



DIAGNÓSTICO PARA LA ELABORACIÓN DE UN PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE PARA LA PARROQUIA MINDO

Adriana Jaqueline Calvache Mogro¹

Universidad Estatal de Bolívar
adiecocol9@hotmail.com

María Fernanda Quintana Saltos²

Universidad Estatal de Bolívar
Mayfequintana@hotmail.es

Fharab de Lourdes Hernández Aguiar³

Universidad Estatal de Bolívar
farabha@yahoo.com

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Adriana Jaqueline Calvache Mogro, María Fernanda Quintana Saltos y Fharab de Lourdes Hernández Aguiar (2017): "Diagnóstico para la elaboración de un plan de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Mindo", Revista Caribeña de Ciencias Sociales (marzo 2017). En línea:

<http://www.eumed.net/rev/caribe/2017/03/mindo.html>

RESUMEN

La investigación se desarrolló en la parroquia de Mindo, perteneciente al cantón San Miguel de los Bancos, provincia de Pichincha, esta es una zona turística donde el diseño de un plan de desarrollo turístico sostenible permitirá la regulación y control de las actividades para un manejo adecuado de los recursos naturales y culturales de la parroquia, por tanto los lineamientos estratégicos basados en los principios de sostenibilidad responderán las necesidades y fortalecerán las potencialidades de los componentes del sistema turístico para lo cual se aplicaron diferentes herramientas de planificación. La metodología empleada fue aquella que se basa en la situación actual y para la priorización de potencialidades y jerarquización de problemas se aplicó el método de ponderación a partir del resultado obtenido se diseñaron las estrategias de desarrollo para elaborar los programas y proyectos que servirán como un instrumento de gestión para el desarrollo turístico sostenible que encamine el buen vivir de los ciudadanos y ciudadanas de la parroquia.

¹ Master en Planificación y Gestión de Proyectos Agro turísticos y Ecológicos, Ingeniera en Ecoturismo, Guía Nacional de Turismo.

² Licenciada en administración de empresas hoteleras, Diploma superior en gerencia con programación neurolingüística Magister en planificación y gestión de proyectos agroturísticos y ecológicos.

³ Licenciada en administración de empresas de turismo, Diplomado superior en operaciones turísticas, Especialista en servicios hoteleros, Magister en gestión de las empresas turísticas y hoteleras, Diploma superior en gerencia con programación neurolingüística.

Palabras claves: Turismo sostenible, plan de desarrollo turístico, patrimonio turístico, estrategias de desarrollo.

DIAGNOSTIC FOR THE ELABORATION OF A TOURIST SUSTAINABLE DEVELOPMENT PLAN FOR THE PARISH MINDO

ABSTRACT

The research took place in the parish of Mindo, belonging to the village of San Miguel de los Bancos, Pichincha province, this is a tourist area where the design of a sustainable tourism development plan will allow the regulation and control of the activities for proper management of natural and cultural resources of the parish, therefore the strategic guidelines based on the principles of sustainability answer the needs and strengthen the potential of the tourism system components for which different planning tools were applied. The methodology used was that based on the current situation and to prioritize potential issues and prioritizing the weighting method was applied to the results obtained from development strategies were designed to develop programs and projects that will serve as an instrument management for sustainable tourism development route the good life of citizens of the parish.

Keywords: Sustainable tourism, tourist development plan, tourist patrimony, strategies of development.

INTRODUCCIÓN

El turismo sostenible es una estrategia de desarrollo para comunidades, localidades, regiones y provincias de diferentes partes del mundo especialmente de Centroamérica y Suramérica. Es así que Ecuador en el PLANDETUR,2009 busca consolidar al Turismo Sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, objetivo enmarcado en el plan nacional del buen vivir, por lo que los gobiernos autónomos descentralizados (GAD) en sus planes de ordenamiento territorial contemplan dentro del área productiva el turismo, siendo competencia de los mismos la elaboración y ejecución de estos para el aprovechamiento racional de los recursos en beneficio de la comunidad local.

La parroquia de Mindo perteneciente al cantón San Miguel de los Bancos, es un sitio reconocido a nivel nacional e internacional, donde se puede realizar turismo de naturaleza y aventura, muy conocido por los amantes de la observación de aves y a tan solo una hora y media de la ciudad de Quito, que en el año 2015 contó con la llegada de 628.958 visitantes de los cuales el 40% de los turistas tienen preferencia por el turismo rural.

Por ello, es importante que los GAD cuenten con un instrumento de gestión que contribuye a impulsar el desarrollo turístico, social, cultural, ambiental y económico de una localidad. Además, permite la evaluación del potencial turístico de ese territorio y busca orientar las acciones que se deben llevar a cabo a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores tales como: la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y también las características o vocación del territorio.

El objetivo de la investigación consiste en un diagnóstico para la elaboración de un plan de desarrollo turístico sostenible basado en la situación actual que permita la regulación y control de las actividades turísticas para el manejo adecuado de los recursos naturales y culturales de la parroquia Mindo.

PLANIFICACIÓN DEL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

La planificación es el proceso que permite establecer una visión estratégica para un área que refleje los objetivos y aspiraciones de la comunidad, e implementándolo con la identificación de los criterios preferentes para el mejor uso del territorio según el estilo de desarrollo que se quiere aceptar". (Ascanio, 2009)

No resulta fácil encontrar en toda la literatura especializada una concepción generalizadora del término planificación. Existen definiciones tan simplistas como: "Es el intento de intervenir en el futuro", o "Procedimiento para elaborar un plan de acción". En un intento de abarcar la esencia de esta ciencia, algunos especialistas han planteado definiciones más completas: Proceso que permite definir una estrategia para identificar y seleccionar proyectos priorizados, con sus medios y fines correspondientes, ofrece la instrumentación adecuada para procesar información y conocer la coherente relación entre la entidad y los procesos de cambio, facilitando establecer su evolución en el tiempo.

A modo de adelantar un enunciado provisional que no pretende ser definitivo, es posible definir la planificación como: "el conjunto de procesos y técnicas empleadas por una organización para determinar su estado actual y establecer, a partir de ello y de la previsión sobre la futura evolución de las variables internas y externas, las acciones que se consideran más factibles de lograr para cumplir los objetivos de su actuación en un período de tiempo dado". (Martínez, 2007)

Panorama mundial del turismo

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), un número creciente de destinos de todo el mundo se ha abierto al turismo y han invertido en este sector, haciendo del mismo un factor clave de progreso socioeconómico mediante la obtención de ingresos por exportaciones, la creación de puestos de trabajo y de empresas y la ejecución de infraestructuras.

Durante las seis últimas décadas, el turismo ha experimentado una continua expansión y diversificación, convirtiéndose en uno de los sectores económicos de mayor envergadura y crecimiento del mundo. A los destinos favoritos tradicionales de Europa y América del Norte se han sumado otros muchos.

A pesar de ocasionales conmociones, las llegadas de turistas internacionales han registrado un crecimiento prácticamente ininterrumpido: desde los 25 millones en 1950 hasta los 278 millones en 1980, los 528 millones en 1995 y los 1.087 millones en 2013. (UNWTO, 2014)

Turismo internacional en 2013: tendencias clave y perspectivas

Las llegadas de turistas internacionales (visitantes que pernoctan) crecieron un 5% a escala mundial en 2013, alcanzándose la cifra récord de 1.087 millones de llegadas, después de haberse superado en 2012 la cota de los mil millones. La región de Asia y el Pacífico registró el mayor crecimiento, con un aumento del 6% en llegadas, seguida de Europa y África (ambas +5%). En las Américas, las llegadas internacionales aumentaron un 3%, mientras que en Oriente Medio se mantuvieron sin cambios. En 2013, los ingresos por turismo internacional alcanzaron la cifra de 1.159.000 millones de dólares de los EE.UU. en todo el mundo, partiendo de 1.078.000 millones de dólares de los EE.UU. generados en 2012. El crecimiento de ingresos por turismo internacional, un 5% en términos reales, fue igual al crecimiento en llegadas. China ha consolidado su posición como mayor mercado turístico emisor del mundo, con un gasto en turismo internacional de 129.000 millones de dólares. Las previsiones preparadas por la OMT en enero de 2014 apuntan a un crecimiento de entre el 4% y el 4,5% en las llegadas de turistas internacionales en 2014, superándose la previsión a largo plazo del 3,3% que figura en *Tourism Towards 2030*. Por regiones, según la clasificación de la OMT, las mejores perspectivas de crecimiento para 2014 corresponden a la región de Asia y el Pacífico (entre +5% y +6%), seguida de África (entre +4% y +6%). (UNWTO, 2014)

Turismo en las Américas

Las Américas recibieron 5 millones de llegadas internacionales más en 2013 (+3%), hasta alcanzar un total de 168 millones. La región empezó el año con un crecimiento lento, pero este se disparó en el segundo semestre. Los ingresos por turismo internacional en la región llegaron a los 229.000 millones de dólares de los EE.UU., lo que significa un incremento del 6% en términos reales. La región mantuvo su cuota de llegadas mundiales en un 15%, si bien su cuota de ingresos ascendió al 20%.

América del Norte, la mayor subregión (con cerca de dos tercios de todas las llegadas de la región) registró un aumento del 3%. Los Estados Unidos registraron un sólido incremento de llegadas de turistas equivalente al 5%, mientras que en Canadá fue del 2% y en México del 1%. En Centroamérica (+4%), todos los destinos registraron un crecimiento consistente, con Costa Rica, El Salvador y Nicaragua (todos +4%) en torno a la media de la subregión. Belice (+6%) y Honduras (+5%) crecieron algo más y Guatemala y Panamá (ambas +3%) ligeramente por debajo de la media.

El crecimiento en América del Sur (+3%) se mantuvo en consonancia con la media de la región. Perú (+11%) registró un crecimiento de dos dígitos, mientras que Ecuador (+7%), Paraguay y Colombia (ambas +5%) tuvieron buenos resultados. Los datos de llegadas para Brasil, el mayor destino de la subregión, no están aún disponibles, pero las cifras de ingresos indican una tendencia bastante plana.

El Caribe registró un modesto incremento del 2% en el número de llegadas en 2013. Entre los mayores destinos, Puerto Rico (+4%) y la República Dominicana (+3%) tuvieron un crecimiento superior a la media subregional. Los destinos más pequeños, como Aruba (+8%), las Islas Caimán, Anguila (ambos +7%) y Curaçao (+5%) también publicaron buenos resultados. Después del

declive en 2012, Haití registró un sólido incremento del número de llegadas del 20%. (UNWTO, 2014)

Turismo en el Ecuador

De acuerdo a la información publicada en el diario El Comercio, (2014). Ecuador recibió en el año 2013 un flujo de visitas de 1,670 millones de turistas, creciendo un 7% en turismo superando a Colombia y Paraguay. Esta actividad ocupa el cuarto rubro de ingreso de divisas al país. Aunque internamente es una industria que mueve 5 000 millones de dólares, haciendo una relación de cálculo que los 1500 millones de ingreso del año pasado significan 28 mil nuevos trabajadores, lo que a su vez equivaldría a 300 mil ecuatorianos empleados con el sueldo básico. Situación favorable por lo que el gobierno a través de la campaña promocional “All you need is Ecuador” (Todo lo que necesitas es Ecuador), con la que espera lograr que el turismo sea la tercera fuente de ingresos.

Según los principales indicadores de turismo MINTUR, 2014. En octubre del 2013 Ecuador tuvo un crecimiento del 12% mientras que en el período enero-octubre de 2014 Ecuador alcanzó un crecimiento del 14% en comparación al año 2013.

Referente a los principales mercados emisores que encabezan la lista de los 10 primeros países que tienen el mayor número de llegadas al país son Colombia, Estados Unidos y Perú. El turismo en la economía del país tiene la cuarta posición en las exportaciones no petroleras y en la balanza turística anual El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) asciende a 1.251,3 millones de dólares durante el año 2013 lo que representa el 21% en comparación con el 2012. (MINTUR, Principales indicadores de turismo, 2014)

Características del sector turístico ecuatoriano

Ecuador tiene ventajas sobre los demás países ya que posee cuatro regiones que van desde la diversidad topográfica de la Amazonía a volcanes y nevados de los Andes; amplias playas en la Costa y las tan conocidas Islas Galápagos, conocidos como las islas encantadas, en la región insular. Lo interesante de las cuatro regiones es que, cada una de ellas representa un ecosistema único y por lo tanto el país cuenta con la mayor biodiversidad por kilómetro cuadrado. Vale mencionar que el país, debido a su amplia diversidad y ubicación geográfica, posee rincones declarado Patrimonio Cultural de La Humanidad por la UNESCO.

En el Ecuador habitan 13 nacionalidades indígenas con identidades culturales propias. La mayoría de ellas habitan en la región amazónica y algunas de ellas han tenido poco contacto con la civilización moderna y mantienen las costumbres de sus antepasados. El Ecuador es un destino que ofrece varias alternativas de actividades para el viajero: desde el turismo de aventura al ecoturismo, aviturismo, agro turismo, voluntariado, historia y cultura, deportes acuáticos, viajes de incentivos y convenciones.

La región Andina se caracteriza por volcanes de más de cinco mil metros de altura, con nieves perpetuas y glaciares. La mayoría de los volcanes pueden ser escalados en un viaje de uno a tres días. En el bosque protector Mindo –

Nambillo se encuentra una de las más importantes reservas de aves del mundo. (Proecuador, 2012)

Desarrollo turístico sostenible

A pesar de su profusa utilización, no existe una definición única y generalmente aceptada del concepto de desarrollo turístico sostenible. La falta de precisión del término puede abocar a su uso meramente retórico, problema que exige dotar al concepto de la concreción necesaria para que sea auténticamente operativo. El desarrollo turístico sostenible se engloba en los principios fundamentales que convencionalmente se atribuyen a este concepto. (Del Castillo, 2013)

En 1993, en la Conferencia Euromediterránea sobre turismo y desarrollo sostenible, la OMT en el documento titulado *Tourism the year 2000 and beyond qualitative aspects* definió el concepto de Turismo Sostenible: “El Turismo Sostenible atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida”. En la mayoría de las definiciones de este concepto se habla de: sostenibilidad ecológica, sostenibilidad social, sostenibilidad cultural y sostenibilidad económica (Aptso, 2014)

Principios básicos del turismo sostenible

El desarrollo turístico deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, debe ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente y equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales, sus principios básicos radican en:

- Una gestión global de los recursos para asegurar la conservación tanto del capital natural como del cultural.
- El turismo sostenible presupone la solidaridad, respeto mutuo y participación de todos los agentes implicados en el proceso.
- La participación de los actores debe basarse en mecanismos de cooperación a todos los niveles: local, nacional, regional e internacional.
- Los criterios de calidad orientados a la presentación del destino turístico y a la capacidad de satisfacción del turista, deberán ser objetivos prioritarios en la formulación de estrategias y proyectos turísticos.
- Toda opción de desarrollo turístico debe repercutir de forma efectiva en la calidad de vida de la población.
- Los organismos competentes deben promover la planificación integrada del turismo como contribución al desarrollo sostenible.
- Debe impulsarse el reparto equitativo de los beneficios y cargas producidos por el mismo, lo que implica entre otros factores cambios en los modelos de consumo.
- Introducción de modelos de fijación de precios que permitan la internalización de los costos ambientales.
- Reorientar las ayudas al turismo cuando impliquen efectos negativos sobre el medio ambiente.

- Aplicación de instrumentos económicos, jurídicos y fiscales internacionalmente aceptables que aseguren el uso sostenible de los recursos.
- Prioridad en materia de ayuda para las zonas vulnerables y las zonas degradadas por los modelos turísticos obsoletos.
- Creación de redes abiertas de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo sostenible.
- Fomento de programas con acciones positivas y preventivas, seguimiento de los logros alcanzados, información de resultados e intercambio de experiencias.
- Especial atención a los efectos del transporte en el medio ambiente.
- Establecimiento de códigos de conducta para todos los actores que intervienen en el turismo. (Del Castillo, 2013)

¿Cómo podemos hacer para que el turismo sostenible sea un factor de desarrollo local y regional?

El desarrollo sostenible del turismo exige la participación informada de todos los agentes relevantes, así como un liderazgo político firme para lograr una colaboración amplia y establecer un consenso.

El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias.

El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos prácticas turísticas sostenibles. (Gayoso, 2013)

- a) Dando un uso óptimo a los recursos ambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- b) Respetando la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservando sus activos culturales, arquitectónicos y vivos sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y a la tolerancia intercultural.
- c) Asegurando actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes 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 contribuyan a la reducción de la pobreza.

Turismo sostenible desde la perspectiva pública

- Viabilidad Económica: Garantizar la competitividad de los destinos y las empresas turísticas, y sus beneficios a largo plazo
- Prosperidad Local: Mejorar la contribución del turismo a la prosperidad económica del destino y la proporción de gastos que se retiene localmente
- Calidad del Empleo: Fortalecer el número y calidad de empleos locales creados por el turismo, incluyendo el nivel salarial, condiciones de trabajo e igualdad de oportunidades

- Equidad Social: Procurar una distribución amplia y justa de los beneficios económicos y sociales del turismo en la comunidad receptora y población de menores recursos
- Satisfacción del visitante: Proporcionar una experiencia segura, satisfactoria y completa a los visitantes
- Control Local: Involucrar a las comunidades locales en la planificación y toma de decisiones sobre la gestión del turismo en su entorno
- Bienestar de la Comunidad: Fortalecer la calidad de vida de las comunidades locales, evitando la degradación o explotación social o medio-ambiental
- Riqueza Cultural: Respetar el patrimonio histórico, cultura, tradiciones y peculiaridades de las comunidades anfitrionas
- Integridad Física: Mantener y mejorar la calidad de los entornos urbanos y rurales, y evitar la degradación física y visual del medio ambiente
- Diversidad Biológica: Apoyar la conservación de áreas naturales, hábitats y vida silvestre, y reducir al mínimo el daño hacia ellos
- Eficiencia en el uso de los recursos: Reducir la utilización de los recursos escasos y no renovables en el desarrollo y operación de instalaciones y servicios turísticos
- Pureza medioambiental: Reducir al mínimo la contaminación del aire, agua y suelo, y la generación de residuos por parte de las empresas y los visitantes. (Gayoso, 2013)

Sector privado: ¿Es parte de la operación turística sostenible?

A través de las empresas turísticas y sus gremios, pueden apoyar las iniciativas públicas y generar sus propios esfuerzos para alcanzar una operación turística sostenible, haciendo uso de una serie de herramientas:

- Adopción de directrices sobre gestión de empresas turísticas sostenible o códigos de conducta, establecer sistemas de evaluación de logros de sostenibilidad, fomentar donaciones de los turistas, apoyar programas de voluntariado para la conservación ambiental o implementar medidas de responsabilidad social empresarial
- Adopción de buenas prácticas y la certificación en turismo sostenible
- Con el desarrollo de un turismo sostenible se benefician todos los actores involucrados
- La sociedad obtiene ingresos para la conservación y herramientas para sensibilizarse sobre la temática ambiental, en tanto los turistas alcanzan una experiencia de calidad, en entornos seguros y atractivos, en los que pueden aprender de otras culturas, beneficiándolas con su visita. (Gayoso, 2013)

Papel de las comunidades locales en el desarrollo sostenible:

- Proporcionar interacciones culturales entre la comunidad local/visitantes
- Proporcionar servicios al visitante
- Potenciar los productos locales
- Tomar decisiones acerca de los diseños de los proyectos.
- Tomar iniciativas respecto a las acciones
- Participar en los costos de los proyectos

- Proteger las normas culturales. (Gayoso, 2013)

Planificación turística y sus enfoques

La planificación consiste precisamente en determinar los objetivos del trabajo, ordenar los recursos materiales y humanos disponibles, establecer los métodos y técnicas por emplear, y precisar la forma de organización requerida, así como todas las especificaciones necesarias para que la conducta de la persona o grupo de personas que en un momento dado intervendrán sea encauzada de manera racional hacia el logro de los resultados que se pretenden. (Acerenza, 1998)

Ricaurte, 2009. En su publicación dice que la planificación desde un enfoque general es comúnmente entendida como un proceso en que se definen metas y los medios necesarios para alcanzarlas. Según Hall, la planificación debería proveer la información necesaria para la toma de decisiones apropiada, democrática e informada (citado por Hall &Page, 1997: 307). Por su parte, la OMT (2004: 3) sostiene que la planificación turística en diferentes escalas — internacional, nacional, regional, local y de sitio— es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad.

La planificación del turismo alrededor del mundo ha tenido distintos enfoques los cuales son el resultado de los objetivos de desarrollo trazados para cada destino, pero también de las concepciones y tendencias que ha tenido históricamente la actividad. Por otra parte están las ‘escuelas s de pensamiento’ desde las cuales se han desarrollado modelos de planificación turística, en América Latina por ejemplo, desde el enfoque de negocios y marketing para el acceso a créditos, desde las teorías de planificación urbana y regional de la OEA-CICATUR y desde la planificación desarrollista de la CEPAL. En un ejercicio de sistematización, Getz (Ídem: 309) identifica a nivel mundial cuatro enfoques de planificación turística: tradicional, económico, físico espacial y comunitario. A estas cuatro perspectivas, Michael Hall (1995) le añade una más reciente: la sostenibilidad como guía del desarrollo turístico en los destinos. Por su parte, Maribel Osorio (2006: 295) identifica que para el caso de América Latina específicamente, la planificación turística se ha realizado desde las perspectivas desarrollista, económica, espacial y estratégica. Los autores coinciden en que los enfoques con que se ha planificado el turismo no son secuenciales ni exclusivos, de manera que permanecen más o menos vigentes y pueden combinarse de acuerdo con el propósito de planificación. (Ricaurte, 2009)

Plan de desarrollo turístico local

El Plan de Desarrollo Turístico Local (PDTL) es un instrumento de gestión que contribuye a impulsar el desarrollo turístico, social y económico de una localidad. Además, permite la evaluación del potencial turístico de ese territorio y busca orientar las acciones que se deben llevar a cabo a corto, mediano y largo plazo, teniendo en cuenta factores tales como: la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y también las características o “vocación” del territorio. Asimismo, el PDTL contiene un conjunto planificado de actividades, programas y proyectos, que ejecutados, van a potenciar la actividad turística en el ámbito local seleccionado. Previamente, es necesario hacer una evaluación, lo que permitirá tener un diagnóstico, para luego

proponer objetivos y estrategias, identificando a los responsables públicos y privados para su implementación. Con la finalidad de contribuir con los gobiernos locales a la obtención de un nivel de sostenibilidad y competitividad turística en un “ámbito local” determinado. Los gobiernos locales promueven el desarrollo económico y social de su localidad, con acciones enmarcadas en los planes de desarrollo económico local aprobados en armonía con las políticas y planes nacionales y regionales. Es por ello que, la elaboración de un PDTL deberá guardar relación con el Plan de Desarrollo Concertado Regional, el Plan de Desarrollo Económico Local y con las políticas turísticas del Plan Estratégico Regional de Turismo (PERTUR) así como con las políticas del Plan Estratégico Nacional de Turismo del Perú (PENTUR). El contar con un PDTL traerá consigo la definición estratégica del desarrollo turístico local, lo que conllevará a mejorar la competitividad turística del territorio. (Antoine, 2013)

Requerimientos para el desarrollo turístico local

Existe una serie de requerimientos específicos y consideraciones para el sector público, privado, la comunidad local y el municipio cuyo cumplimiento es básico para lograr una planificación y administración turística sostenible.

Las nuevas tendencias conciben al turismo como un compromiso entre la oferta y la demanda, es decir, entre los operadores y los visitantes. Esta actividad debe ser considerada como una oportunidad para desarrollar a las comunidades, solucionar problemas de pobreza, inequidad en la distribución de los ingresos, falta de infraestructura, entre otros aspectos.

El turismo interno es una excelente alternativa para aportar ingresos permanentes a la comunidad y evitar los efectos negativos de las fluctuaciones del turismo receptivo.

Es primordial contar con la colaboración del sector público y del privado para realizar un trabajo conjunto y coordinado. Del mismo modo, es necesario que la población se integre en este proceso y participe de manera activa en la planificación y el control de la actividad turística local.

Para planificar y llevar a cabo acciones eficientes y continuas entre dichos sectores es preciso establecer mecanismos de coordinación y correlación de intereses que favorezcan un desarrollo armónico tanto a nivel local como regional y nacional, señalando un horizonte común y una visión de los objetivos a determinado plazo, indispensables por las características de interdependencia y multidisciplinariedad del turismo. (Rendón, 2006)

Patrimonio turístico

El patrimonio turístico de un país se determina a partir de la integración de cuatro componentes:

- a) Atractivos turísticos.
- b) Planta turística.
- c) Infraestructura.
- d) Superestructura turística.

El concepto de patrimonio turístico como la relación entre la materia prima (atractivos turísticos), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema). (Boullon, 2006)

Características del mercado turístico

Uno de los aspectos que caracterizan en mayor medida a los mercados turísticos es, precisamente, la variedad de clientes que consumen los servicios turísticos. La procedencia geográfica de los consumidores constituye un importante factor que contribuye a esta variabilidad.

La rápida evolución de las economías hace que tanto las características de los productos turísticos como el perfil de los turistas experimenten importantes transformaciones en cortos períodos de tiempo.

Una consecuencia de los rasgos anteriores es la elevada segmentación de los mercados turísticos, ya que tanto las motivaciones como las características de la demanda son muy diferentes. (Vértice, 2007)

Segmentación de mercados turísticos

Según García (2012), la segmentación de mercados es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un producto o servicio en varios grupos más pequeños de compradores homogéneos con la finalidad de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita, por un lado, satisfacer de forma más efectiva sus necesidades, intereses y preferencias y, por otro lado, alcanzar los objetivos comerciales de la empresa. A cada uno de los grupos resultantes se les denomina segmentos de mercado.

El objetivo fundamental de la segmentación de mercados turísticos es definir las características de un grupo específico de clientes (mercado que le interesa a la empresa turística y por el cual va a competir), y así desarrollar estrategias para crear o modificar productos o servicios que satisfagan sus necesidades. Para ello debe acondicionar la oferta a sus gustos y a sus posibilidades económicas, dirigiendo específicamente las campañas de promoción hacia dicho mercado, dando a conocer al mercado meta que la oferta es precisamente lo que necesita. El objetivo es conseguir un turista satisfecho que recomiende el producto o el servicio turístico, y a través de este sistema de promoción, dar a conocer el mercado. (García, 2012)

La utilidad o ventajas de la segmentación radican en que su aplicación permite la reducción del riesgo que conlleva la tarea de tomar decisiones, proporcionando a la empresa los elementos suficientes para desarrollar una actuación eficaz y eficiente en el proceso de dirección de marketing. Las ventajas de segmentación se pueden clasificar según las tres etapas básicas en dicho proceso de decisión de la dirección de marketing.

Análisis del mercado:

- Detecta oportunidades de negocio, al descubrir segmentos del mercado desatendidos o segmentos insatisfechos

- Facilita el análisis de la competencia, al identificar más fácilmente a las empresas competidoras que se dirigen al mismo segmento, es decir, a las que actúan en los mismos mercados objetivo
- Ayuda a establecer un orden de prioridad en los segmentos, al identificar los segmentos más rentables y aquellos en los que la competencia es más débil. La empresa tiene la posibilidad de elegir a cuál o cuáles de ellos va a dirigirse prioritariamente, escogiendo el segmento que más le interesa y concentrando sus esfuerzos de marketing en dichos segmentos

Desarrollo de la ejecución de las acciones:

- Diferencia la actuación comercial de la empresa.
- Optimiza el programa de marketing de la empresa (las combinaciones más adecuadas del marketing-mix) para poder, así, posicionarse mejor en función de las características de sus mercados objetivo
- Facilita la adaptación de las distintas estrategias de marketing 24
- Contribuye a aplicar las prioridades identificadas anteriormente, es decir, escoger el segmento que más le interese. Como los recursos son limitados, la empresa tiene la posibilidad de elegir a cuál o cuáles de ellos va a dirigirse prioritariamente, de acuerdo con determinados criterios, que son:
 - Potencial de compra del segmento
 - Su atractivo estructural
 - La facilidad de acceso
 - La complementariedad con otros mercados servidos
 - Los recursos y capacidades disponibles

Control de progreso del marketing:

- Mejora la relación de la empresa con sus clientes
- Adapta continuamente la oferta a las necesidades de los consumidores
- Contribuye al reposicionamiento y rediseño del producto
- Ayuda a reasignar los repuestos de publicidad, promoción, producción, etc.
- Los beneficios conseguidos por la empresa al aplicar la segmentación permiten aumentar la eficacia de la acción comercial, incrementando así su rentabilidad

Demanda turística

La definición de demanda turística varía según los intereses que muevan al investigador (OMT, 1998). Así, por ejemplo, un economista observará la demanda desde el punto de vista del consumo-gasto-ingresos; un psicólogo se interesará más por el comportamiento y las motivaciones de dicha demanda. Mathieson y Wall (1982:16), desde un punto de vista geográfico, consideran a la demanda como <>. Esta definición es matizada y ampliada por otros autores (Cooper, 1993), distinguiéndose así entre:

La demanda efectiva. Es el número de personas que efectivamente viajan (se contabilizan en las estadísticas)

La demanda no efectiva. Es el sector de la población que no viaja por algún motivo. Dentro de este grupo se incluye la llamada demanda potencial (son aquellos que viajarán en el futuro, cuando experimenten un cambio en sus circunstancias personales) y la demanda diferida (son aquellos que no han podido viajar por algún problema en el entorno o en la oferta).

La no demanda. Está integrada por un grupo de gente que presenta aversión a los viajes o que simplemente no quieren viajar. (Gomez, 2002)

Oferta turística

“Para los efectos que nos ocupan, definiremos de esta forma, al conjunto de facilidades y servicios utilizados por los turistas, para desplazarse, permanecer y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones”. (Quezada, 2007)

(Saavedra, 2004). En su texto menciona que el análisis económico por oferta a la cantidad de mercancía o servicio que entra en el mercado consumidor a un precio dado y por un período dado (Ibid.:32). Para aplicar este concepto a la actividad turística, se debe tomar en cuenta la existencia de productos y servicios que son creados específicamente para el servicio turístico y otros que no lo son. El mismo Roberto Boullón (Ibid.:36), concluye que la oferta turística “está integrada por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, los cuales se comercializan mediante el sistema turístico”. Por su parte la OMT en 1998 define con mayor precisión a la oferta turística como: “el conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado para su disfrute y consumo” (OMT, 2001:32).

Los productos turísticos

Según (Secall, 2006), como producto turístico puede entenderse el conjunto de bienes y servicios que son objeto de transacción comercial dentro del sistema de actividades turísticas, con la finalidad de atender a los deseos y necesidades del turista. Dado lo genérico del concepto, es evidente que los productos turísticos pueden ser muy diversos, tanto por su forma como por su grado de complejidad, comprendiendo desde una simple pernoctación en un alojamiento, hasta el “paquete turístico” más sofisticado de un circuito, que incluya multitud de productos más sencillos como traslados, estancias, comidas, visitas a museos, excursiones, espectáculos, guías, etc. Los productos turísticos son como todos los demás, una combinación de bienes, capital y trabajo, aunque las tendencias actuales, por los cambios de la demanda y la aplicación de las nuevas tecnologías, en un proceso de maduración de la actividad turística, hayan aumentado cada vez más las proporciones de capital y la cualificación de la mano de obra.

Recurso turístico

“Según la OMT, los recursos turísticos son: todos los bienes y servicios, que por intermedio de la actividad turística y la satisfacción de las necesidades de la demanda”. Citado por (Noguera, 2009)

“Los recursos turísticos son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitados o admirados por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y con la materia prima de futuras atracciones”. (Tourism&Leisure)

Inventario de atractivos turísticos

De acuerdo a la Metodología para inventario de atractivos aplicado por el MINTUR (Ministerio de Turismo). Es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico. (MINTUR, 2004)

a. Los atractivos turísticos

Son el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

b. Facilidades turísticas “Comprende el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. Se refiere a las instalaciones donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y los servicios complementarios para la práctica del turismo”. (MINTUR, 2004)

METODOLOGÍA

Se emplearon cuatro tipos de investigación: exploratoria, descriptiva, correlacional y experimental. Asimismo, se emplearon los métodos de observación, inductivo, deductivo, análisis y síntesis que sirvieron para conocer, analizar, evaluar y explicar cómo se manifiestan las variables que intervienen en el estudio.

La muestra de la población fueron 258 turistas extranjeros y nacionales. Se aplicaron 172 encuestas a turistas nacionales y 86 encuestas a extranjeros las que se distribuyeron en sitios de alojamiento, restauración, 41 agencias operadoras de viaje, transporte turístico, recreación, diversión y esparcimiento.

RESULTADOS

Las potencialidades son todas aquellas situaciones que pueden dar lugar a la satisfacción de las necesidades y demandas de la población y los problemas son todas aquellas situaciones que reflejan carencias, escasez o deficiencias en la satisfacción de las necesidades y demandas de la población. (Flores, Desarrollo, ordenamiento territorial y turismo, 2015).

La priorización de potencialidades y problemas se definió a partir de la identificación de nudos críticos y claves de éxito, respondiendo de esta manera a situaciones que reflejan carencia en la satisfacción de las necesidades o

satisfacción de las necesidades, identificando el problema principal como **Desarrollo desordenado del turismo**, sus causas tales como: inexistencia de un plan de desarrollo turístico sostenible, insuficiente cobertura de la infraestructura turística, crecimiento de la demanda con tendencia al ecoturismo, turismo de naturaleza, existencia de diferencias y sesgos políticos que dificultan una buena coordinación. Los efectos generados como la saturación del mercado y espacio turístico especialmente en feriados y presencia de enganchadores que ejercen una competencia desleal en el mercado.

Identificado el problema central, sus causas y efectos fue necesario jerarquizar los mismos de acuerdo a la metodología propuesta por la Asociación de Municipalidades del Ecuador (AME), bajo los siguientes criterios: Magnitud: Gravedad: Alternativa de solución, mediante los cuales se valoraron la percepción de facilidad con la que se puede afrontar el problema o potencialidad. Donde la valoración se da en una escala de 1 que es baja, 2 media y 3 alta; a su vez la magnitud tiene una ponderación de 0,50, gravedad una ponderación de 0,30 y alternativa de solución 0,20. (Flores, 2015)

Los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes: La ausencia de una política turística es el problema de mayor prioridad obteniendo una valoración total de 2,80 puntos ligada a la inexistencia de una regulación y control de las actividades turísticas con una valoración de 2,60 puntos.

Problemas que se dan por la inexistencia de un plan de desarrollo turístico sostenible 2,50 puntos en igual puntuación se encuentra otro problema relevante que es la ausencia de vías alternativas para el ingreso y salida de Mindo que obtuvo 2,50 puntos asociado con la escasa señalización turística y vial además de la poca gestión para la habilitación de un parqueadero público y la ausencia de un sistema de monitoreo o sistema de manejo para llevar datos estadísticos de llegadas de turistas; estos 3 últimos problemas con una valoración total de 2,30 puntos. Los problemas que obtuvieron una valoración total de 2 puntos no son menos importantes pero tienen una jerarquización menor por tanto la prioridad de estos se deberá responder a mediano plazo.

El diseño del plan se encuentra estructurado a partir de la jerarquización de problemas y priorización de potencialidades que fueron la base para el desarrollo de la formulación filosófica donde se estableció la misión, visión y valores; así como la definición de la formulación estratégica que da los lineamientos estratégicos para la planeación operativa permitiendo delinear los programas y proyectos que deberán cumplir las metas propuestas en un período de 4 años que dura la administración actual del GAD Parroquial Mindo.

CONCLUSIONES

El diagnóstico de la situación actual de la parroquia muestra que en el territorio existe déficit de cobertura de servicios básicos especialmente agua potable, alcantarillado y manejos de desechos sólidos, condición que no permite adecuar o implementar establecimientos con los estándares de calidad que requiere la demanda

El perfil del turista nacional que visita Mindo en un 86,6% proviene de la ciudad de Quito y el 17,4% es procedente de Alemania y con mínima diferencia de porcentaje son de Francia y USA; cada segmento tiene sus gustos y preferencias pero el común denominador de los turistas es que gustan de un medio natural que posee un patrimonio turístico donde el 89% de los atractivos son sitios naturales además de contar con una capacidad de alojamiento de 1486 plazas y 2684 plazas disponibles que ofertan el servicio de alimentos y bebidas.

La parroquia de Mindo posee una gran potencialidad turística el 89% de las atractivos pertenecen a la categoría sitios naturales y el 11% a manifestaciones culturales, este último recurso requiere de mayor atención para un adecuado desarrollo e implementación pertinente de facilidades turísticas. Es así que el diseño del plan de desarrollo turístico sostenible cuenta con 7 programas que contienen 11 proyectos que deberán ejecutarse progresivamente en un período de 4 años.

En la socialización del plan los actores involucrados se comprometieron en formar un comité de turismo que tendrá la finalidad de consolidar un modelo de desarrollo turístico incluyente, productivo y sostenible.

BIBLIOGRAFÍA

Acerenza, M. Á. (1998). Administración del turismo. México: Trillas.

Antoine, G. (15 de 11 de 2013). Slideshare. Obtenido de <http://www.slideshare.net/antoinegeorge/guia-metodologica-2013-de-elaboracion-de-planes-de-desarrollo-turistico-local-mincetur-peru>

Aptso. (11 de 04 de 2014). WORDPRESS.COM. Obtenido de <http://aptso.wordpress.com/2014/02/12/concepto-de-turismo-sostenible/>

Ascanio, A. (13 de 03 de 2009). Gerencia turística. Recuperado el 17 de 12 de 2015, de <http://ascanio.blogspot.com/2009/03/la-planificacion-turisticas-un-resumen.html>

Boullon, R. (2006). Planificación del espacio turístico. México: TRILLAS págs. 54,55

Comercio, E. (07 de marzo de 2014). Gobierno busca que el turismo en Ecuador sea el tercer rubro de ingresos. *NEGOCIOS*, pág. 1.

COOTAD. (2011). Ministerio de la coordinación política. En COOTAD, *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización* (págs. 13-14;31;39-40;47-48). Quito: V&M Gráficas.

COPFP. (2011). Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas. En SENPLADES, *Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas* (págs. 20,40-41,43-44). Quito: Senplades.

- Del Castillo, C. (2013). El desarrollo del turismo sostenible: mitos y realidades a nivel local. *Actualidad Gubernamental N°59*, 1-2.
- Ecuadorinmediato.com. (10 de marzo de 2015). Obtenido de http://ecuadorinmediato.com/index.php?module=Noticias&func=news_user_view&id=2818768339&umt=la_hora_quito_mejora_turismo_interno_en_ultimo_ano
- Flores, G. (2015). Desarrollo, ordenamiento territorial y turismo. *1er Congreso Nacional para el fortalecimiento turístico en los GAD,s*, (pág. 24). Cuenca.
- García, C. y. (2012). *Marketing turístico* (1ra ed., págs. 26-30). Madrid, España: Paraninfo. R
- Gayoso, M. (2013). Turismo sostenible palanca de desarrollo. En M. GAYOSO, *Turismo sostenible palanca de desarrollo* (págs. 8-23). Perú: Universidad Privada del Norte.
- Gomez, B. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona: EDICIONS DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA.
- Hinojosa Naranjo, J. C. (2008). *Plan estratégico para impulsar el desarrollo sustentable del ecoturismo y el turismo de aventura en la parroquia de Mindo, cantón San Miguel de los Bancos, provincia de Pichincha*. Quito, Pichincha.
- ITR, I. d. (14 de 05 de 2013). *Slideshare*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/BiosphereITR/el-turismo-sostenible-presente-y-futuro>
- Ley de turismo. (2004). Quito.
- MAE. (2012). *Plan de manejo ambiental del Bosque Mindo Nambillo*. Quito: MAE.
19. Martínez, C. (2007). *Planificación turística*. Santa Clara, Cuba: Centro de estudios turísticos.
- MINTUR. (2004). En *Metodología para inventario de atractivos* (1ra ed., pág. 2). Quito, Pichincha, Ecuador: MINTUR. Recuperado el 31 de enero de 2015
- MINTUR. (2014). *Principales indicadores de turismo*. Quito: Coordinación general de estadística e investigación, boletín N°10.
- MULTINATIONCORP. (2013). *Diagnóstico turístico de Mindo*. Quito.
- MultinationCorp. (2013). *Zonificación territorial de Mindo*. MINTUR, Mindo.
- Noguera, J. P. (2009). *Gestión y promoción del desarrollo local* (pág. 446). Valencia, España: Universitat de València.

- Olalla, D. (2014). *Plan de desarrollo turístico sostenible para la parroquia Aloasí*. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Facultad de recursos naturales, Riobamba.
- PDOT, M. 2. (2012). PDOT, Mindo 2012. En GADPM-GADPP, *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la parroquia de Mindo* (pág. 34). Quito: GADPM-GADPP.
- (2012). En G. d. Pichichna, *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial, Mindo 2012-2015* (págs. 30-72). Quito.
- PDyOT, M. (2015). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial*. Quito: GPP, GADMSB, GADPM.
- PNVB. (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir, 2014-2017. En PNVB, *Plan Nacional para el Buen Vivir* (págs.5,20, 48, 66,71,71,75,78). Quito: SENPLADES.
- Proecudor. (2012). Análisis sectorial de turismo. Quito: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones.
- Puigmartí, S. (15 de 09 de 2014). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/susanapuigmarti/tendencias-turismo-mundial-omt-2014-al-2030>
- Quezada, R. (2007). *Elementos del Turismo*. San José: Universidad estatal a distancia.
- Rendón, M. L. (2006). *El modelo de administración turística local*. Lima: EDIGRAFASA.
- Ricaurte, K. (2009). *Manual para diagnóstico turístico local*. Guayaquil: ESPOL.
- Saavedra, E. (2004). *Promoción turística: una llave para el desarrollo de Chuquisaca* (Vol. I, pág. 11). La Paz, Bolivia: EDOBOL. Recuperado el 29 de enero de 2015
- Secall, R. (2006). *Estructura de mercados turísticos* (1ra ed., pág. 44). Barcelona, España: Eureka Media, SL.
- SENPLADES. (2011). Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas. En SENPLADES, *Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas* (págs. 40-41,43-44). Quito: Senplades.
- Senplades. (2011). *Guía para la formulación de políticas públicas sectoriales*. Quito.
- SerCompetitivos.Com. (08 de 12 de 2013). *SLIDESHARE*. Obtenido de <http://www.slideshare.net/AlvareZval/5-fases-de-un-programa-de-desarrollo-turstico>

- SERNATUR. (2008). *Boletín turístico N°1*. Santiago: Departamento de planificación del gobierno de Chile.
- Torres, V. H. (1994). En *Manual de revitalización cultural comunitario* (págs. 18-24). Quito.
- Tourism&Leisure. (s.f.). *ECOSTRAVEL*. Recuperado el 31 de enero de 2015, de <http://www.ecostravel.com/ecuador/plandetur2020/2020-45.html>
- TURISMO, Q. (2013). *Sistema de indicadores turísticos*. Quito: Quito Turismo.
- UNESCO. (2014). *Indicadores Unesco de cultura para el desarrollo*. Paris: Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura.
- UNWTO. (2014). Panorama OMT del turismo internacional. *Organizacion Mundial del Turismo*, 2,3.
- VERA, M. (2006). *Competitividad en las empresas turísticas de la ciudad de Valdivia*. Valdivia.
- Vértice. (2007). *Marketing Turístico* (Vol. I). Málaga, España: VÉRTICE. de https://books.google.com.ec/books?id=h3XI8t2j2X4C&pg=PA21&dq=que+e+s+mercado+turistico&hl=es&sa=X&ei=_hbJV0OAFcWlIgwTe5oDoCg&ved=0CC4Q6AEwBA#v=onepage&q=que%20es%20mercado%20turistico&f=false