Hora: 13h04pm

¿En qué consiste su trabajo que realiza?

ENTREVISTADO: Por el momento, me dedico al servicio de aparcacoches de los turistas que visitan la comunidad, no solo tengo este cargo sinó que también ayudo en otros trabajos.

¿Cuántos años tiene en su labor como de prestar los servicios de aparcacoches y en otros trabajos que se desenvuelve?

ENTREVISTADO: Por lo general llevo 40 años trabajando para la Comunidad Shuar Tsuer Entsa.

¿Qué servicios le ofrece al turista? Especifique

ENTREVISTADO: El servicio de aparcacoches se trata de poder indicarle al turista los lugares que se encuentra disponible para estacionar el coche, en cual este servicio tiene un costo de \$ 1,00.

¿Qué medio usted utiliza para promocionar el servicio que ofrece?

ENTREVISTADO: La Comunidad Shuar Tsuer Entsa, posee una página de red social, ya que ella se encarga de promocionar todo lo que le brinda, donde está incluyendo todo el establecimiento, con el propósito que las personas puedan visitar el lugar con toda la seguridad que le ofrecen.

¿Cuáles son los mayores desafíos a los que se ha tenido que enfrentar en su labor que ejecuta?

ENTREVISTADO: El mayor desafío es cuando a veces no hay turista que vengan a visitar el lugar en su vehículo propio, sino que vienen en bus interprovincial, ya que esto impide en que pueda generar ingresos, a veces son días que son buenos, pero hay otros que son malos, pero sobre todo se ha podido subsistir.

¿Cuál es el promedio de turista por mes que recibe en la comunidad?

ENTREVISTADO: Por día existe un promedio de 20 personas que visitan la comunidad.

¿Le gustaría que se realice un diseño de un plan de promoción turística en su comunidad? ¿por qué?

ENTREVISTADO: Sí, porque permite que la Comunidad se siga desarrollando y esto hace también que siga mejorando su infraestructura.

ENTREVISTA 5

Objetivo de la entrevista: Conocer las diferentes actividades que desarrollan la comunidad Shuar Tsuer Entsa y como promocionan sus servicios.

Persona a ser entrevista: Alex Vásquez

Edad:

Fecha: 16/03/2021

Hora: 14h30pm

¿En qué consiste su trabajo?

ENTREVISTADO: Soy uno de los socios jurídicos de la comunidad Shuar Tsuer Entsa, y a la vez también presto el servicio de chamán.

¿Cuántos años tiene en su labor?

ENTREVISTADO: Tengo trabajando aproximadamente 27 años.

¿Qué servicios le ofrece al turista? Especifique

ENTREVISTADO: Los trabajos que realiza son las terapias, curaciones, baños de florecimiento y limpias, también hace uso de las plantas medicinales (ayahuasca). El paquete más pedido es el que incluye; hidromasaje, masaje manual, lineación de columna cervical y baño de barro, todo esto a un valor de \$25 por persona, cuento con dos cabañas: la primera realizo curaciones y masajes, una cabaña está adentro de la comunidad y la otra se encuentra afuera de la comunidad frente al parqueadero. La segunda cabaña la hizo con el fin de ayudar a las personas discapacitadas que no puedan subir gradas.

¿Qué medio usted utiliza para promocionar el servicio que ofrece?

ENTREVISTADO: El medio es por la red social de Facebook también suelen visitar estudiantes universitarios pidiendo entrevista en vivo para poder pasarlo por Facebook, y esto beneficioso porque se está dando a conocer comunidad Shuar Tsuer Entsa.

¿Cuáles son los mayores desafíos a los que se ha tenido que enfrentar en su labor que ejecuta?

ENTREVISTADO: No tener la ayuda de las autoridades (GAD de Naranjal, Ministerio de Turismo, entre otros). Debido a que la comunidad Shuar Tsuer posee potencial, pero a la vez uno está consciente de que se debe mejorar la infraestructura y la planta turística de la comunidad.

¿Cuál es el promedio de turista por mes que recibe en la comunidad?

ENTREVISTADO: Al mes nos visitan un total de 50 a 60 personas.

¿Le gustaría mejorar ese medio de PROMOCIÓN TURÍSTICA? cuales serían sus propuestas de mejora.

ENTREVISTADO: Sí, ya que se puede realizar publicidad por medio televisivos, periódicos e incluso perifoneando.

¿Le gustaría que se realice un diseño de un PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA en su comunidad? ¿por qué?

ENTREVISTADO: Sí, porque de esta manera se obtendrá mejores resultados, para tener un buen rendimiento económico, por lo tanto, estos ingresos permiten mejorar la infraestructura de la comunidad.

FOTO DE LOS ENTREVISTADOS



*Figura 16.*Entrevista al señor Cristhian Sellerí, encargado del parqueadero y al Señor Fabián Vásquez, administrador del restaurante ARUTAN FABIAN V
Registro tomado el: 02/03/2021 Hora: 13h00pm

MATRIZ DE RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA COMUNIDAD SHUAR TSUER ENTSA

Tabla 2. Matriz de recolección de datos

Matriz de recolección de datos de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa					
CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	SI	NO	OBSERVACIÓN	
ACCESIBILIDAD Y CONECTIVIDAD	VÍA DE ACCESO EN BUEN ESTADO	x			
	CONECTIVIDAD TECNOLÓGICA (INTERNET)	x			
	FACILIDADES PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD.		x	No cuenta con señaléticas, ni pasamanos para que las personas con discapacidad se puedan ayudar.	
CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	SI	NO	OBSERVACIÓN	ADICIONALES
PLANTA TURÍSTICA	ALOJAMIENTO	x		No cuenta con los recursos económicos para mejorar la infraestructura del lugar.	
	# de Habitaciones y servicios que ofrecen: Individual: \$ 15 Matrimonio/pareja sin niño: \$ 25,00 Familiar: \$ 50,00				
	ALIMENTOS Y BEBIDAS	x			
	# de restaurantes y servicios que ofrecen: 13 Pollo asado \$ 3,50 Carne asada \$ 4.50 Chuleta asada \$ 5,00 Corvina y tilapia \$ 8,00 Etc				
	GUÍAS	x			
	# de guías tanto de hombres como de mujeres.				
	AGENCIAS DE VIAJES	x			

	# de agencias que poseen convenios con la comunidad (escribir los nombres) Rut Sponsa S.A compañía de transporte turístico. (0984773741)			
	FACILIDADES TURÍSTICAS	x		

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	SI	NO	OBSERVACIÓN
HIGIENE Y SEGURIDAD TURÍSTICA	SERVICIOS BÁSICOS	x		Falta de infraestructura.
	SALUD	x		Falta de un centro de primeros auxilios.
	SEGURIDAD	x		Posee cámaras de seguridad y personal que cuida de la comunidad.

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	SI	NO	OBSERVACIÓN
POLÍTICAS Y REGULACIONES	Se encuentra registrado en la planificación territorial del GAD'S MUNICIPAL DE NARANJAL.	x		
	PERMISO DE FUNCIONAMIENTO	x		

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN
ACTIVIDADES QUE SE PRACTICAN EN LA COMUNA SHUAR	<ul style="list-style-type: none"> • Danzas culturales • Baños de sanación: Masajes con barro natural • Mascarillas con barro, sábila y miel (30min). • Baños con barro natural • Baños de florecimiento • Limpias con plantas espirituales.

CRITERIOS	AFLUENCIA NACIONAL	
TIPOS DE VISITANTES Y AFLUENCIA	TURISTA	
	EXCURSIONISTA	x
	AFLUENCIA INTERNACIONAL	

	TURISTA	
	EXCURSIONISTA	
CAPACIDAD DE TURISTA EN LA COMUNIDAD SHUAR	# De capacidad: 400	

CRITERIOS	ESPECIFICAR
RECURSOS HUMANOS (PERSONAL ESPECIALIZADO EN TURISMO)	MANEJO IDIOMAS: # NIVEL INSTRUCCIÓN: No

CRITERIOS	ESPECIFICAR
PAQUETES TURÍSTICOS QUE OFRECEN	SI POSEE () NO POSEE (x) ¿POR QUE? ()
	1. 2. 3. 4. 5.

CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	PRECIOS	OBSERVACIÓN
COBRO DE ENTRADAS EN LA COMUNDA SHUAR TSUER ENTSA	ADULTOS	\$ 3,00	
	ADULTOS MAYORES	\$ 1,50	
	PERSONAS CON DISCAPACIDAD	\$ 1,50	
	NIÑOS (A)	\$ 1,50	

	PRECIO	\$ 1,00
PARQUEADERO		

	CUMPLE CON LAS MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD
MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD	Sí

Matriz de recolección de datos de la Comunidad Shuar Tsuer Entsa		
CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICAR
DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO	NIVEL LOCAL	x
	NIVEL REGIONAL	
	NIVEL NACIONAL	
	NIVEL INTERNACIONAL	
CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICAR
MEDIOS DE PROMOCIÓN DEL ATRACTIVO	REDES SOCIALES	x
	REVISTAS ESPECIALIZADAS EN EL TURISMO	
	OFICINA DE INFORMACIÓN	
	MEDIOS DE COMUNICACIÓN (RADIO, TV, PERIÓDICO)	
CRITERIOS	DESCRIPCIÓN	ESPECIFICAR
ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL COMPLEJO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD SHUAR	ALTERADO	
	NO ALTERADO	x
	EN PROCESO DE DETERIORO	
	DETERIORADO	
	CONSERVADO	