



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

INGENIERÍA EN TURISMO

TEMA:

“ESTUDIO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA RIQUEZA CULTURAL DE LA COMUNIDAD ZULETA, PERTENECIENTE AL PUEBLO CARANQUI, DEL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”.

Trabajo de grado, previo a la obtención del título de
Ingenieras en Turismo.

AUTORAS: Carmen Fernanda BolagayCollaguazo

Evelyn Manuela Velásquez Puga

DIRECTOR: Dr. Enrique Rosero

Ibarra, Julio 2014

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR


Ibarra, Abril del 2014.

Luego de haber sido designado por el honorable Concejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte, de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director del Trabajo de Grado titulado: **“ESTUDIO DEL POTENCIAL TURÍSTICO DE LA RIQUEZA CULTURAL DE LA COMUNIDAD ZULETA, PERTENECIENTE AL PUEBLO CARANQUI, DEL CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”** Trabajo realizado por las señoritas egresadas: BolagayCollaguazo Carmen Fernanda con número de cédula 1002866083 y Velásquez Puga Evelyn Manuela con número de cédula 1003675491.

El Trabajo investigativo constituye requisito previo a la obtención del Grado y Título de Ingeniero en Turismo, por lo que he sido testigo presencial y corresponsable de su desarrollo. El documento ha sido revisado en todas sus partes y cumple con todos los requisitos y méritos para su defensa y sustentación ante el tribunal designado oportunamente.

X

Ló certifica



Dr. Enrique Rosero V.

DEDICATORIA

A mi familia

A Emily y José David que con su gracia alegran mi vida.

A todas las personas que me supieron brindar su apoyo en forma incondicional en todo momento.

Fernandita

A mis padres por haber hecho de mí una persona ejemplar

A mis hermanos y hermanas por haber guiado mi camino con sus consejos.

A mis sobrinos por ser mis ángeles, mi inspiración y a cada una de las personas que hicieron real este sueño.

Evelyn

AGRADECIMIENTO

“Nunca desistas de un sueño. Sólo trata de ver las señales que te lleven a él.”

Paulo Coelho

Primero quisiéramos agradecer a Dios por habernos dado la necesaria voluntad, sabiduría y más que toda la vida para realizar éste fructuoso trabajo.

A nuestro asesor de tesis Dr., Enrique Roseroque con su ayuda logramos culminar satisfactoriamente el trabajo dejando en nosotros una enseñanza grandiosa.

Un agradecimiento especial a nuestras profesoras y profesores quienes han compartido generosamente sus conocimientos.

Y finalmente a nuestras amigas y amigos, que con ellos hemos compartido situaciones felices y desagradables durante nuestra vida universitaria, y que siempre nos han ayudado brindándonos su apoyo para salir adelante.

Fernanda y Evelyn

ÍNDICE

PORTADA.....	i
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	¡Error! Marcador no definido.
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
INDICE	v
RESUMEN.....	xi
SUMMARY.....	xiv
INTRODUCCIÓN	xv
CAPÍTULO I.....	1
1. El problema de investigación.....	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Planteamiento del problema	2
1.3. Formulación del problema.....	4
1.4. Delimitación	4
1.5. Objetivos	5
1.6. Justificación	5
CAPÍTULO II.....	7
2. Marco teórico	8
2.7. Fundamentación Teórica.....	8
2.7.1. Potencialidad turística.....	8
2.7.2. Turismo.....	8
2.7.3. Atractivos turísticos.....	9
2.7.3.1. Clasificación de atractivos turísticos.....	10
2.7.3.2. Inventario de atractivos turísticos	10
2.7.3.3. Evaluación y jerarquización de atractivos.....	14
2.7.4. Manifestaciones culturales.....	15

2.7.5. Turismo cultural	17
2.7.6. Cultura	18
2.7.7. Prácticas culturales.....	20
2.7.8. Los caranquis	23
2.7.9. Zuleta.....	24
a) Reseña histórica.....	26
b) Aspecto geográfico.....	26
c) Límites.....	27
d) Población y raza.....	27
e) Alimentación.....	27
f) Salud.....	28
g) Medios de comunicación	28
h) Vías de acceso.....	28
i) Educación.....	28
j) Folklore.....	29
k) Artesanías	29
m) Migración.	29
n) El matrimonio	30
o) Ñabimaillai.....	31
p) Embarazo y parto	32
q) Bautizo	33
r) Entierro de un niño	33
s) Entierro de un adulto	33
t) Primera comunión	34
u) Casa nueva	35
v) San juan	35
w) Inuchis.....	36
x) El cuyuco.....	36
y) el vestido	36
z) Indumentaria del hombre.....	37

2.7.10. Empresa turística.....	37
2.7.11. Producto turístico.....	38
2.7.12. Particularidades del producto turístico especializado cultural.....	39
2.7.13. Restaurantes culturales.....	40
2.7.14. Gastronomía típica.....	41
2.8. Posicionamiento teórico personal.....	42
2.9. Glosario de términos.....	42
2.10. Matriz categorial.....	45
CAPÍTULO III.....	47
3. Metodología de la investigación.....	47
3.1. Diseño de investigación.....	47
3.2. Tipos de investigación.....	47
3.2.1. Investigación documental.....	47
3.2.2. Observación directa.....	48
3.2.3. Investigación de campo.....	48
3.3. Métodos de investigación.....	48
3.3.1 Analítico - Sintético.....	48
3.3.2. Estadístico.....	48
3.4. Instrumentos y técnicas de investigación.....	49
3.4.1. Encuesta.....	49
3.4.2. Entrevista.....	49
3.4.3. Fichas de Evaluación y Jerarquización de los atractivos.....	49
3.5. Población.....	50
3.6. Muestra.....	50
CAPÍTULO IV.....	52
4. Análisis e interpretación de resultados.....	52
4.1. Interpretación datos encuestas.....	52
4.1.1 . Encuesta Habitantes de Zuleta.....	53

4.2. Entrevistas	95
4.3. Fichas de evaluación y jerarquización	109
CAPÍTULO V	126
5. Conclusiones y recomendaciones.....	126
5.1. Conclusiones.....	126
5.2. Recomendaciones	127
CAPÍTULO VI	129
6. Propuesta alternativa	129
6.1. Título de la propuesta	129
6.2. Justificación	129
6.3. Fundamentación	131
6.4. Objetivos	132
6.5. Ubicación	133
6.6. Delimitación	133
6.7. Desarrollo de la propuesta	134
6.7.1. Introducción	134
6.7.2. Manifestaciones culturales identificadas.....	135
6.7.3. Estructura del producto.....	141
Fuentes de financiamiento.....	161
6.7.4. Estrategias de marketing	175
6.7.4.1. Planteamiento de estrategias	175
6.8. Manejo de residuos.....	182
6.8.1. Sustentabilidad del nuevo emprendimiento	183
6.9. Socialización con la comunidad	185
6.10. Impactos	193
7. Bibliografía	195

ANEXOS.....	198
1. Cuadro de evaluación y jerarquización de los atractivos.....	199
2. Ficha de observación.....	200
3. Árbol de problemas.....	211
4. Matriz de Coherencia.....	212
5. Modelo de Encuesta a la Comunidad.....	213
6. Modelo encuesta a turistas.....	216
7. Modelo de entrevista emprendedor dirigida al emprendedor turístico.....	218
8. Modelo de entrevista al técnico.....	220
9. Ficha Hacienda Zuleta.....	221
10. Ficha de la Etnia Caranqui.....	221
11. Ficha Hacienda Zuleta.....	229
12. Ficha Feria de Bordados.....	233
14. Ficha Bordados.....	237
14. Ficha de las Fiestas de San Juan.....	241
15. Ficha Plato Cuy con Papas.....	245
16. Fotografías.....	249

LISTA DE CUADROS

Cuadro1 Cualidades Registro de Inventario.....	11
Cuadro 2 Ficha de Registro.....	12
Cuadro 3 Ficha de Registro.....	13
Cuadro 4 Ficha de Registro.....	13
Cuadro 5 Ficha de Evaluación.....	14
Cuadro 6 Clasificación de Manifestaciones.....	16

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género	53
Tabla 2 Edad.....	54
Tabla 3 Educación	55
Tabla 4 Ocupación.....	56
Tabla 5 Manifestaciones Culturales	57
Tabla 6 Importancia Manifestaciones Culturales	58
Tabla 7 Vestimenta	59
Tabla 8 Gastronomía	60
Tabla 9Paltos Típicos	61
Tabla 10 Ritmo Musical	62
Tabla 11 Instrumentos Musicales	63
Tabla 12 Fiestas Populares	64
Tabla 13 Enamoramiento.....	65
Tabla 14 Petición de la mano.....	66
Tabla 15 Casamiento.....	67
Tabla 16 Velorio.....	69
Tabla 17 Ritos.....	70
Tabla 18 Vivienda	71
Tabla 19 Beneficios Emprendimientos.....	79
Tabla 20 Relación Emprendimientos	80
Tabla 21 promoción y difusión	81
Tabla 22 Proyecto Restaurante Cultural	83
Tabla 23 Procedencia turistas.....	85
Tabla 24 Género	86
Tabla 25 edad turistas	87
Tabla 26 ocupación turistas	88
Tabla 27 Motivos Visita Zuleta	89
Tabla 28 Medios difusión Zuleta	91
Tabla 29 Promoción Zuleta.....	92

Tabla 30 Propuesta.....	93
Tabla 31 Importancia Restaurante Cultural	94
Tabla 32 Beneficios	185
Tabla 33Fortalecimiento	187
Tabla 34 Fortalecimiento	188
Tabla 35 Actividades Alternativas	189
Tabla 36 Ambientes	190

RESUMEN

En el siguiente trabajo se ha realizado a partir de un problema de investigación fundamentado en el escaso valor turístico cualitativo y cuantitativo de las manifestaciones culturales de la comunidad donde como objetivo es el diseño de un restaurante temático basado en las representaciones culturales de Zuleta. Para rescatar y valorizar la riqueza cultural, por lo cual fue importante cumplir con un trabajo investigativo previo, a fin de alcanzar los siguientes objetivos como son: Identificar las costumbres y tradiciones más representativas de la comunidad Zuleta, Evaluar el potencial turístico de las costumbres y tradiciones identificadas y las más representativas. Realizar un diseño con una propuesta de la difusión del potencial turístico de la riqueza cultural. Se trata de una investigación descriptiva-propositiva, en la que se aplicó la metodología de campo porque fue importante convivir con la comunidad y poder conocer lo que aún mantienen de sus costumbres y que en la actualidad lo han perdido, e igualmente un estudio bibliográfico, con el auxilio de instrumentos de investigación como: entrevistas, encuestas, ficha de observación, fichas de jerarquización para la búsqueda de la información requerida y poder evaluar cada atractivo e identificarlo como un potencial Turístico de la comunidad de Zuleta. Los resultados obtenidos orientaron la construcción de una propuesta consistente en la creación de un restaurante temático cultural, donde se fomenta fuentes de empleo, una concientización cultural y turística de la población, a fin de propiciar nuevas actitudes y el rescate de la cultura que se ha perdido y se están perdiendo en la actualidad, e igualmente realizando encuestas piloto donde se ha manifestado la aprobación de la comunidad para la creación de dicho restaurante, de esta manera se dispondrá un nuevo producto turístico sustentable, para la acogida de visitantes tanto nacionales como extranjeros, aprovechando el potencial turístico más representativo y por ende un crecimiento en Comunidad de Zuleta.

SUMMARY

In the following work has been performed from an investigation problem based on the limited qualitative and quantitative tourism value of cultural manifestations in the community where the objective is to design a thematic restaurant based on the cultural representations of Zuleta. To rescue and value the cultural wealth, which was important to comply with a previous research work in order to achieve the following objectives such as: Identify the customs and traditions of the most representative Zuleta's community. Assess the touristic potential of the customs and identified traditions and the most representative ones. Create a design with a touristic diffusion proposal of the cultural wealth. in which applied the campus methodology because it was with a given diffusion of the tourism potential of cultural wealth. This is a descriptive-proposal research in which was applied the field methodology because it was important to live with the community and get to know they even maintain their customs and now they have lost them. And it was also has a bibliographical study with the help of research tools such as: interviews, surveys, observation sheets, sheets for ranking search, for the required information and to evaluate and identify each attractive as a touristic potential of Zuleta community. The obtained results guided the construction of a consistent proposal in creating a cultural thematic restaurant where sources of employment, cultural and tourist awareness of the population are fomented, in order to foster new attitudes and rescue culture that was lost and continue losing at present, and also doing pilot surveys where are manifested the approval of the community for the creation of this restaurant, so a new sustainable touristic product will be available for the reception of both native inhabitants and foreign visitors, taking advantage of the most representative items and therefore a growth in tourism potential of Zuleta Community.

INTRODUCCIÓN

La realidad actual de las etnias indígenas sobrevivientes del Ecuador es muy trágica ya que poco a poco las diferentes culturas se están perdiendo como son los Otavalos, Caranqui (Zuletas), Natabuela, entre otros.

Al analizar la contingencia de los pueblos originarios del territorio Ecuatoriano, no podemos descontextualizar ésta, ni de su historia ni de su cosmovisión, ya que ello cruza absolutamente toda la realidad de cada cultura, y por supuesto, la determina, así como también se ve influida por los sucesos externos que día a día van invadiendo los pequeños mundos que habitan las culturas indígenas, esto produce dos fenómenos intensamente relacionados: por un lado el proceso de interrelación étnica (muy poco respetuosa) que produce una alteración en la forma en que los indígenas aprehenden el mundo, pues este se torna hostil, con cánones desconocidos que le impone un orden distinto del que conocen y por lo mismo se da una variación de la cosmovisión que integra elementos de la cultura Imbabureña para poder sobrevivir, por ejemplo la integración religiosa.

Además, debido al franco hostigamiento del que los indígenas son objeto sumado a la relación que la sociedad establece que no es de reconocimiento como un otro válido, sino que intenta integrarlos para absorberlos, se produce un proceso de aculturación en todos estos pueblos, proceso a través del cual van perdiendo su cosmovisión, su identidad étnica, formas culturales del hacer, el vivir y el sentir, etc. Es cada vez más alarmante el observar este proceso y como poco a poco se pierde irremediabilmente la riqueza cultural construida durante siglos.

En Imbabura tenemos muchos pueblos étnicos como Otavalo, Caranqui (Zuleta), Natabuela, Afro ecuatorianos, que en sí plasman sus tradiciones autóctona y cada uno se identifica por lo que son, por su gastronomía, vestimenta fiestas etc.

Sabemos muchos que la cultura en Bolivia es muy avanzada Es tiempo de valorar y dimensionar históricamente el camino recorrido por los excluidos, por los ausentes y marginados a lo largo de la historia a comparación de Ecuador que es un país lleno de problemas étnicos sabemos en sí que Ecuador como Bolivia obtiene variedad de riqueza cultural étnica pero el país Ecuatoriano aún no sabe valorar el patrimonio que se posee.

En este Plan de tesis se identificara los síntomas que posee el problema de investigación tratando así de resolverlos y mejorarlos buscando las causas que esto provoque sabiendo que uno de los problemas más graves que hoy en día atraviesa el Ecuador es la migración, ya que se destruye el hogar familiar, por eso este Plan de tesis abordara diferentes temas en los cuales nos ayudara a tratar de mejorar los diferentes problemas existentes en cada una de las comunidades.

El Capítulo I: Indica el problema de investigación, fundamentado en el escaso valor turístico cualitativo y cuantitativo de las manifestaciones culturales de la comunidad de Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui, formulación del problema, interrogantes, objetivos propuestos, los mismos que permiten cumplir con el propósito y justificación de este trabajo investigativo.

El Capítulo II: Consta del Marco Teórico, que sustenta la investigación realizada de la comunidad de Zuleta el cual engloba las potencias turísticas.

El Capítulo III: Describe la metodología, tipo de investigación, las técnicas y métodos utilizadas en la investigación, y el procedimiento.

El Capítulo IV: Se presenta el análisis e interpretación de datos, utilizando cuadros con sus respectivas frecuencias y porcentajes a fin de ver los resultados obtenidos.

El Capítulo V: Contiene la propuesta como alternativa de proyección socio productivo y económico de la comunidad, considerando la creación de un restaurante temático cultural como un producto turístico.

Finalmente se presenta los respectivos la bibliografía y anexos Consultados.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

La Gestión Turística busca la apertura de nuevos caminos para hacer un turismo de forma sostenible es decir que las actividades a realizarse no traigan consigo consecuencias que afecten tanto al entorno natural y cultural de los sitios a visitarse. En un mercado altamente competitivo se requiere que los profesionales en el sector turístico potencialicen cada uno de los recursos turísticos existentes y sobre todo realicen una investigación exhaustiva por los que aún no son conocidos para que puedan convertirse a futuro en una herramienta que ayude al desarrollo del sector.

En los actuales momentos se ha dado un gran énfasis al ámbito cultural ya que hoy en día las personas se interesan en la búsqueda de lugares, acontecimientos y experiencias culturales y no sólo buscan los componentes étnicos o manifestaciones de tipo folklórico sino también los estilos vida, en los que la cocina, el lenguaje, la literatura, la música o el arte son elementos básicos de su atracción, por ello el turismo cultural es concebido como una forma de turismo alternativo que encarna la comercialización de la cultura y los elementos escogidos de cualquier cultura pasan a ser productos ofertados en el mercado turístico.

Cada grupo social en su práctica cotidiana, es portador de una cultura propia, misma que se manifiesta en lo que tal grupo cree, vive y crea, como en nuestro país, dueño de un diverso y rico pasado cultural autóctono, donde la ocupación, distinta y sucesiva, de su territorio ha creado una gama de etnias

que conviven dejando como legado sus variadas manifestaciones que representan un tesoro invaluable para todos, pero que en algunos casos estos elementos han llegado a perderse ya que al interior de cada grupo étnico muchas veces no existe el interés en conservarlos y transmitirlos.

En este sentido la riqueza cultural de la comunidad Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura, vive una difícil realidad, ya que de forma paulatina se ha presentado el fenómeno de la transculturación, afectando la permanencia de las manifestaciones, sobre todo en las nuevas generaciones que cada día se preocupan menos en formar parte de un proceso vivo de aprendizaje, participar y vivir la cultura de sus ancestros.

1.2. Planteamiento del problema

En el Ecuador el problema de la cultura esta juntamente con el problema social. En la colonia los grupos indígenas y afro ecuatorianos se ubicaron en las clases sociales que se ubicaron en el nivel bajo.

Por esta razón hacen que los pueblos quieran dejar sus costumbres, como hay otro factor de la perdida identidad y es el ingreso de turistas o la migración. Se piensa que los turistas no vienen hacer daño, pero si afecta constantemente a nuestras raíces, ya que los turistas vienen a observa lo que en su país ya se perdió, y la gente adopta algo que no es propio de uno, como es el idioma, las gastronomía y vestimenta.

En la provincia de Imbabura se puede percibir la presencia de algunos problemas a nivel cultural de los asentamientos étnicos que forman parte de la riqueza provincial; entre los principales se mencionan el dejar de lado las diferentes manifestaciones que forman parte del legado ancestral: por ejemplo la perdida de los valores étnicos de los pueblos originarios, problema

que se ha generado por diferentes factores como la migración donde las familias se han desintegrado y adaptado a nuevas formas de vida propias del nuevo entorno donde se desenvuelven, formas de vida que en muchos casos ha afectado de forma trascendental la permanencia de sus raíces culturales, siendo la delincuencia, la influencia de pandillas en muchos de los casos las nuevas tendencias a seguir, en tanto no se toma muy en cuenta o no son algo de prioridad en las comunidades las actividades de revalorización de su cultura.

En cuanto a la gastronomía tenía un gran significado en los pueblos ancestrales, los productos consumidos eran combinados de tal forma que sean provechosos para el cuerpo, los granos eran bendecidos antes de la siembra, y de igual forma en la cosecha; se preparaban platos que alimentaban el espíritu y servían no solo como suplemento alimenticio, sino como tratamientos para mantener y mejorar la salud.

Finalmente el tema de la medicina tradicional, a la que la medicina moderna ha suplantado por ser más rápida y sobre todo porque los conocimientos y prácticas se están quedando en las mentes de los ancianos que por más que intenten dejar como herencia sus hijos y nietos; estos no presentan disposición para ello, en términos generales la oralidad a nivel de transmisión de no solo conocimientos, también cuentos, leyendas, historias, saberes pierde cada vez fuerza.

Es necesario indicar que todos estos componentes culturales, al ser aprovechados de forma planificada y con un horizonte de desarrollo económico, progreso, inclusión social, representaría un buen camino a seguir para rescatar los saberes ancestrales, promoverlos, promocionarlos y difundirlos no solo en el entorno comunitario, sino a nivel de la sociedad nacional.

Uno de los problemas por el que atraviesan la comunidad Zuleta es el desaprovechamiento cultural, a esto se suma la desorganización de las comunidad, con una progresiva alteración de su identidad y falta de liderazgo comunitario, debido a la asimilación de otras culturas extranjeras, por la desconfianza, poca solidaridad y desintegración de la comunidad.

Las circunstancias de pérdida de la identidad cultural que se observa actualmente en Zuleta lleva a iniciar de manera forzada, múltiples investigaciones en todos los campos, con el propósito de encontrar soluciones sostenibles a cada uno de los grandes problemas étnicos que se presentan, por la ausencia de programas de valorización de la identidad Cultural y difusión de los mismos.

1.3. Formulación del problema

Cuál es el potencial turístico de la riqueza cultural de la comunidad Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura?

1.4. Delimitación

1.4.1. Delimitación temporal

La presente investigación se desarrollará desde agosto del 2012 hasta Noviembre del 2013.

1.4.2. Delimitación espacial

Se desarrollará en la comunidad Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar el potencial turístico de la riqueza cultural de la comunidad Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura.

1.5.2. Objetivos específicos

1. Identificar las costumbres y tradiciones más representativas de la comunidad Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura.
2. Evaluar el potencial turístico de las costumbres y tradiciones identificadas, como muestra representativa de la riqueza cultural de la comunidad.
3. Diseñar una propuesta alternativa que contribuya a la difusión del potencial turístico de esta riqueza cultural que posee la comunidad de Zuleta.

1.6. Justificación

El principal objetivo del presente trabajo es analizar parte de la variada gama de manifestaciones culturales de la comunidad Zuleta, provincia de Imbabura con la visión de determinar el diseño de un nuevo producto turístico innovador, que aproveche las potencialidades de la riqueza cultural de la comunidad y satisfaga a la demanda que tiene el mercado a nivel local y nacional de productos diferenciados que motiven la afluencia de turistas y

sobre todo se difunda la cultura autóctona que representa un patrimonio invaluable y que en los actuales momentos a más de no ser aprovechada no es valorada por propios y extraños y en algunos casos llegando casi a perderse por la poca importancia que se le da a su transmisión a nivel comunal y de la localidad.

Como aporte se puede mencionar sobre todo en el área turística ya que como futuras profesionales del área es importante dar solución a problemas latentes que afectan al entorno, con ideas que prioricen el desarrollo sustentable del turismo, en este caso promover el rescate de valores culturales, difundirlos y promocionarlos con estrategias de innovación, ya que en los actuales momentos el sector turístico debe sufrir números cambios tanto en conceptos así como de actitudes; en nuestra provincia es necesario implementar diferentes iniciativas que han funcionado en otras latitudes, mediante la implementación de un proyecto novedoso se estaría encaminado a fortalecer y rescatar nuestra identidad cultural, en este caso se mostraría tanto a turistas nacionales y extranjeros nuestra riqueza ancestral así como los diferentes elementos culturales de la comunidad de Zuleta de nuestra provincia que poco a poco se están perdiendo de una forma no convencional.

En el área educativa la idea es desarrollar un documento fiable en la información recopilada, para que en el futuro pueda servir de pauta y apoyo para futuras investigaciones en el área cultural.

Como beneficiarios se puede indicar a la etnia considerada en la investigación, ya que se promocionará parte de su cultura en el diseño de un producto turístico que incluya gran parte de ella; así mismo a la sociedad en general porque se pondrá a disposición información valiosa y se facilitará su difusión.

Finalmente el trabajo se realizó porque servirá a la comunidad para fomentar un turismo sostenible, y el desarrollo socio económico de Zuleta

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.7. Fundamentación teórica

Con la finalidad de respaldar el presente trabajo de forma adecuada y ordenada se recopiló información documental, misma que sustentara los temas a analizarse ayudando así a justificar el umbral del problema y la desarrollo de una posible propuesta alternativa de solución.

2.7.1. Potencialidad turística

Ascensión, F. (2006). Turismo Sostenible en el Perú. Lima: Universitaria. Manifiesta que:

“Respecto al potencial turístico se puede definir específicamente como el plan de desarrollo turístico o la construcción de instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definiendo de una manera más general, también puede incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos”

Respecto a esto diríamos que puede llegar a definirse como “Potencial turístico” como los atractivos Turísticos que pueden llegar a satisfacer las necesidades de un turista (demanda) y a esto debe sumarse efectos como el flujo de la economía”

2.7.2. Turismo

El documento de JORNADAS DE TURISMO UNIVERSIDAD DE HUELVA (2005); hace referencia a la definición que expone La Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST) (2003):

“Turismo es el conjunto de relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de residencia, siempre que el desplazamiento o la estancia no estén motivados por una actividad lucrativa”

En tanto el turismo es una actividad en la que las personas se desplazan de un lugar a otro por diferentes motivos y que realizan una actividad generando productividad en el sitio visitado, conoce, disfruta de lo que se le oferte, se recrea y vive una experiencia.

2.7.3. Atractivos turísticos

En el informe del PLANDETUR 2020 resalta la diferencia y conceptualización sobre:

Recurso Turístico. Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones.

Atractivo Turístico. Son recursos turísticos que tengan elementos aptos para la explotación del turismo, esto es, dotados al menos con accesos y preferiblemente con servicios básicos.

Otra definición la establece la metodología de Inventarios Turísticos del MINTUR y es la siguiente:

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. Esta misma metodología clasifica los atractivos turísticos por categoría, (sitios naturales y manifestaciones culturales) y varios tipos y subtipos.

2.7.3.1. Clasificación de atractivos turísticos

Siguiendo con la metodología para inventario de atractivos turísticos según el PLANDETUR 2020 indica que se dividen en dos categorías”:

a) Sitios Naturales.

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

b) Manifestaciones Culturales.

En esta categoría se reconocen los tipos: Históricos, Etnográficos, Realizaciones Técnicas y Científicas, Realizaciones Artísticas Contemporáneas y Acontecimientos Programados

2.7.3.2. Inventario de atractivos turísticos

Según la metodología de Inventarios Turísticos del MINTUR; manifiesta que El inventarios de recursos turísticos es

“Proceso mediante el cual se registran ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a conformar 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”.

Para el registro de inventario de atractivos turísticos en la misma metodología presenta una ficha en la cual detallas los puntos a ser tomados encienta en cada atractivo para su respectiva categorización.

Cuadro 1 Cualidades Registro de Inventario

PUNTOS A REGISTRAR	CARACTERÍSTICAS
BÁSICOS	Es todo a lo que se refiere a su ubicación, datos generales, etc. Datos Básicos
CALIDAD	Es la medida del interés de un atractivo, inherente a sí mismo. Las características que hacen único o relativamente único al atractivo y que motivan la visita de corrientes turísticas. –Valor intrínseco –Valor extrínseco –Estado de conservación –Entorno
APOYO	Es la medida de las condiciones físicas y operativas que

	<p>complementan el atractivo, para contribuir a su difusión y puesta efectiva en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> –Acceso –Servicios –Asociación con otros atractivos
SIGNIFICADO	<p>Es la medida de las condiciones físicas y operativas que complementan el atractivo, para contribuir a su difusión y puesta efectiva en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> –Acceso –Servicios –Asociación con otros atractivos

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador 2004. Elaborado por: Bolagay F, Velásquez E.

De igual forma propone un modelo de ficha de registro para su inventario:

Cuadro 2 Ficha de Registro		
1. DATOS GENERALES:		
ENCUESTADOR:		FICHA N°:
SUPERVISOR EVALUADOR:		FECHA:
NOMBRE DEL ATRACTIVO:		PROPIETARIO:
CATEGORÍA:	TIPO:	SUBTIPO:
2. UBICACIÓN:		
LATITUD:	LONGITUD:	
PROVINCIA:	CIUDAD Y/O CANTON:	PARROQUIA:
CALLE:	NUMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:		
NOMBRE DEL POBLADO:		DISTANCIA (Km):
NOMBRE DEL POBLADO:		DISTANCIA (Km):

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador 2004

Cuadro 3 Ficha de Registro

4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO

CALIDAD
VALOR INTRINCESO
CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador 2004

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador 2004

Cuadro 4 Ficha de Registro

V	USOS DE CONSERVACION DEL ATRACTIVO
A	
L	
O	
R	
E	
X	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)
T	
R	
I	
N	
S	
E	
C	
O	

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador 2004

2.7.3.3. Evaluación y jerarquización de atractivos

Consiste en el análisis individual de cada atractivo, con el fin de calificarlo en función de la información y las variables seleccionadas: calidad, apoyo y significado. Permite valorar los atractivos objetiva y subjetivamente.

Cuadro 5 Ficha de Evaluación

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS

NOMBRE DEL ATRACTIVO:
NOMBRE DE LA PROVINCIA:

JERARQUIA I	
JERARQUIA II	
JERARQUIA III	
JERARQUIA IV	

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	a) Valor extrínseco	15
	b) Entorno	10
	c) Estado de Conservación (y/ o organización)	10
		50
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	5
		25
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
		25
	TOTAL	100

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador 2004.

Mientras que c con la puntuación obtenida en la evaluación se le asigna una jerarquía al atractivo

- Jerarquía IV: Atractivo excepcional de gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí solo de motivar una importante corriente de visitantes actual o potencial.
- Jerarquía III: Atractivo con rasgos excepcionales en un país, capaz de motivar una corriente actual o potencial de visitantes del mercado interno, y en menor porcentaje el internacional, ya sea por sí solos o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- Jerarquía II: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia, ya sea del mercado interno, y receptivo, que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas actuales o potenciales, y atraer al turismo fronterizo de esparcimiento.
- Jerarquía I: Atractivos sin mérito suficiente para considerarlos a nivel de las jerarquías anteriores, pero que igualmente forman parte del patrimonio turístico como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía en el desarrollo y funcionamiento de cualquiera de las unidades que integran el espacio turístico

2.7.4. Manifestaciones Culturales

“Las manifestaciones culturales son, por naturaleza o por definición, actividades públicas cuya característica radica en producir un acto comunicacional alrededor del cual un grupo más o menos definido se

identifica. La condición fundamental radica en su estado público sin el cual no se pueden cumplir las condiciones identitarias”

Las manifestaciones culturales previas a su inventario poseen una clasificación en tipos y subtipos:

Cuadro 6 Clasificación de Manifestaciones

CATEGORÍA	TIPO	SUBTIPO
Manifestaciones culturales	Históricos	Arquitectura; Zonas históricas; Minas antiguas; Vestigios arqueológicos; Museos; fiesta religiosa
	Etnográficos	Grupos étnicos; Arquitectura Vernácula; Manifestaciones Religiosas, Tradiciones y Creencias Populares; Música y danza; Artesanía; Ferias y Mercados ; Comidas y bebidas típicas; Shamanismo
	Realizaciones técnicas y científicas	Explotación Piscícola; Explotaciones agropecuarias; Balneario; Obras técnicas; centros científicos y técnicos; Camino pintoresco

	Realizaciones artísticas contemporáneas	Museos; Obras de arte; pintura; escultura
	Acontecimientos programados	Artísticos; fiestas; Vida nocturna ; Gastronomía ; Rodeos ; Ferias y Congresos; Eventos Deportivos

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador 2004

2.7.5. Turismo Cultural

El Ministerio de Turismo (2003) define:

“Categoría de Productos Turísticos. Incluye aquellas actividades y formas de turismo que implican una experiencia de aprendizaje en los aspectos históricos, culturales, artísticos, arqueológicos de un destino o región. Contribuye a preservar la identidad de un pueblo a través de actividades turísticas sustentables, es decir, poniendo en valor aquellos elementos/ recursos susceptibles de transformarse en productos turísticos, tales como, por ejemplo, turismo histórico, artesanías, gastronomías, etc”.

En este contexto el turismo cultural se enfoca en aquellas actividades que implican una experiencia directa de la cultura local de una etnia, su música, danza, gastronomía, vivir de cerca las formas de expresión más enraizadas que son la riqueza intangible, en tanto las autoras aportan en el sentido de que el turismo cultural representa una alternativa de promover el rescate de las manifestaciones culturales de un grupo social, promocionarlos y trabajar a

través de actividades sustentables encaminadas a generar desarrollo económico.

2.7.6. Cultura

Según RAYMOND Williams (1994) define:

“Es el Conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un periodo determinado”.

Continuando con el autor citado; el término ‘cultura’ engloba además modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden”

Jorge O, (2008) refiere que la definición del concepto de cultura ha ocupado un amplio espacio en la teoría antropológica. Las primeras escuelas de la Antropología, (el evolucionismo, el funcionalismo, el difusionismo y aún el estructural funcionalismo), se acercaron a este fenómeno social a partir de sus características materiales; por ello, su comprensión de la cultura la reducía a un conjunto inorgánico de prácticas, creencias, rituales, manifestaciones artísticas y conocimientos. Todas estas características eran parte de la forma de vida de un pueblo, heredada y transmitida de generación en generación.

Si bien esta perspectiva permitió documentar y describir exhaustivamente la cultura material de muchas sociedades diferentes a la occidental, no logró

explicar fenómenos como el cambio cultural. Impregnada por el asombro que causaba la diferencia con la cultura propia de sociedades industrializadas, los primeros estudios de los pueblos no occidentales condujeron a una visión distorsionada de su realidad. Se las juzgó como sociedades sin capacidad de cambio o de innovación, que habían mantenido sus culturas originales a lo largo del tiempo debido a su asilamiento. Así, la cultura de estas sociedades fue comprendida como un fenómeno estático, cuyos cambios solo eran posibles por factores externos, es decir por el contacto con otras sociedades.

VILLEGAS L. (2007), también comparte este criterio mencionando que a partir del surgimiento de la corriente estructuralista , el análisis de la cultura – en cambio- se remitió al plano mental, entendiéndola como una estructura simbólica estable y compleja, en la cual cada significado estaba en estrecha relación con los demás conformando un sistema de sentidos. De acuerdo con esta tendencia teórica, el sistema adoptaba una estructura o modelo que condicionaba todas las otras estructuras (parentesco, la organización política y económica), reduciéndolas a fenómenos derivados de la estructura mental de la sociedad. Pese al avance que esta perspectiva en relación a la primera, la cultura perdió su anclaje a la realidad y la historia; la cultura pasó a ser entendida como una estructura estable, cuyos eventuales cambios se debía solamente a la capacidad de adaptación interna del sistema.

Desde esta perspectiva, todo acto humano contiene un sentido cultural, lo que es muy distinto a pensar que todo lo existente es un hecho cultural. La ciencia, la tecnología, la religión, las relaciones de parentesco, etc., todas son esferas particulares de la realidad pero que llevan la huella de la cultura en tanto sistema de representaciones- creada y recreada a lo largo de la historia de cada pueblo, en su relación con otras sociedades.

2.7.7. Prácticas culturales

Podemos definir a las prácticas culturales como. Actividades específicas que llevan a cabo un grupo determinado de personas dentro de un espacio cultural delimitado, creando así un área social orientada a la formación y recreación con la finalidad de que las personas durante esta práctica amplíen su visión cultural.

2.7.7.1. Creencias

Una creencia es el estado de la mente en el que un individuo tiene como verdadero el conocimiento o la experiencia que tiene acerca de un suceso o cosa; cuando se objetiva, el contenido de la creencia contiene una proposición lógica, y puede expresarse mediante un enunciado lingüístico como afirmación.

2.7.7.2. Mitos

Es un relato tradicional que se refiere a acontecimientos prodigiosos, protagonizados por seres sobrenaturales o extraordinarios, tales como dioses, semidioses, héroes, monstruos o personajes fantásticos.

2.7.7.3. Historia

Es averiguar los hechos y procesos que ocurrieron y se desarrollaron en el pasado e interpretarlos ateniéndose a criterios de objetividad; aunque la posibilidad de cumplimiento de tales propósitos y el grado en que sean posibles son en sí mismos objetos de debate.

2.7.7.4. Costumbres

Una costumbre es un hábito o tendencia adquirido por la práctica frecuente de un acto. Las costumbres de las personas son el conjunto de inclinaciones y de usos que forman su carácter nacional distintivo.

Una costumbre es una forma de comportamiento particular que asume toda una comunidad y que la distingue de otras comunidades; por ejemplo: sus danzas, sus fiestas, sus comidas, su idioma o su artesanía.

Estas costumbres se van transmitiendo de una generación a otra, ya sea en forma de tradición oral o representativa. Con el tiempo, estas costumbres se convierten en tradiciones.

Generalmente se distingue entre las que cuentan con aprobación social, y las consideradas "malas costumbres", que son relativamente comunes pero que no cuentan con la aprobación social, y suelen promulgarse leyes para tratar de modificar las costumbres.

2.7.7.5. Lenguaje

El lenguaje indica una característica común al hombre y a los animales para expresar sus experiencias y comunicarlas a otros mediante el uso de símbolos, señales y sonidos registrados por los órganos de los sentidos.

El ser humano emplea un lenguaje complejo que expresa con secuencias sonoras y signos gráficos. Los animales, por su parte, se comunican a través de signos sonoros y corporales, que aún el hombre no ha podido descifrar, y que en muchos casos distan de ser sencillos.

2.7.7.6. Gastronomía

Es el estudio de la relación del hombre con su alimentación y su medio ambiente o entorno. Gastrónomo es la persona que se encarga de esta ciencia. A menudo se piensa erróneamente que el término gastronomía únicamente tiene relación con el arte culinario y la cubertería en torno a una mesa. Sin embargo, ésta es una pequeña parte del campo de estudio de dicha disciplina: no siempre se puede afirmar que un cocinero es un gastrónomo. La gastronomía estudia varios componentes culturales tomando como eje central la comida.

2.7.7.7. Danza

La danza o el baile, es una forma de arte en donde se utiliza el movimiento del cuerpo, usualmente con música, como una forma de expresión, de interacción social, con fines de entretenimiento, artístico o religioso. La danza, también es una forma de comunicación, ya que se usa el lenguaje no verbal entre los seres humanos, donde el bailarín o bailarina expresa sentimientos y emociones a través de sus movimientos y gestos. Se realiza mayormente con música, ya sea una canción, pieza musical o sonidos y que no tiene una duración específica, ya que puede durar segundo, minutos, u horas.

2.7.7.8. Vestimenta

La palabra vestimenta se utiliza para señalar todas aquellas prendas de ropa o de vestido a las que los seres humanos recurren para cubrir su cuerpo y poder así abrigarse o protegerse de los diferentes tipos de clima. La vestimenta no es sin embargo un elemento puramente funcional si no que desde el desarrollo de sociedades más complejas la misma se ha

relacionado con la necesidad de marcar diferencias, jerarquías, status o incluso simples gustos personales de cada individuo en el conjunto de la sociedad.

2.7.7.9. Fiesta

Una fiesta es una reunión de personas para celebrar un acontecimiento o divertirse. Por lo general, una fiesta suele acompañarse de comida y bebida, y a menudo también de música y baile.

2.7.7.10. Artesanías

Se refiere tanto al trabajo del artesano (normalmente realizado de forma manual por una persona sin el auxilio de maquinaria o automatizaciones), como al objeto o producto obtenido en el que cada pieza es distinta a las demás. La artesanía como actividad material se suele diferenciar del trabajo en serie o industrial. "Toda técnica manual creativa, para producir individualmente, bienes y servicios"

2.7.8. Los Caranquis

En el sitio web www.encyclopediadelecuador.com nos indica que los Caranquis fueron:

Antigua cultura que habitó Carchi, Imbabura y la parte norte de Pichicha. Descendientes de los Caras o Caribes, que llegaron a las costas de Manabí y Esmeraldas y finalmente migraron a Pichincha, Imbabura y Carchi. Quizás la característica más importante de esta cultura sea la construcción de tolas de distintos tipos ya que se las puede encontrar a lo largo de todo el territorio que abarcó la Nación Caranqui.

A la llegada de los Incas el pueblo karanqui que estaba muy desarrollado, combatió al mando de Cacha, finalmente fueron replegados en Yahuracocha en la batalla final que dejó miles de cadáveres que tiñeron el lago de sangre.

HuaynaCapac se casó con la princesa Pacha y en honor a esta unión sobre el sitio sagrado de los caranquis construyó un castillo y un gran complejo con calles, canales, tolas y piscinas; en este sitio nació su hijo Athahuallpa.

En la actualidad los descendientes del pueblo karanqui como se autodenominan están localizados en la Sierra Norte, provincia de Imbabura, en los cantones de Ibarra, en las parroquias La Esperanza, Angochagua, Caranqui y San Antonio; Antonio Ante, parroquia Andrade Marín; Otavalo, parroquia San Juan de Ilumán y Pimampiro, parroquias Mariano Acosta y San Francisco de Sigsipamba.

2.7.9. Zuleta

Zuleta está ubicado al norte de la ciudad de Quito, provincia de Imbabura, parroquia Angochagua a 2 horas y 30 minutos de Quito. Zuleta es una comuna rodeada de hermosos paisajes naturales como el mirador el Cunro, la laguna del Cubilche, el Bosque Protector; Zuleta nuevo paraje de alpacas y el majestuoso volcán Cayambe.

En la comuna Zuleta en el pasado habitaron los Caranquis y como muestra de su asentamiento tenemos aproximadamente 148 tolas las cuales han sido conservadas por encontrarse en la propiedad de la Hacienda Zuleta.

La Comuna Zuleta además posee riqueza cultural reflejada en su historia,

en la vestimenta típica de sus mujeres, costumbres, tradiciones, fiestas , artesanías; bordados típicos hechos a mano por las mujeres de la localidad, prendas elaboradas en cuero, muebles rústicos tallados en madera y su exquisita gastronomía. Estas y muchas otras razones hacen de Zuleta un lugar inolvidable.

El nombre que posee esta comuna es honor al Canónigo Gabriel Zuleta considerado como el primer propietario de este lugar y en honor al que hasta hoy lleva el nombre de Zuleta este lugar. Antes de la conquista española, los Caranquis habitaron en una parte de los territorios de Zuleta Se trataba, probablemente, de la capital del señorío Caranqui, han legado a la posteridad restos arqueológicos “tolas”. El pueblo Caranqui se caracterizó por tener profundos conocimientos agrícolas, construían camellones y mantenían además terrazas de cultivo.

Después de la conquista española, los terrenos que actualmente corresponden al área conocido como Zuleta fueron entregados a los misioneros Jesuitas por la corona española posteriormente por orden del Rey Carlos III, los padres jesuitas fueron expulsados de esta zona en el año 1767,

Zuleta tiene alrededor de 1037 habitantes distribuidos en 329 familias, la población es en su mayoría indígena que habla Quichua y español, se encuentra ubicada en la provincia de Imbabura, parroquia Angochagua a 22 Km. de la ciudad de Ibarra. Zuleta se constituye con Personería Jurídica a partir del 11 de enero de 1943. Su extensión es de 4.770 has, cuenta con una población aproximada de 1.037 habitantes que en su mayoría son indígenas. La comuna de Zuleta se encuentra a una altitud de 2.800 m.s.n.m, posee un clima generalmente templado. Su temperatura varía de los 10 a 15° C. El río más importante que atraviesa esta zona es el Tahuando.

a) Reseña histórica

Después de la conquista española, los terrenos que corresponden a la Hacienda Zuleta fueron entregados a los misioneros Jesuitas por la corona Española. En este lugar construyeron una capilla que fue destruida en el terremoto de Ibarra en el año de 1868. Los padres Jesuitas fueron expulsados en el año de 1767 y después la hacienda fue vendida al canónigo Gabriel Zuleta por lo que sabemos que por este motivo la hacienda lleva el nombre de Zuleta porque antes era conocida con el nombre de "Cochicaranqui Alto".

Cuando Gabriel Zuleta falleció, la hacienda paso a manos de la familia Posse y por herencia a la familia GangotenaPosse. En el año de 1898 esta hacienda se la vendió a José María Lasso y luego paso a su hija Avelina en 1916 y su esposo General Leónidas Plaza Gutiérrez, quien fue Presidente de la República por dos periodos y por herencia paso al hijo Galo Plaza Lasso y quien le compro la otra mitad a las dos hermanas de él.

En 1916 dos grupos de diferentes Provincias se fueron a vivir en una pequeña tierra por el río Tahuando al Este este sitio lo llamaron callejón y dio cabida a 40 familias. Y conforme paso el tiempo adquirieron terrenos al frente del callejón Changala cerca de la hacienda la Merced, por lo que los propietarios de esta pensaban desalojarles a la fuerza del lugar o amistosamente pero no salieron hubo un gran momento de tensión en estos lugares de la Merced.

b) Aspecto geográfico

El lugar de Zuleta está ubicada en el río Tahuando, por lo q recibe algunos afluentes que bajan del páramo de pesillo, Las tierra de Zuleta son húmedas y por ende la vegetación exuberante. Los páramos están llenos de pajonales lo cual sirve para dar de comer a los animales y la construcción de viviendas.

El clima de Zuleta es frio, por estar ubicada en una zona entre los 2800 y 3400 metros sobre el nivel del mar. La temperatura esta entre los 10 y 15 grados centígrados por lo cual vemos dos estacione como es el verano y el invierno.

En la región encontramos algunas tolas, que cubren antiguas sepulturas, y también se ha encontrado restos arqueológicos que pertenecían antes a las culturas existentes en el lugar.

c) Límites

Al norte.- Limita con la Hacienda de la Magdalena y la parroquia de Angochagua.

Al sur.- Con la Hacienda la Merced Baja

Al este.- Los páramos de Angochagua y Pesillo.

Al oeste.- Los páramos de Cubilche.

d) Población y raza.

Las personas pertenecen a la raza indígena y mestiza con una extensión de 420 hectáreas de superficie pero conforme pasan los años ha ido creciendo muchas personas como los niños se dedican a trabajos que no les pagan como el pastoreo.

e) Alimentación

Se basan principalmente: Maíz, trigo, cebada, patatas, habas, mellocos, frejol, lenteja, quinua, pero conforme han pasado los años y por medio del transporte hoy en día transportan sus alimentos llevando a diferentes ciudades y así adquirir nuevos alimentos como: fideos, azúcar, arroz, avena hortalizas.

f) Salud

Existe un centro de salud donde está un medico un odontólogo y una enfermera y también Galo Plaza tiene una enfermería para el servicio de la comunidad.

g) Medios de comunicación

La comunidad de Zuleta adquirió lo que es la Luz eléctrica en 1975 y continuamente dieron una televisión general y radio.

h) Vías de acceso

Existe un camino que une a Zuleta con Ibarra y Cayambe. Llegan los transportes de las diferentes cooperativas, esta carreta es considerada de segundo grado aún falta hacerlo más accesible para el recorrido hacia la comunidad.

i) Educación

Existe una Escuela Fiscal Mixta “Galo Plaza Lasso” y pertenece al núcleo de Educación y Desarrollo de Rumipamba. Para combatir lo que es el

analfabetismo se ha creado un centro con profesores igualmente que ayudan a la comunidad.

j) Folklore

En Zuleta es admirado por los turistas nacionales y extranjeros, existen algunos grupos folklóricos que fomentan la música, el baile típico y las costumbres, y se han presentado en diferentes lugares del país.

k) Artesanías

El principal centro de lo que es artesanías lo encontramos en la hacienda Zuleta, muchas mujeres se dedican a la labor del bordado a mano esta labor es propia del lugar y es lo que más atrae a los turistas, al tiempo que sirve para abrir un mercado y así tener una economía mucho para la comunidad.

También se elaboran tejidos en telares fabricados localmente se realizan prendas como los ponchos, cobijas, bufandas, frazadas, algunas personas ya más especializadas en el bordado elaboran lo que es alfombras y rodapiés.

l) Industrias

La industria principal es la lechera y elaboran como es la mantequilla, el queso y crema de leche en lo cual se distribuyen 8000 litro diarios en Ibarra y 4000 a Cayambe.

Los quesos que producen son: Angochahua, Pategrías, Avelina, Belpaese, Friburgo, Parmesano Camambert.

m) Migración.

Lo que respecta a la Migración de los campesinos hacia la ciudad se debe a la natalidad como la falta de reforma Agraria.

La pérdida de una cosecha o falta de dinero hace una necesidad inmediata de dinero y por ende el campesino sale por unos días por lo cual inicia de esta manera la migración por etapas en lo cual dura algunos años. En algunas fiestas de la comunidad sabe regresar así que no abandonan de todo su lugar de procedencia.

COSTUMBRES Y TRADICIONES

n) El matrimonio

El enamoramiento es la etapa más importante; cada vez que hay una fiesta popular como en las fiestas de San Juan, todos llegan de lugares aledaños, se reúnen, toman, bailan, se conocen y algunos se atraen de una sencilla manera, cuando el hombre con una forma acertada le quita el sombrero a una chica y la misma cede que se lo quiten, da un indicio de aceptación de la relación de los dos, no esperan mucho para el casamiento, el mismo que lo realizan dentro de las fiestas de cosecha, pues ahí tienen dinero suficiente para solventar la fiesta que muchas veces es costosa.

Una vez que han oficializado la relación y la pareja decide casarse, se acostumbra a que el novio llegue a la casa de la novia acompañado de sus padres, familiares y amigos más cercanos llevando consigo “el gasto”, que son varios regalos para agradar a los padres de la novia. En esa reunión se pone fecha para la ceremonia y se avisa al sacerdote para que haga las proclamas en la iglesia.

Un día antes del matrimonio se asiste a la casa de los padrinos llevando aguardiente y chicha divirtiéndose varias horas, el padrino cumple con conseguir un grupo que amenice la ocasión conformado con una guitarra y bombo, llegan a la casa de la novia y cumple con el último pedido en la cual el novio pide la bendición de los padres tanto de ella y de él igualmente de los padrinos, en la casa de la novia se ameniza la fiesta con aguardiente música y se come la tradicional mazamorra o colada de habas con papas, carne de borrego y mote.

Antiguamente la iglesia principal estaba en Angochagua se debía asistir con una hora de antelación, a los novios afuera de la iglesia le esperaban las roperas o familiares mujeres que ayudaban a cambiar de trajes a los novios con ropa donada por los padrinos. Antes de confesarse se acostumbraba a llevar algún agrado al sacerdote siendo esto no obligatorio, una vez recibida la bendición de los cobija con un paño, se los entrelaza con un cinta y algunos casos se acostumbra a colocarles un rosario de mullos color rojo.

o) Ñabimaillai

Es una caminara de la iglesia a la casa de la novia, en el trayecto se tiene algunos juegos como el de nombrar a personas como caballos toros terneros y otros, los caballos cargan a los padrinos y así llegar jugando y riéndose, en la casa de toma y se baila y todos los gastos cuentan por parte de los padrinos padres de los novios.

La novia espera junto a una puerta de entrada donde los invitados le dan el regalo que generalmente son ollas y trastos, en la hora de almuerzo la novia tiende una bayeta o tela que algunas veces mide 50 varas coloca mote y frutas en variedad. Los novios se ubican uno en cada extremo junto a ellos los padrinos y al frete un pan elaborado a base de harina de trigo adornado

en alto relieve con figuras y frente a los padrinos panes más pequeños igualmente adornados. El pan se ofrece a todos los invitados, para intercambiar la comida de extremo a extremo una persona se ofrece como mensajero. Luego de la comida la fiesta continua hasta altas horas, hora en la que se come la “boda” que es en tal cantidad que algunas personas llevaban a la casa. Sigue el baile y juegos hasta que los novios se retiran al “sobadero” que es la parte alta de la casa. Sus ropas son entregadas los mismos que juegan con estas.

Los padrinos a pesar de haber financiado casi toda la fiesta le regalan a los novios terneros u oveja para que los críen, finalizan la fiesta en la casa de los padrinos acompañados de amigos y familiares.

p) Embarazo y parto

Durante el embarazo la mujer es cuidada por una partera, un mes antes de dar a luz la mujer con su esposo acude donde los padrinos para avisar que van a ser padres, los padrinos tienen la obligación de cumplir con la alimentación de la madre sobre los 30 días que le falta. En el alumbramiento la madre toma agua de tilo o canelazo, que la da la partera siempre está acompañada por su esposo, en el momento del nacimiento el esposo se sienta en el suelo y su esposa encima en la misma posición, mientras que la partera realiza todo lo necesario para facilitar el parto, luego la mujer se acuesta en la cama mientras que la partera corta el cordón umbilical y la herida en el bebé coloca vela de cebo o manteca de borrego con ceniza obtenida de un pedazo de estera, dando así inicio a la dieta que durara 40 días, al cumplir esto los familiares recogen plantas medicinales como el arrayán, rosas, gualicon, la hacen hervir otros le dan beber un taza con esta agua y la bañan.

q) Bautizo

Antes de cumplir 8 días de haber nacido el bebé es bautizado. Por costumbre los padrinos son los ismos del matrimonio, ellos de igual manera cumplen con regalarle ropa para el bautizo, una animal para que lo crie juego de pañales y mantas, en caso de que los padres no puedan darle la educación ellos tienen que cumplir con esto, a los mismos que los niños los llamara achictaita y achicmama.

Como la madre está dentro de los 40 días de la dieta al bebe lo lleva una familiar que acompañada del padre del bebe acude a la iglesia en donde los esperan los padrinos e invitados. Terminada la ceremonia regresan a la casa donde comen un banquete bailan y toman hasta el otro día.

r) Entierro de un niño

Cuando muere un menor de 12 años los primeros en enterarse son los padrinos. Los cuales acuden a dar a viso al sacerdote y cumplen con comprarle la caja, el padrino tiene la obligación de formar el “pascay” o altar de la siguiente forma en una mesa en la parte central de la casa, colocan una silla sobre la mesa la adornan con flores y espermas, en la noche se come colada con carne, se juega y se toma. Al otro día camino al cementerio van bailando y tomando. La madre del muerto no asiste al entierro. En el cementerio las mujeres juegan con la ortiga insinuándose regresan a la casa a rezar. El altar de desarmado por otra persona quien regala las cosas que se utilizaron para adornarlo.

s) Entierro de un adulto

Cuando una persona muere se le avisa al sacerdote para que haga las proclamas en la iglesia, en el caso de las mujeres en su ataúd se las viste con ropas sobre la ropa que ya viste se las coloca una hombrera o blusa dibujada se las adorna con zarcillos, huallcas y manillas, en el caso de los hombre igualmente se los viste con sobre sora y se pone junto alguna herramienta o UN “tama” o bastón, esto con la creencia que dé el difunto pueda trabajar e el cielo. Hasta la una de la mañana luego de haber comido colada con carne se pide permiso para rezar, luego se realiza juegos como el “chungay”, que se trata de jugar con los granos de maíz diferenciándolos con el color del grano así quien tenga más granos de color loes iguales es el ganador y el los perdedores tiene que pagar los cigarrillos, trago y ceras.

Al siguiente día se van a la misa entre juegos y bromas, mientras que el cementerio cavan un hueco para enterrarlo. Cuando ya se entierra se hace un hoyito junto a la tumba que sirve para darle de tomar chicha, aunque dicen algunos para que respira, un familiar o amigo se acuesta junto a la tumba par aunque no se sienta solo, se sirve comida y se comparte con el muerto, de regreso a casa se realiza la novena comen toman y se despiden.

Hayatasha es el lavado de la ropa del difunto en el rio los hombres lavan las prendas más pesadas y las mujeres las livianas, allí también juegan y ríen.

Lutufite al cumplir un año de haber fallecido los familiares se reúnen y en el centro del cuarto colocan una mesa cubierta con tela negra y sobre esta y obsequia a los invitadas, los mismos que deben devolver con medianos chicha o trago. Al pasar la media noche también comen un banquete con carne de borrego y toman y bailan.

t) Primera comunión

Para esta fiesta no ocurre nada importante, pues se realiza con pocos familiares y en conjunto.

u) Casa nueva

Cuando se concluye la construcción de una casa se hace una minga entre os familiares se nombran padrinos los cuales tiene que colocar una teja nueva lo cual el padrino tiene que ubicarla en la cubierta y desde arriba se lanza galletas y flores, se hace una limpieza barriendo y botando agua bendita para que se vaya los malos espíritus

v) San Juan

Esta fiesta se realiza desde tiempo de la colonia, esta las la fiesta de mayor realce en la comunidad, los organizadores o priostes como se denominan ellos mismos; son encargados de pagar la banda volatería a dar de tomar a los asistentes y algunas veces de dar de comer, los priostes generalmente son gente muy adinerada. El prioste entrega un caballo adornado con mantas y espejos y el cual lleva 12 pollos. Detrás van mujeres botando naranjas a los asistentes y otro caballo en el cuan la un niño declarando una alabanza al patrón.

Para esto fiestas se disfrazan de chivos para entretenimiento de los asistentes, también se elaboran castillos los cuales se adornan con frutas yhasta a veces con un borrego. Y la persona que desea un producto lo tiene que devolver con trago o chicha.

El número de octavas es según el número de sacerdotes por ejemplo si hay tres sacerdotes hay tres octavas, una cada semana, empezando 8 días después de San Juan.

w) Inuchis

Son mujeres que llevan el incienso en la procesión. Los organizadores de la fiesta tienen que llevar trapos imbuidos de meteca de puerco, cuando estos estén amarillos hace mechos y los atan a los cachos de un toro y los prenden para divertir a la gente.

x) El cuyuco

Es una colada hecha de papas y cuyes lo que se les da a los dueños del terreno, luego las mujeres se lavan las manos con flor de rosa. También colocan huevos en el agua y después los revientan.

y) El vestido

El vestido es muy vistoso y colorido tiene diseños bordados de flores y escudos, generalmente elaborados por gente misma de la comunidad. Muchas veces puede costar más adquirir prendas que la construcción de una casa.

a. El sombrero

Por lo general son de colores vistosos como el café claro, ocre, tienen una falda pequeña, adornados con plumas entre la cinta y capa

b. Adornos

La mujer se adorna con zarcillos muy grandes, huallicas de diferentes forma, vinchas de colores, para peinarse utilizan una peineta elaborada a base de cachos de ganado vacuno.

Sobre la blusa usan chalinas, pero en los días festivos utilizan la “huashajatana” que está hecha de gamuza, la falda es plisada están adornada con encajes vistosos y en las fiestas pueden llegar a utilizar 2 o 3 centros separados por una enagua.

Las alpargatas se hacen con caucho de llanta, la capellada que es la parte superior del empeine se realiza con retazos de tela que se cosen y sobrecosen para hacer un tejido resistente.

También utilizan manillas de color rojo que pueden llegar a medir 12 metros

z) Indumentaria del hombre

El sombrero es similar al que usa la mujer, la bufanda se hace con el mismo material que el poncho y el mismo color.

Anteriormente el poncho era grande y pesado lo hacían en telares de Otavalo. Los pantalones eran blancos y muy anchos. El calzado similar a la de las mujeres.

2.7.10. Empresa turística

Acerenza, Miguel Angel (1991); describe que internacionalmente se vienen considerando como empresas turísticas todas aquellas que proporcionan al turista los servicios que necesita durante su desplazamiento y estancia temporal en los núcleos receptores. Pero como el turista en el núcleo receptor tiene un comportamiento similar al nativo y necesita de los mismos servicios que éste, todas las empresas, en principio, pueden ser turísticas.

La legislación ofrece un más o menos amplio listado de las clásicas empresas que internacionalmente son consideradas empresas turísticas. Se trata de un listado abierto que reconoce como empresas turísticas aquellas que contactan con los turistas y ofrecen sus servicios a los mismos de manera relevante y también cuantas otras en la actualidad o en el futuro los presten.

Autores como (Figuerola Palomo, 1995; Ramírez Cavasa, 1995 y otros) han clasificado siempre las empresas turísticas, desde un enfoque de demanda o desde el turista, que es quien precisa de sus productos, y a través del cual adquieren el calificativo de turísticas.

Sin embargo, Bull, Adrián: en su obra “La economía del sector turístico”; (1994); no hay más empresa turística que aquella que ofrece sus servicios exclusivamente a los turistas. Si hemos señalado anteriormente que producto turístico no es otro que el plan programado de viaje de ida y vuelta, la empresa turística es la que elabora ese plan, es decir, las Agencias de Viajes, en tanto no actúen como intermediarias de servicios sueltos, sino como elaboradoras de planes programados de viaje de ida y vuelta y cuantas otras empresas, personas o instituciones los puedan elaborar, naturalmente de conformidad con la normativa.

2.7.11. Producto turístico

El Ministerio de Turismo en un documento “Diseño de Productos Turísticos” (2003) menciona:

Los productos turísticos son la prestación de servicios a los usuarios o a empresas, se pueden ofrecer servicios muy variados.

LICKORISH L. JENKINS C. (1997), mencionan:

El producto desde una panorámica comercial, puede ser cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, y debe poseer un acumulado de propiedades físicas y psicológicas que el cliente o comprador desea para satisfacer sus aspiraciones o necesidades. El producto turístico es un conjunto de servicios, es básicamente la combinación de elementos de la industria turística.

Según esta definición hay dos inconvenientes claros, el primero es que se mezclan tres conceptos que deberían estar por el momento diferenciados, el producto, la cultura y el consumo; segundo, que el valor simbólico atribuido a todo producto no necesariamente defina o condicione el estatus social.

2.7.12. Particularidades del producto turístico especializado cultural

Jorge O, en su obra Patrimonio Cultural y Patrimonio Turístico 2008 refiere:

Se incluye en este apartado a los clientes que se desplazan motivados principalmente por conocer manifestaciones artísticas, culturales, arqueológicas, monumentales y cualquier manifestación humana que ayude al enriquecimiento cultural. Genera notables ingresos en las ciudades,

proporciona recursos suficientes para mantener el patrimonio histórico, artístico o monumental. Este turista presenta un perfil diferenciado:

- Programa cuidadosamente sus viajes.
- Estima la relación calidad precio, aunque frecuentemente deja los aspectos económicos en segundo plano.
- Suele ser de nivel adquisitivo medio alto.
- Combina a menudo la cultura con otras motivaciones.
- Suele realizar cortas estancias.
- Valora mucho el respeto al medio ambiente y huye de la contaminación.

Los lugares a que acude son principalmente núcleos receptores históricos y monumentales y también suponen algunos problemas para los destinos:

- Congestión del centro urbano e insuficiente infraestructuras y suministros.
- Deterioro de monumentos, museos, vestigios arqueológicos o variación injustificada de su uso.
- Pérdida del uso tradicional de las ciudades, sus habitantes e desplazan al exterior.

Banalización del significado cultural pues se ofrecen productos que son meros espectáculos bajo ese nombre.

2.7.13. Restaurantes Culturales

Para romper con una estructura con los típicos restaurantes, en la actualidad se han creado los famosos restaurantes temáticos Culturales, como lo explica el nombre se tratara de un lugar con un tema o un estilo.

Hoy en día existen en algunos países restaurantes culturales haciéndoles totalmente diferente a los comunes que se encuentran siempre, en cambio con estos restaurantes hará que los clientes vivan una experiencia única al momento de acudir a estos alberga totalmente la música, los retratos y recuerdos de este grupo, al entrar pareciera que uno está en el museo de los Beatles.

¿A quién le gustaría comer con la luz apaga y no saber que contiene el platillo y la bebida que tomas?

A muchos les ha gustado esta idea y han acudido al restaurante *Dans le Noir* que como lo dice su nombre en francés es un restaurante que no tiene luces. Tiene dos turnos para que los clientes lo visiten, los camareros piden que dejes los objetos de valor y cualquier artefacto que pueda alumbrar, pasan a una sala y los guían hasta las mesas que son de 8, 10 o 14 personas con las que se tiene que convivir aun cuando no sean conocidos. Sirven el plato y las bebidas sin antes decir que servirán, los comensales comen y toman sin saber de qué se trata y cuando terminan les prenden las luces para que se enteren de que trataban sus alimentos por medio de fotos.

La decoración es con estatuas hawaianas llamadas tikis que son cabezas humanas y acuarios con peces tropicales. Toda su decoración es traída de Polinesia.

2.7.14. Gastronomía típica

Comida típica de alguna región, se le llama a aquellos platillos con características muy especiales y únicas que se tienden a realizar con frecuencia en un lugar, ejemplo la comida típica de Venezuela es el Pabellón: Frijoles, arroz y plátanos

2.8. Posicionamiento teórico personal

La Provincia de Imbabura tiene gran diversidad cultural, ambiental y turística mismas que la hacen un lugar atractivo para el visitante, este gran potencial turístico-cultural, no ha sido aprovechado de una forma positiva por los propios habitantes de modo que se posibilite el beneficio para ellos ya que nadie se ha interesado en difundir la riqueza que tiene este sector y así mejorar la calidad de vida y en consecuencia rescatar sus raíces ancestrales, fortaleciendo así su identidad cultural, costumbres y tradición.

Es necesario indicar que todos estos componentes culturales, al ser aprovechados de forma planificada y con un horizonte de desarrollo económico, progreso, inclusión social, representaría un buen camino a seguir para rescatar los saberes ancestrales, promoverlos, promocionarlos y difundirlos no solo en el entorno comunitario, sino a nivel de la sociedad nacional.

También se considera al turismo como parte fundamental de la presente investigación, y su aporte al desarrollo cultural porque tiene una relación directa con las culturas de otros pueblos que se dan a conocer alrededor del país y del mundo.

2.9. Glosario de términos

Aculturación.-Recepción y asimilación de elementos culturales de un grupo humano por parte de otro.

Afluencia.-Concurrencia en abundancia en gran número a un lugar o sitio.

Agotar.-Gastar del todo, consumir

Ambiente.-Condiciones o circunstancias físicas, humanas, sociales, culturales, etc., que rodean a las personas, animales o cosas: deterioro: m. Degeneración, empeoramiento gradual de algo.

Armonía.-Unión y combinación de varios elementos que conllevan la correspondencia de unas cosas con otras como es la amistad entre ser humano y así alcanzar un mundo con equilibrio y el ánimo.

Conservación.-Mantenimiento o cuidado de una cosa. Mantener vivo y sin daño a alguien por ejemplo continuar la práctica de costumbres, virtudes y cosas semejantes.

Costumbre.-Hábito adquirido conjunto de inclinaciones y de usos que forman el carácter distintivo de una nación o de una persona.

Cosmovisión.-Manera de ver e interpretar el mundo.

Cultura.-Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social. Conjunto de las manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

Difundir.-Extender, esparcir, propagar físicamente. Introducir en un cuerpo corpúsculos extraños con tendencia a formar una mezcla homogénea. Propagar o divulgar conocimientos, noticias, actitudes, costumbres, modas

Degradar.-Reducir o desgastar las cualidades inherentes a alguien o algo.

Empírico.-Pertenciente o relativa a la experiencia, todo lo que se realiza es fundado en ella.

Folklore.-Conjunto de creencias, costumbres, artesanías, etc., tradicionales de un pueblo.

Generaciones.-Desenvolverse con habilidad en los asuntos diarios.

Identidad.-Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.

Infraestructura.-Parte de una construcción que está bajo el nivel del suelo. Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera. Infra-estructura aérea, social, económica.

Mística.-Parte de la teología que trata de la vida espiritual y contemplativa y del conocimiento y dirección de los espíritus.

Potencial.-Dicho de una cosa: Que tiene la virtud o eficacia de otras y equivale a ellas o superiores que guarda una inmensa riqueza que debe ser explotada de buena manera

Sustentable.-Que se puede sustentar o defender con razones

Tradicición.-Comunicación de hechos históricos y elementos socioculturales de generación en generación

Turismo.-Actividad o hecho de viajar por placer. Conjunto de los medios conducentes a facilitar estos viajes. Conjunto de personas que realiza este tipo de viajes.

2.10. Matriz Categorial

CONCEPTO	CATEGORÍA	DIMENSIONES	INDICADORES	ÍNDICE
Actividad que se practica en los núcleos urbanos que presentan un alto número de recursos culturales que por su singularidad y valor son capaces de atraer a los turistas	Manifestaciones Culturales	Elementos culturales	Vestimenta	Ropa y Accesorios Masculinos Ropa y Accesorios Femeninos
			Gastronomía	Usos Ceremoniales Transmisión oral
			Música	Instrumentos Andinos Iniciación Cosmológica Musical
			Celebraciones	Fiestas casamientos velorios compromisos

y provocar que éstos estén motivados en conocer el patrimonio cultural de la ciudad o urbe visitada.				
			Ritos	Baños a Medianoche Creencias Limpieza Espiritual Sanación por el canto Ofrendas a la madre tierra
			Prácticas	Agrícolas Tejidos Tallado

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de Investigación

La presente investigación se enmarca en un diseño no experimental ya que no se ha manipulado ninguna de las variables encontradas y simplemente se ha limitado a observar cada una de las situaciones actuales.

3.2. Tipos de Investigación

El tipo de estudio del presente trabajo investigativo corresponde al modelo de investigación **Descriptiva** y **Propositiva**. Descriptivo, porque a través de la investigación se caracterizarán las principales costumbres y tradiciones de la comunidad de Zuleta. Propositiva porque sobre la base de los resultados de la investigación, se propone una alternativa viable y pertinente orientada a difundir el potencial turístico de la riqueza cultural de Zuleta.

3.2.1. Investigación Documental

Para la elaboración del marco teórico se recogió información de libros en los que se tratan específicamente sobre la comunidad de Zuleta y sus características, igualmente se acudió con los dirigentes de la comunidad quienes nos brindaron información actual sobre la comunidad, también se necesitó de fichas ya elaboradas por el ministerio de turismo regional norte del año 2007. . Mientras que para respaldar los temas de derivados del tema

principal se acudió a libros específicamente de turismo y esto debe sumarse que mucha importancia tubo varias publicaciones del ministerio de turismo en el PLANDETUR 2020. Todo esto en su conjunto permitió que la investigación saliera de su contexto y sea maneja con la precisión necesaria.

3.2.2. Observación directa

Con esta técnica se permitió elaborar una encuesta piloto donde posteriormente se levantó una línea base a investigarse, así se tuvo un instrumento de apoyo a la investigación.

3.2.3. Investigación de Campo

Se realizó visitas de campo en donde se puede obtener información real sobre la situación actual de la comunidad. Permitiendo así obtener resultados reales y concisos.

3.3. Métodos de Investigación

3.3.1. Analítico- sintético

En la utilización de esta táctica se permitió desmenuzar diferentes temas de investigación y posteriormente a su unificación con criterios claros y que sean acordes entre sí. Todo para una mejor comprensión de la situación actual.

3.3.2. Estadístico

Estadística Descriptiva se refiere a la recolección, presentación, descripción, análisis e interpretación de una colección de datos, esencialmente consiste en resumir éstos con uno o dos elementos de información (medidas

descriptivas) que caracterizan la totalidad de los mismos. Este método se aplicara para clasificar, interpretar y analizar la información de campo que se va a recolectar mediante las encuestas aplicadas a la población de la comunidad donde estos resultados ayudaran al mayor conocimiento de las manifestaciones culturales de la comunidad de Zuleta.

3.4. Instrumentos y técnicas de Investigación

3.4.1. Encuesta

Se aplicó a los habitantes de la comunidad de Zuleta encuestas en donde se requería preguntas las cuales respaldaría la investigación y sustentarían el cumplimiento del primer objetivo. De igual forma se realizó la misma técnica un grupo de turistas para determina un perfil de visitantes. Con la ayuda del instrumento de cuestionario con preguntas que se basaba en la situación actual y propuesta.

3.4.2. Entrevista

Se obtuvo información dispensable sobre la comunidad a partir de varios criterios diferentes al presidente de la comunidad, a un experto en turismo, y aun emprendedor turístico de la comunidad, con la ayuda de cuestionario elaborado con anterioridad las mismas que nos brindaron información loable tanto en el tema de historia y situación actual, y para la propuesta.

3.4.3. Fichas evaluación y jerarquización de los atractivos

Para la evaluación de atractivos y su posterior jerarquización se tomó como base las fichas de inventarios de recursos turísticos de la Zona Norte del Ministerio de Turismo, elaborado en el año 2004, luego se aplicó la tabla de calificación tomándose en cuenta variables como calidad, apoyo y significado

3.5. Población

Encuestas

ENTREVISTADOS	CARGO	TOTAL
Sr. José Alvear	Presidente comunidad	1
Sr. José Chachálo	Emprendedor comunitario	1
Ing. Lenin Paredes	Técnico en Turismo	1
TOTAL		3

Encuestas a personas de la comunidad

ENCUESTADOS	TOTAL
212	212

Encuestas a turistas

Turistas	Total
20	20

3.6. Muestra

n= el tamaño de la muestra a calcular

N= 1037 pobladores (según el INEC censo Nov. 2011)

Z= 1,96 para un nivel de confianza del 95%

e= 0,05 que es el error muestral del 5%

δ^2 = 0,25 el valor de la varianza constante

$$n = \frac{Z^2 * N * \delta^2}{e^2(N - 1) + Z^2 * \delta^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 1037 * 0,25^2}{0,03^2(1037 - 1) + 1,96^2 * 0,25^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 1037 * 0,0625}{0,0009 (1036) + 3,8416 * 0,0625}$$

$$n = \frac{248,9837}{0,9324 + 0,2401}$$

$$n = \frac{248,9837}{1,1725}$$

$$\underline{n = 212,35}$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El siguiente Capítulo expone el análisis de la tipología de jefes (as) de hogar de la comunidad de Zuleta como también de turistas nacionales y extranjeros que visitan la Provincia de Imbabura especialmente de la comunidad de Zuleta, así como el análisis de las manifestaciones culturales de la comunidad, motivo de estudio para el desarrollo de una propuesta alternativa que optimice el aprovechamiento sostenible de sus atractivos turísticos con empoderamiento de sus beneficiarios.

4.1. Interpretación datos encuestas

4.1.1. Encuestas Habitantes de Zuleta

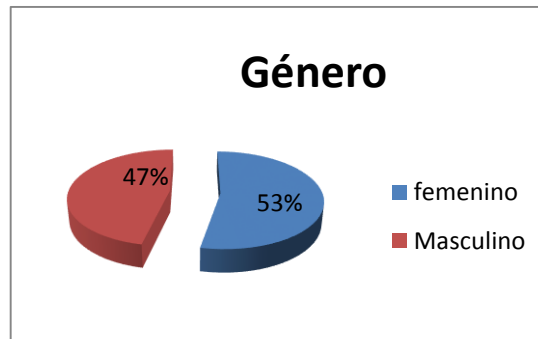
a. Género

Tabla 1 Género

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Femenino	113	53,30
Masculino	99	46,70
TOTAL	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay F, Velásquez E.

Gráfico 1



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS

De las personas encuestadas la gran mayoría de sexo femenino con un 53% por lo que indica que las mujeres son las representantes y jefes del hogar, y en un 47% hablamos de un sexo masculino. Por lo que nos indica que al momento de realizar una propuesta alternativa las mujeres serían las personas más interesadas en participar en un nuevo proyecto además de ser las que mandan en su hogar y toman las decisiones.

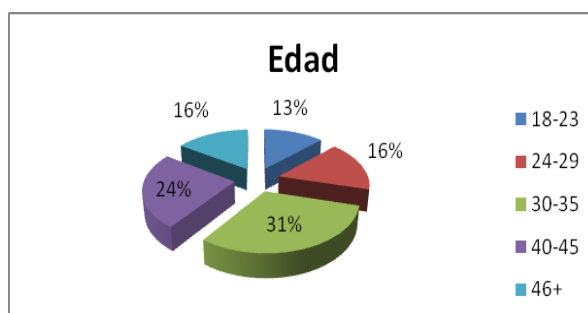
b. Edad

Tabla 2 Edad

VARIABLE	FRECUENCIA	%
18-23	27	12,74
24-29	35	16,51
30-35	65	30,66
40-45	52	24,53
46+	33	15,57
TOTAL	212	100,00

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 2



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS

El gráfico y cuadro expuestos indican que el 31% de los encuestados se encuentran dentro del rango de 30 a 35 años, seguido por el 24% entre 40 y 45 años y el 16% corresponde a 24 y 29 y 46 años., mientras que para él la edad de 18 y 23 es el 13% respectivamente.

Los porcentajes señalan que la edad de la población encuestada con el rango más alto es desde los 30 años personas podría tener un criterio formado, lo cual puede ayudar a la solución de varios problemas.

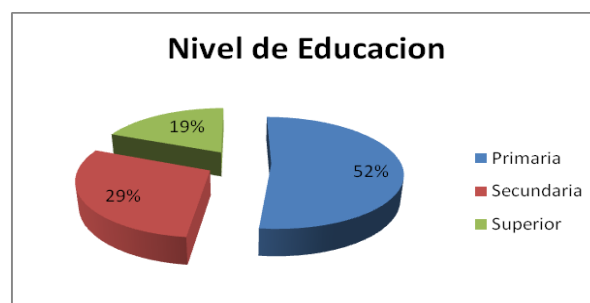
c. Nivel de Educación

Tabla 3 Educación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Primaria	110	51,89
Secundaria	62	29,25
Superior	40	18,87
TOTAL	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 3



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS

Los datos expuestos demuestran que el 52% de hombres y mujeres representativas de la comunidad tienen educación primaria, el 29% han cursado el bachillerato y únicamente el 19% tiene una educación superior.

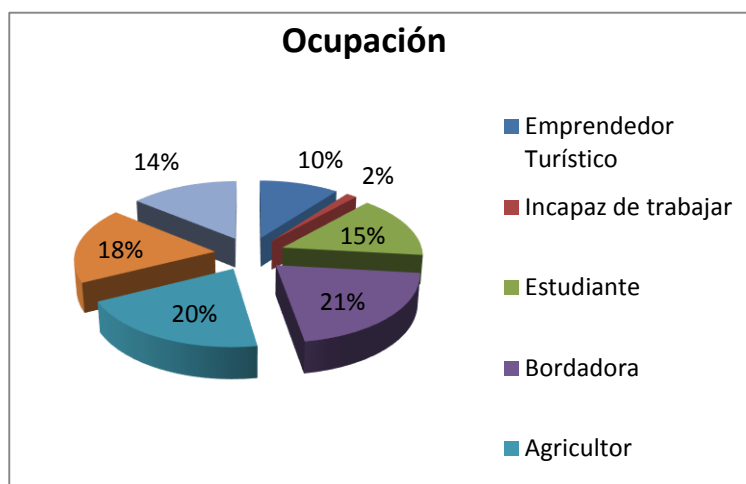
Por tanto se deduce que la población en su totalidad tiene un nivel de educación bajo que vemos que la comunidad hace mucha falta una educación tanto ambiental como turística y así que ellos enseñen a sus hijos y de generación en generación se vaya valorando sus tradiciones, con un porcentaje bajo esta que muy pocos son personas profesionales que trabajan para un crecimiento de la comunidad y el desarrollo de la misma.

d. Ocupación

Tabla 4 Ocupación

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Emprendedor Turístico	22	10,33
Incapaz de trabajar	3	1,41
Estudiante	32	15,02
Bordadora	44	20,66
Agricultor	43	20,19
Ama de casa	39	18,31
Empleado privado	30	14,08
TOTAL	213	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E

ANÁLISIS

Casi la mitad de la población se dedica a los bordados y agricultura manifestándose así como una de las principales actividades económicas, mientras que existe una minoría vinculada a la actividad turística.

P. Preguntas

P.1. Conoce las manifestaciones culturales de la comunidad

Tabla 5 Manifestaciones Culturales

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	47	22.17
NO	70	55.02
POCO	95	44.81
TOTAL	2012	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 4



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS

El 100% de la población encuestada entre el 55% dice que conoce poco acerca de las manifestaciones culturales de la comunidad, mientras un 44% dice que no sabe ni conoce sobre la cultura de la comunidad y un 22% de la población conoce y sabe que es lo que posee la comunidad de Zuleta.

Por lo tanto llegamos a identificar que lo poco que conocen los comuneros sobre las manifestaciones culturales hay que sociabilizar para que estos no se pierdan por completo, ya que la comunidad no conoce sobre sus tradiciones culturales y por ende acarrear a la pérdida de identidad de Zuleta para que sea un sitio turístico con un potencial turístico aceptable hay que empezar con la comunidad organizándola.

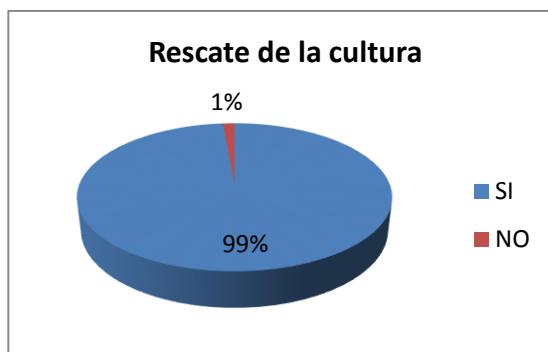
P.2. Cree que es importante rescatar las manifestaciones culturales

Tabla 6 Importancia Manifestaciones Culturales

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	209	98.58
NO	3	1.42
TOTAL	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 5



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Del 100% de los encuestados el 99% de la población dice que si es importante el rescate de la cultura y por ende conocer un poco más sobre las manifestaciones y poder así realizar opciones para un rescate, por lo que nos da a entender que el proyecto que realizaremos tendremos el apoyo de la comunidad ya que a ellos les interesa mucho formar parte de un rescate cultural y se fomente por ende un turismo sostenible, y apenas 1% que forma apenas 3 personas de las 212 dice que no es importante el rescate de sus tradiciones tal vez ellos opinen de esta manera por ser jóvenes y exista mas ya una aculturación en la comunidad.

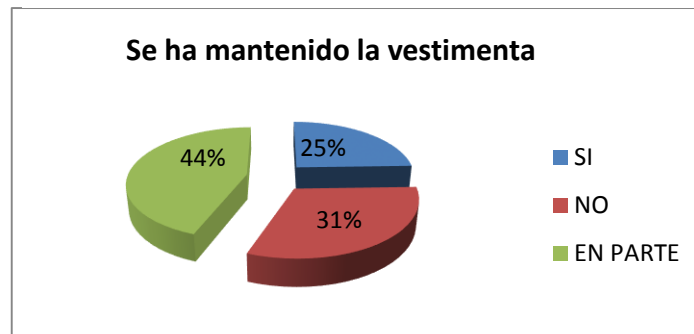
P.3. ¿Han mantenido la vestimenta como característica propia de su etnia?

Tabla 7 Vestimenta

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	52	24.53
NO	66	51.13
EN PARTE	94	44.34
TOTAL	2012	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 6



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Del total de encuestados el 44% de la población encuestada indica que la vestimenta tradicional lo conservan en parte, porque conforme han pasado los tiempos se ha ido perdiendo, con un 51% las personas de la comunidad nos informa que ya no conservan su vestimenta por la aculturación por la migración existente a otros lugares fuera de Zuleta, con un 25% hablamos de personas que ya no conservan su vestimenta tradicional. Por lo que nos indica que hay que realizar un estudio y poder rescatar una de las manifestaciones culturales más importantes de la comunidad de Zuleta.

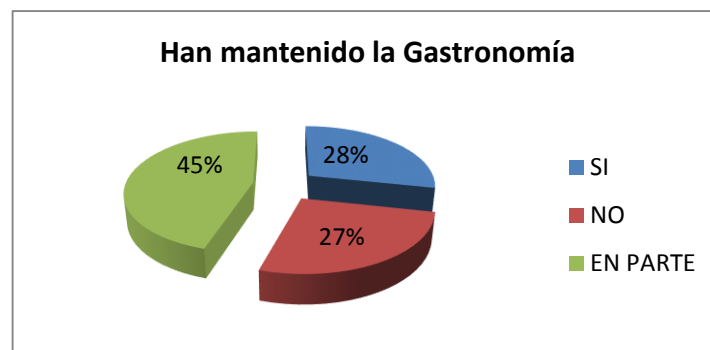
P.4. ¿Gastronomía se ha mantenido como manifestación cultural de su etnia?

Tabla 8 Gastronomía

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	60	28.30
NO	55	26.42
EN PARTE	95	45.25
TOTAL	2012	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 7



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Del 100% de los encuestados hablamos que un 45% de la comunidad lo que se refiere a la gastronomía conservar un poco sobre sus platos típicos, con un 28% dicen que aun si se conserva los platos típicos de la comunidad y el 27% nos indica que ya no se conserva su gastronomía.

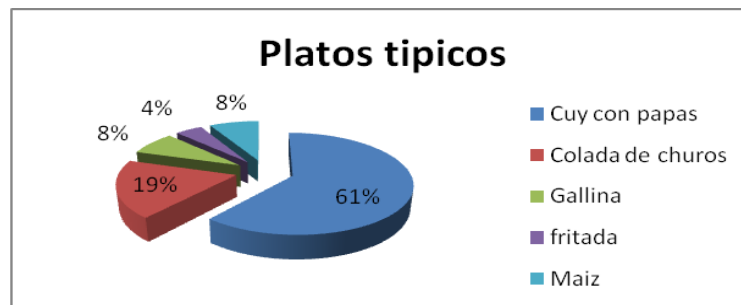
Por lo tanto podemos indicar que existe aún parte de lo que respecta a la gastronomía, la manera como cocinaban antes, y hablamos que un porcentaje ya no conserva esta tradición muchas veces porque todo lo que siembran van a vender a otros lugares y hacen un intercambio trayendo consigo alimentos que no son propios del lugar.

P.5. ¿Platos típicos de la comunidad?

Tabla 9 Platos Típicos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Cuy con papas	167	61,17
Colada de churos	51	18,68
Gallina	21	7,69
fritada	12	4,40
Maíz	22	8,06
Total	273	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis

El 61% manifiesta que su plato típico es el cuy con papas, un 19% la colada de churos, con un 8% está dividido entre gallina y maíz y apenas un 4% la fritada.

Por lo tanto viendo los resultados nos damos cuenta que reconocen como plato típico el cuy con papas que lo preparan en fiestas especiales y acontecimientos importantes, y el resto de personas opinan que la colada de churos como el maíz la gallina y la fritada son platos igualmente de Zuleta pero no le prestan la relevancia necesaria.

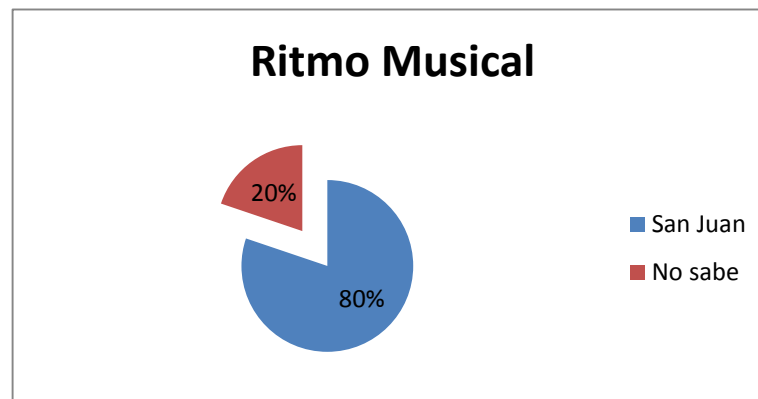
P.6. ¿Ritmo musical que identifica a la comunidad?

Tabla 10 Ritmo Musical

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SAN JUAN	170	80
NO SABE	42	20
TOTAL	2012	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 8



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis

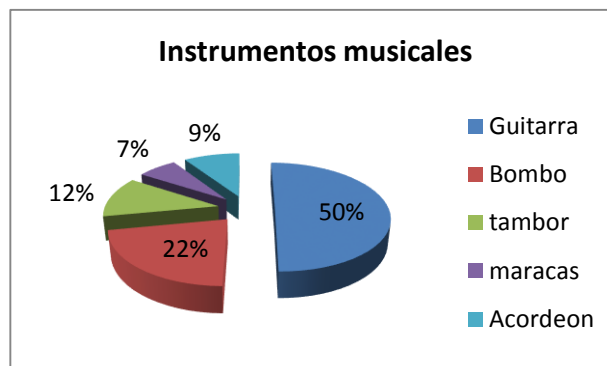
El 100% de la población de la comunidad de Zuleta encuestada está de acuerdo que el ritmo musical que caracteriza más a su gente es el San Juan que lo bailan con gran alegría, e igualmente hacen en este baile muchas tradiciones y un 20% apenas dice que desconoce sobre el ritmo tradicional de su comunidad.

P.7. ¿Instrumentos que se utilizan?

Tabla 11 Instrumentos Musicales

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Guitarra	145	50,17
Bombo	63	21,80
tambor	35	12,11
maracas	19	6,57
Acordeón	27	9
TOTAL	289	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS

Del 100% de la comunidad encuestada, un 50% dice que el instrumento musical más utilizado para las fiestas o grupos musicales es la guitarra, seguida por el bombo que también es muy utilizado con un 22%, y el tambor lo utilizan de vez en cuando con un 12%, por lo que el 9% también es muy poco pero aun utilizan el acordeón, y con 7% lo utilizan muy poco la comunidad de Zuleta.

Por lo que podemos indicar que la guitarra es el instrumento más reconocida para sus celebraciones y está acompañado por instrumentos no tan necesarios.

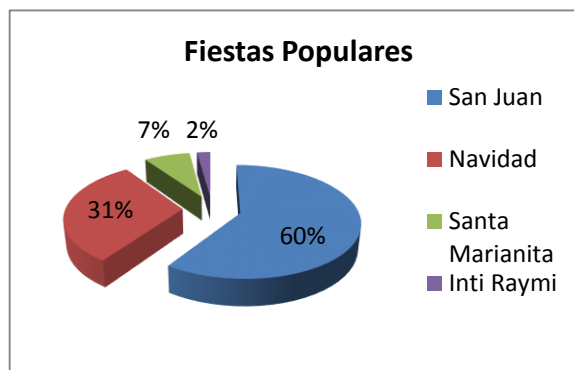
P.8. ¿Qué fiestas populares se realizan en la actualidad en la comunidad de Zuleta y en que fechas?

Tabla 12 Fiestas Populares

VARIABLE	FRECUENCIA	%
San Juan	191	60
Navidad	99	31
Santa Marianita	24	7
Inti Raymi	7	2,18
TOTAL	321	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 9



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Con un 60% de la comunidad de Zuleta encuestada dicen que la fiesta popular que aún se realizan son las de San Juan que lo festejan en el mes de junio, con un 31% estamos hablando de otra fiesta muy importante para la comunidad como son las de Navidad realizada en el mes de diciembre.

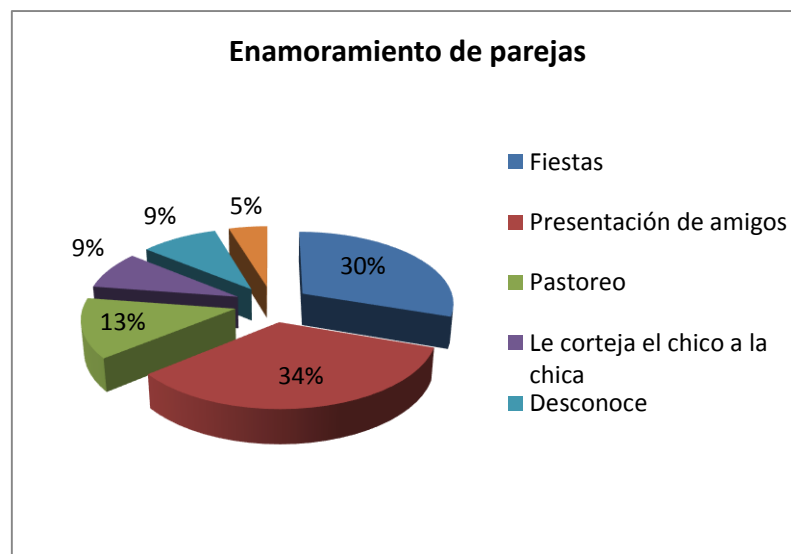
La fiesta popular más reconocida por la comunidad es la de San Juan ya que se celebra a lo grande, y seguido de fiestas como Navidad, Santa Marianita, Inti Raymi que no son muy relevantes.

P.9. ¿Cómo es en la actualidad, el enamoramiento de parejas de la comunidad de Zuleta?

Tabla 13 Enamoramiento

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Fiestas	64	30,19
Presentación de amigos	72	33,96
Pastoreo	28	13,21
Le corteja el chico a la chica	18	8,49
Desconoce	20	9,43
Como los Mestizos	10	4,72
Total	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Se afirma que la tradición como lo afirma Segundo Obando sobre el enamoramiento ha pasado de Conocer en Fiestas a simplemente presentación de amigos.

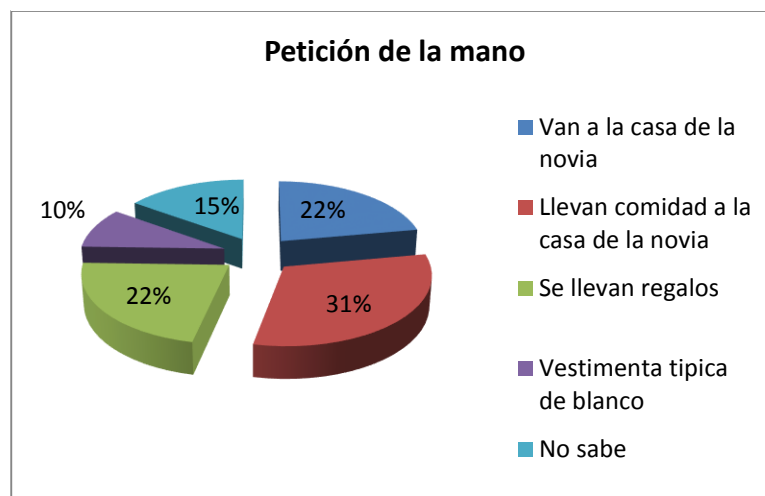
P.10.¿Qué ritual utilizan en la actualidad para pedir la mano en la comunidad?

Tabla 14 Petición de la mano

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Van a la casa de la novia	47	22,17
Llevan comunidad a la casa de la novia	66	31,13
Se llevan regalos	47	22,17
Vestimenta típica de blanco	20	9,43
No sabe	32	15,09
TOTAL	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 10



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Del 100% de la población encuestada el 31% para pedir la mano de la aún mantienen la tradición de llevar comida a la casa de la novia. Dejando en minoría el traje típico.

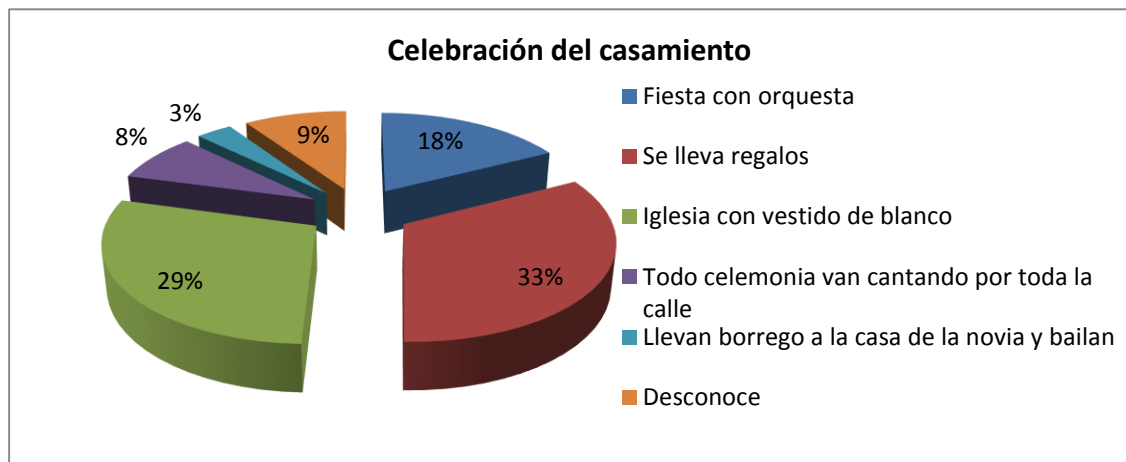
P.11.¿De qué manera es la celebración del casamiento en la actualidad en su comunidad?

Tabla 15 Casamiento

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Fiesta con orquesta	37	17,45
Se lleva regalos	70	33,02
Iglesia con vestido de blanco	61	28,77
Todo ceremonia van cantando por toda la calle	17	8,02
Llevan borrego a la casa de la novia y bailan	7	3,30
Desconoce	20	9,43
TOTAL	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 11



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Con un 33% dicen que la celebración del casamiento simplemente se entregan regalos, un 29% la celebración la hacen en la iglesia como católicos con un vestido de blanco, el 18 de la población encuestada realizan su matrimonio con una fiesta donde se lleva orquesta, el 9% Desconoce cómo será el matrimonio en la comunidad el 8% van cantando por toda la calle los invitados como los novios y apenas un 3% llevan borrego a la casa.

¿Cree usted que la manera de celebración del velorio en su comunidad ha cambiado a diferencia de años atrás?.

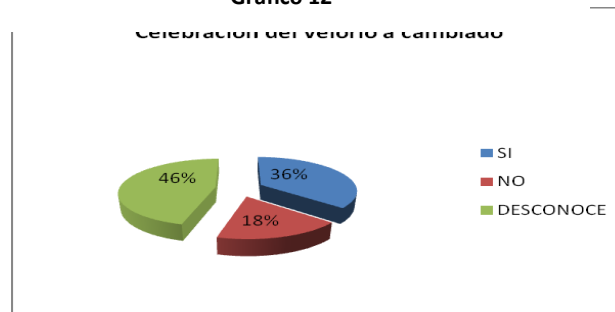
P.12.¿Cree usted que la manera de celebración del velorio en su comunidad ha cambiado a diferencia de años atrás?

Tabla 16 Velorio

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	77	36,32
NO	38	17,92
DESCONOCE	97	45,75
TOTAL	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 12



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS

Sobre la celebración del velorio en la comunidad el 46% de la población dice que desconoce como lo hacen en este tiempo, el 36% dicen que aún conservan la manera de celebración y que lo hacen con juegos tradicionales como la mucha faina y muchos juegos más tradicionales de la comunidad y un 18% dicen que ya no se conserva esa tradición que solo acompañan un momento a los familiares y se retiran a su hogar.

Por lo tanto estamos muy en claro que los que respecta a la tradición en la velación también existe una perdida sustancial y casi la mitad de los encuestados desconocen cómo es la realización de este evento, por lo que otros si conocen sobre los juego tradicionales que se realizan hasta el día de hoy.

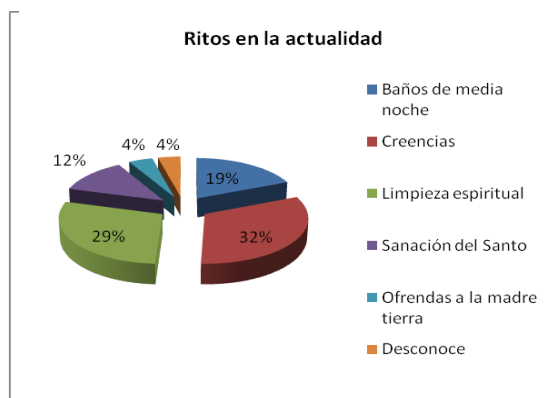
P.13.¿Qué ritos se realizan en la actualidad en su comunidad?

Tabla 17 Ritos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Baños de media noche	72	18,75
Creencias	123	32,03
Limpieza espiritual	110	28,65
Sanación del Santo	48	12,50
Ofrendas a la madre tierra	16	4,17
Desconoce	15	3,91
TOTAL	384	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 13



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS

Del 100% de la comunidad encuestada el 32% dicen que los rituales que más se utilizan en la actualidad son las creencias que las personas tienen, con un 29% hacen limpieza espiritual para alejar a los malos espíritus, el 19% hacen igualmente los baños a media noche un 12% realizan la sanación del santo. Las creencias de los indígenas prevalece más en la comunidad teniendo como otro punto importante la limpieza espiritual para eliminar las malas vibras o malos augurios.

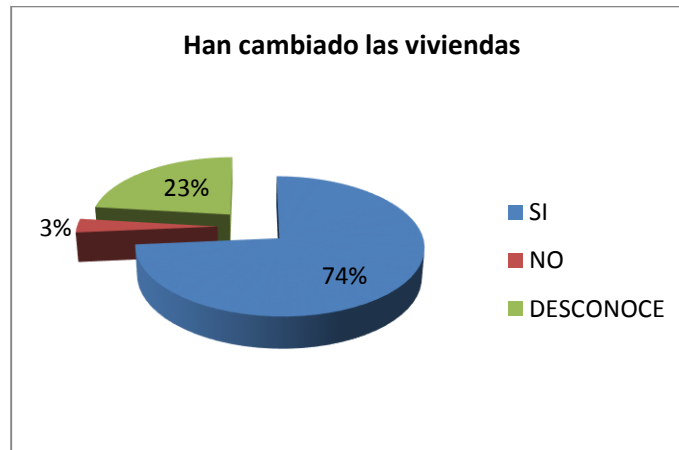
P.14.¿Cree usted que las viviendas han cambiado a diferencia de los tiempos de antes con la actualidad?

Tabla 18 Vivienda

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	156	73,58
NO	7	3,30
DESCONOCE	49	23,11
TOTAL	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 14



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

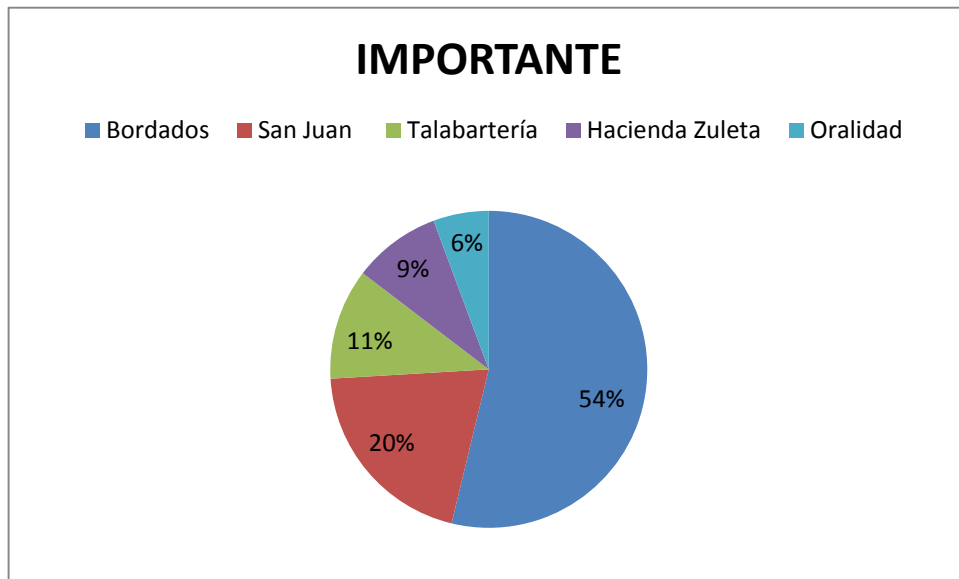
Del 100% de las personas que fueron encuestadas un 74% que conforma la mayoría de las personas encuestadas dicen que las viviendas que eran tradicionales de Zuleta si han cambiado ahora ya lo hacen de bloque no como antes que eran de adobe, un 23% opina que desconoce cómo es la construcción en la actualidad y un 3% que es el mínimo de personas dicen que las viviendas aún conservan su tradicional construcción.

P.15.¿De los atractivos turísticos culturales de la tabla, Indique el grado de importancia?

Muy Importante

Variable	Frecuencia	%
Bordados	114	54
San Juan	43	20
Talabartería	24	11
Hacienda Zuleta	19	9
Oralidad	12	5,7
Total	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

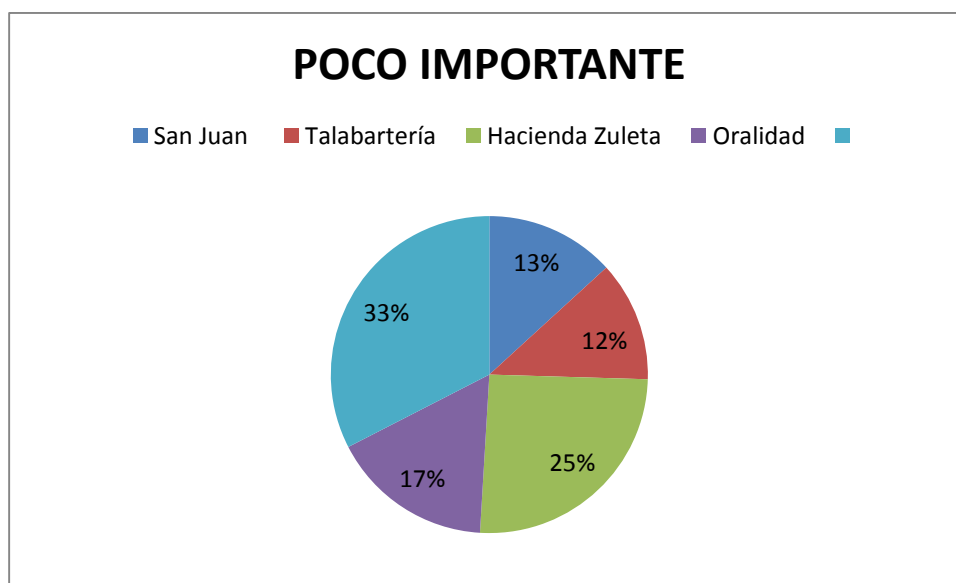


Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Poco Importante

Variable	Frecuencia	%
Bordados	28	13,21
San Juan	26	12,26
Talabartería	54	25,47
Hacienda Zuleta	35	16,51
Oralidad	69	32,55
Total	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

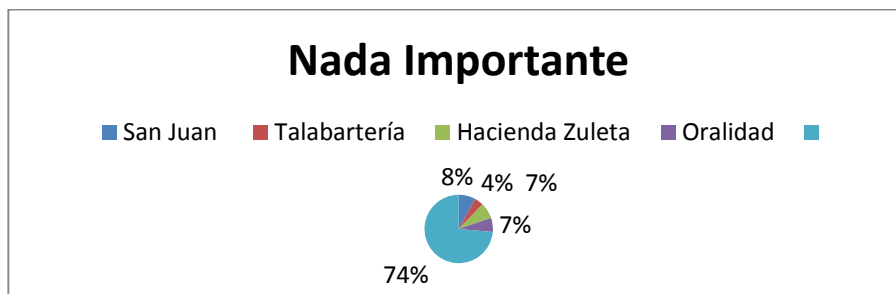


Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Nada Importante

Variable	Frecuencia	%
Bordados	17	8,02
San Juan	9	4,25
Talabartería	16	7,55
Hacienda Zuleta	14	6,60
Oralidad	156	73,58
Total	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

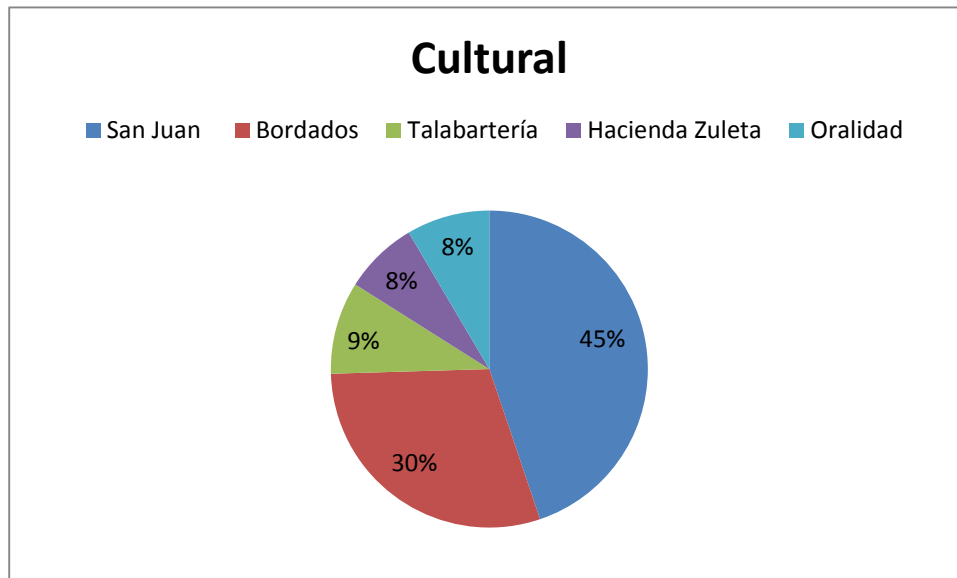
ANÁLISIS.

Del 100% de las personas encuestadas un 54% le da un mayor grado de importancia para la comunidad, a su actividad principal como son los bordados seguido con un 20% las fiestas de san Juan así como las comunidad lo considera poco importante en su comunidad a la oralidad con un 33% así como la hacienda Zuleta también es considerada poco importante ya que no es ningún beneficio para Zuleta sino más bien para un beneficio propio.

P.16. De los siguientes atractivos turísticos culturales ¿Cómo usted cree que aportan al enriquecimiento de la parroquia?

Variable	Frecuencia	%
San Juan	95	44,81
Bordados	63	29,72
Talabartería	20	9,43
Hacienda Zuleta	16	7,55
Oralidad	18	8,49
Total	212	100

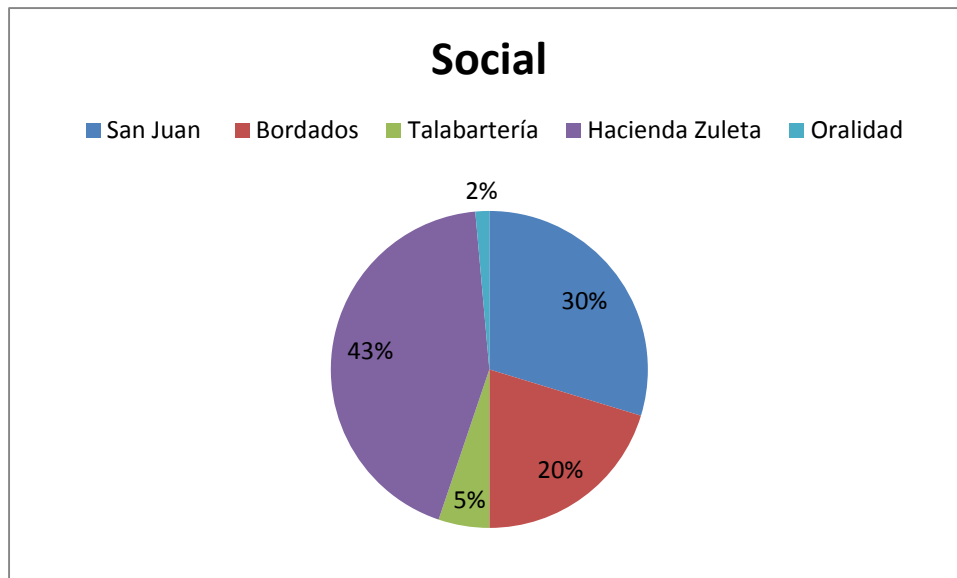
Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Variable	Frecuencia	%
San Juan	63	29,72
Bordados	43	20,28
Talabartería	11	5,19
Hacienda Zuleta	92	43,4
Oralidad	3	1,42
Total	212	100

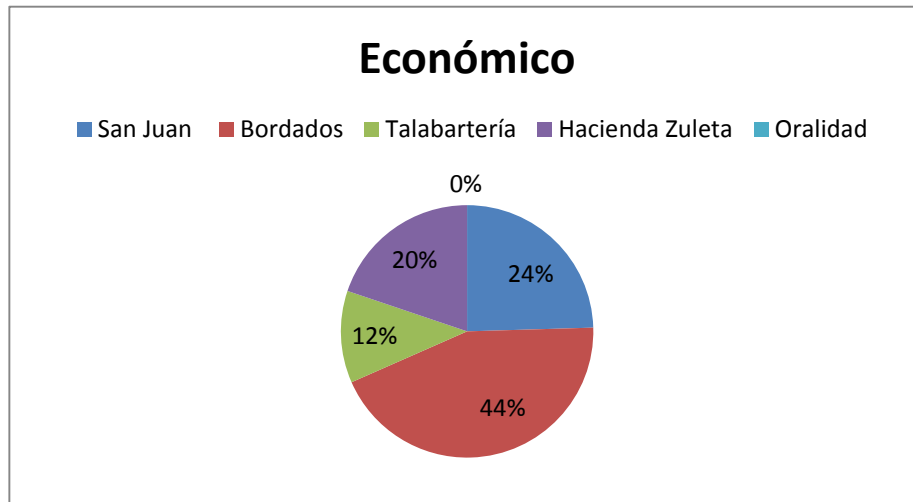
Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Variable	Económico	%
San Juan	52	24,53
Bordados	93	43,87
Talabartería	25	11,79
Hacienda Zuleta	42	19,81
Oralidad	0	0
Total	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

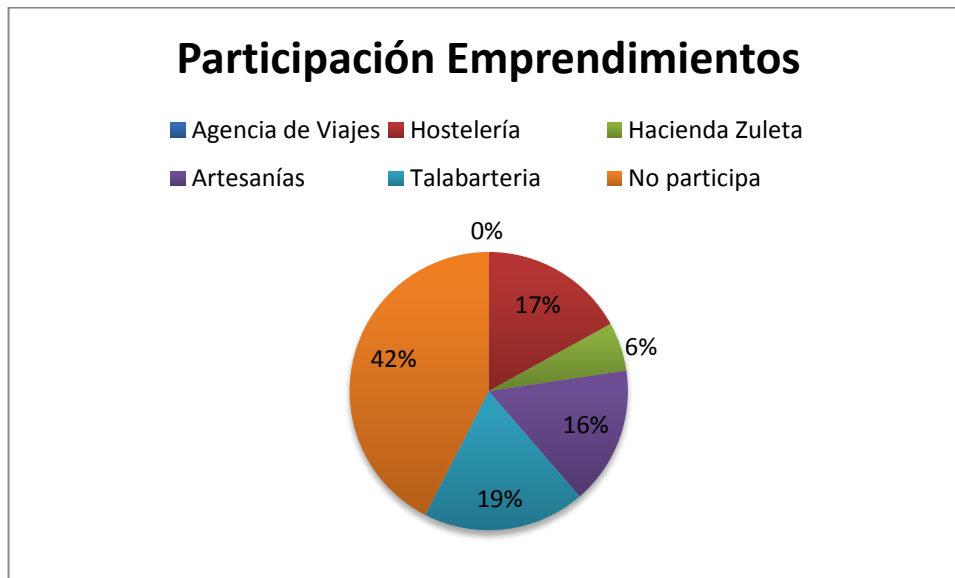
ANÁLISIS.

Los bordados así como las fiesta de San Juan aportan de una manera cultural a Zuleta y a traer a muchos turistas y los que respecta a lo social con un 43% la aportación de la hacienda Zuleta así como un 30% las fiestas de San Juan y por ultimo tenemos la parte económica que apoya bastante cómo son sus artesanía los bordados principal actividad que realizan las mujeres con un 44% y con un 24% las fiestas de San Juan.

P.17.¿En la actualidad usted participa en algún emprendimiento turístico dentro de su comunidad?

Variable	Frecuencia	%
Agencia de Viajes	0	0
Hostelería	36	17
Hacienda Zuleta	12	6
Artesanías	34	16
Talabartería	40	19
No participa	90	42
Total	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

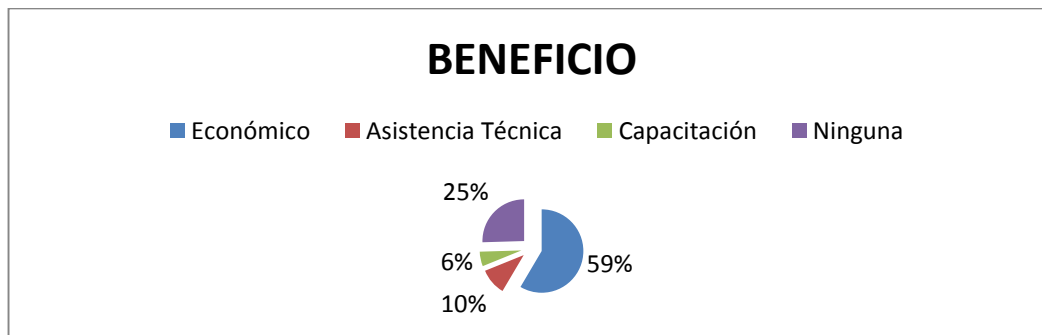
P.18. Con lo señalado anteriormente indique que beneficios usted ha obtenido desde que pertenece al emprendimiento?

Tabla 19 Beneficios Emprendimientos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Económico	124	58,49
Asistencia Técnica	22	10,38
Capacitación	12	5,66
Ninguna	54	25,47
Total	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 15



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS

De las personas encuestadas un 54% de la población dicen que el emprendimiento turístico le ayudado en la parte económica ya sea para mantener a su familia o crecer más con emprendimientos turísticos, con un 28% también se ve que han tenido capacitación que le ayudado a tener más experiencia en la labor que desempeñan y con un 18% teniendo asistencia técnica.

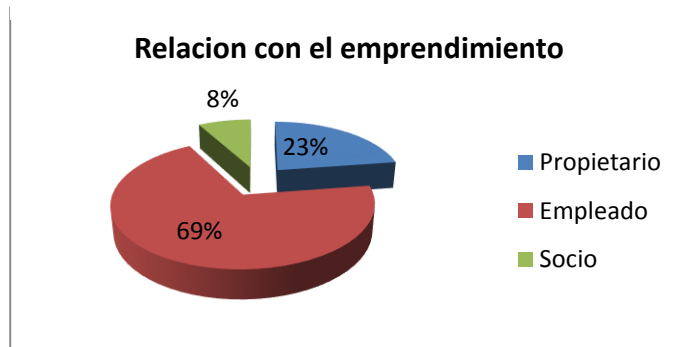
P.19. Qué relación tiene usted con el emprendimiento turístico?

Tabla 20 Relación Emprendimientos

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Propietario	17	22,67
Empleado	52	69,33
Socio	6	8,00
TOTAL	75	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 16



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Del 100% de las personas encuestadas un 69% trabajan en el emprendimiento como empleados y un 23% son propietarios del lugar y un 8% son parte del emprendimiento como socios ya sea de la hacienda hotelería o centro artesanal.

Por lo cual podemos identificar si se realizara una propuesta podrías fácilmente abrir plazas de trabajo donde la comunidad sea participe y ayudándoles de esta manera un poco más al crecimiento laboral, muy pocos han tenido el incentivo o tal vez la falta de recursos para poder crearse su propia empresa que fácilmente Zuleta les podría ayudar ya que llegaría hacer una comunidad mucho más turística de lo que es hoy en día.

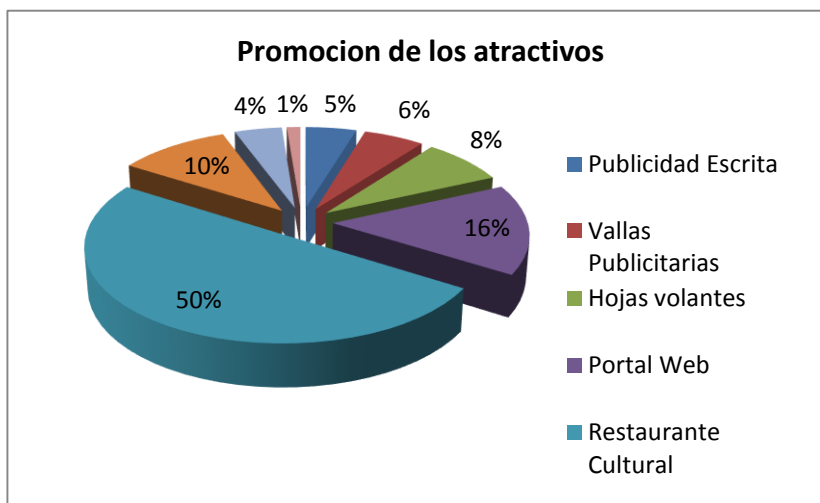
P.20.¿De los medios cual es necesaria para mejorar la promoción y difusión y valorización de los atractivos culturales de Zuleta?

Tabla 21 promoción y difusión

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Publicidad Escrita	15	4,73
Vallas Publicitarias	18	5,68
Hojas volantes	25	7,89
Portal Web	49	15,46
Restaurante Cultural	159	50,16
Reportajes en televisión	33	10,41
Revista de la comunidad	14	4,42
Operadora Turística	4	1,26
TOTAL	317	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 17



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS

Estos resultados nos dan a entender que la comunidad de Zuleta estaría de acuerdo a la creación de un restaurante temático cultural y que tendríamos el apoyo de ellos para que esta empresa crezca y sobre todo de un nuevo ambiente a Zuleta y sea un motivo de visita tanto de personas nacionales como extranjeras.

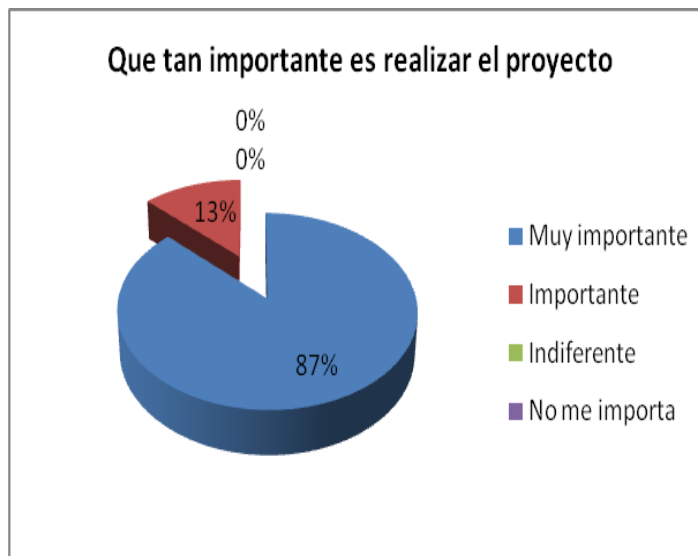
P.21.¿Cuán importante es para usted la realización de un proyecto de restaurante temático cultural?

Tabla 22 Proyecto Restaurante Cultural

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Muy importante	185	87,26
Importante	27	12,74
Indiferente	0	0,00
No me importa	0	0,00
TOTAL	212	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 18



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Del 100% de las personas encuestadas un 87% dicen que la realización de un proyecto de restaurante temático cultural es muy importante para que la comunidad sea conocida y no se pierda más su tradiciones, entonces llegamos a la conclusión que hay que realizar este proyecto y poder así rescatar las tradiciones costumbres de Zuleta y sobre todo para beneficio de la misma y un crecimiento en la parte turística.

Con resultado más de la mitad de las personas que hemos realizado la encuesta apoyan a la realización de un proyecto y que sería sumamente importante entonces es una buena manera de poder rescatar la cultura de Zuleta y no permitir que conforme pasan los años esto se pierda.

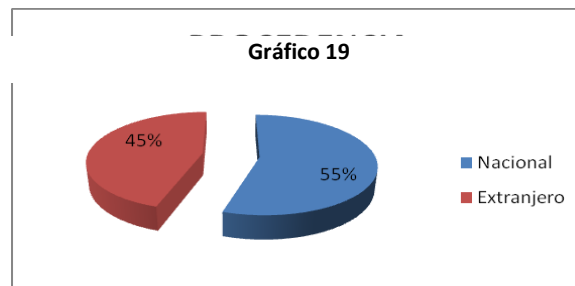
4.1.2. Encuestas Turistas

a. Lugar de procedencia del turista

Tabla 23 Procedencia turistas

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Nacional	11	55
Extranjero	9	45
TOTAL	20	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Fernanda Bolagay, Evelyn Velásquez.

ANÁLISIS.

El cuadro y gráfico expuestos anteriormente señalan que el 55% de turistas que visitan la comunidad de Zuleta son de procedencia Nacional de diferentes partes del Ecuador, lo que demuestra que la promoción y publicidad de los atractivos naturales y culturales del Ecuador, en especial de comunidad es aceptada y captada a nacional; es por esto que se desplazan en familia o con amigos para descansar, conocer, divertirse y explorar lugares desconocidos llenos de magia, cultura, gastronomía, folclore, y el 45% de los turistas son de diferentes lugares del mundo; esto demuestra que los turistas extranjeros eligen otros destinos turísticos debido a la poca valorización de la riqueza natural y cultural existente en Ecuador y a la deficiente promoción y difusión de los atractivos turísticos.

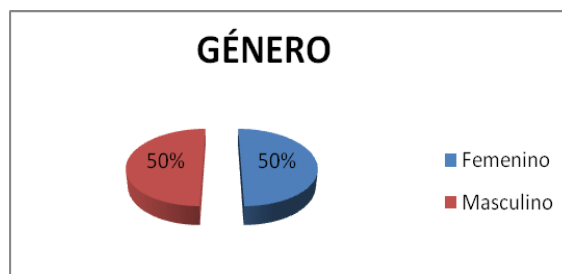
b. Género

Tabla 24 Género

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Femenino	10	50
Masculino	10	50
TOTAL	20	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 20



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Los datos expuestos señalan en cuanto a turistas nacionales y extranjeros: el 50% son hombres, y el 50% mujeres, esto demuestra que el restaurante temático tendrá acogida por un grupo homogéneo de turistas nacionales y extranjeros que visitan la comunidad por la riqueza paisajística y cultural que posee, lo cual constituye un nuevo producto turístico. Que para la OMT (1998) un producto turístico se define como el conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de consumidores.

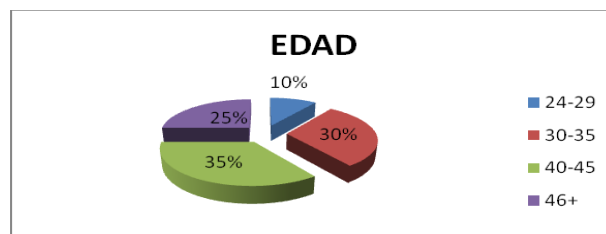
c. Edad del turista

Tabla 25 edad turistas

VARIABLE	FRECUENCIA	%
24-29	2	10
30-35	6	30
40-45	7	35
46+	5	25
TOTAL	20	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E

Gráfico 21



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Los datos demuestran que; en cuanto a turistas nacionales y extranjeros, el 35% están entre las edades de 40-45 años; Este segmento busca visitar nuevos lugares de interés turístico en los cuales tengan contacto directo con la naturaleza, es justamente lo que el Restaurante Temático Cultural promocionara al turista. El 30% de 30 a 35, lo que indica que el porcentaje de este rango de edad es también significativo para esta nueva propuesta el 25% entre los 46 y más. Lo que indica que la gente e este sentido no es muy significativa y el 10% entre los 24 a 29 que indica que no es significativa para la propuesta que se realizara.

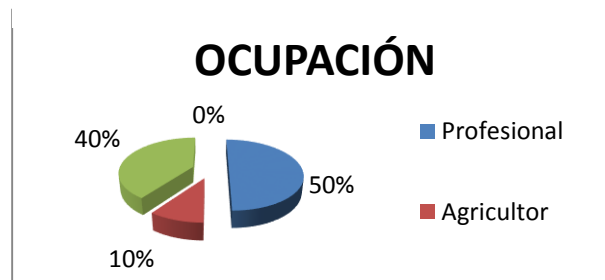
d. Ocupación o profesión del turista

Tabla 26 ocupación turistas

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Profesional	10	50
Agricultor	2	10
Emprendedor	8	40
Incapaz de trabajar	0	0
TOTAL	20	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 22



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

El cuadro y gráfico expuestos demuestran que los turistas nacionales como extranjeros que visitan la comunidad de Zuleta el 50% son profesionales con deseos de trasladarse y conocer más sobre las diferentes culturas de las personas, el 40% con emprendedores que de una u otra manera han creado su propio negocio para crecimiento en la parte económica, el 10% son agricultores que también visitan la comunidad por la parte agrícola.

Ya que según Kloter, Cámara y Grande (1986). “La demanda de un producto o servicio es el volumen de compras realizado por un grupo determinado de consumidores, en un área geográfica definida, en cierto período y en un entorno dado, como resultado de la aplicación de un determinado nivel de esfuerzo de marketing”.

P. Preguntas

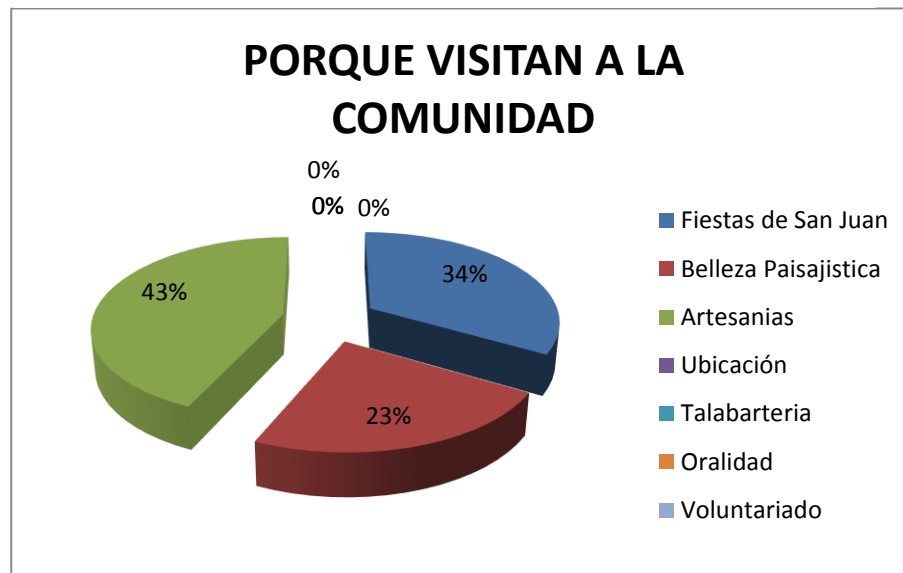
P.1. ¿Qué le motivo a visitar la comunidad de Zuleta?

Tabla 27 Motivos Visita Zuleta

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Fiestas de San Juan	10	33,33
Belleza Paisajística	7	23,33
Artesanías	13	43,33
Ubicación	0	0
Talabartería	0	0
Oralidad	0	0
Voluntariado	0	0
TOTAL	30	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 23



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

Del 100% de los turistas tanto extranjeros como nacionales con un 43% dicen que la comunidad de Zuleta lo visitan más por la parte de artesanías como son los bordados que esto nos da a entender que atrae mucho este atractivo y que puede servir de mucho para el crecimiento de Zuleta, el 34% no indica que la comunidad lo visita mucho por la parte de fiesta de San Juan que es muy conocido por muchos lugares del país, la Oralidad, Voluntariado, Ubicación y la Talabartera no son considerados para los turistas un atractivo que les llame la atención para visitar Zuleta.

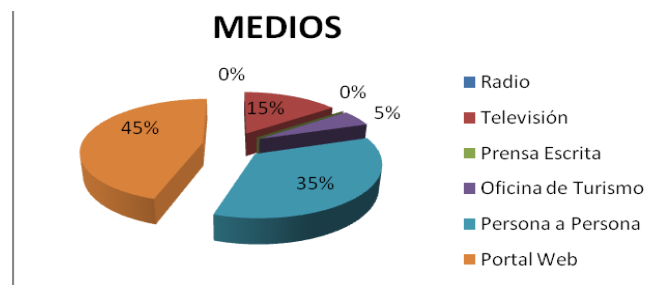
P.2. ¿A través de qué medios conoció sobre la comunidad de Zuleta?

Tabla 28 Medios difusión Zuleta

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Radio	0	0
Televisión	3	15
Prensa Escrita	0	0
Oficina de Turismo	1	5
Persona a Persona	7	35
Portal Web	9	45
TOTAL	20	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 24



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

De los turistas encuestados con un 45% de las personas dicen que saben y conocen de Zuleta por un portal web, un 35% nos indica que la comunidad es conocida por la recomendación de persona a persona por lo que nos da a entender que necesitamos más difusión el 15% tenemos la promoción por medio de televisión y el 5% por una oficina de turismo ya sea una operadora agencia etc. Por lo que nos da a entender que podemos con nuestro proyecto que Zuleta sea más conocido y dar más promoción por medios más efectivo.

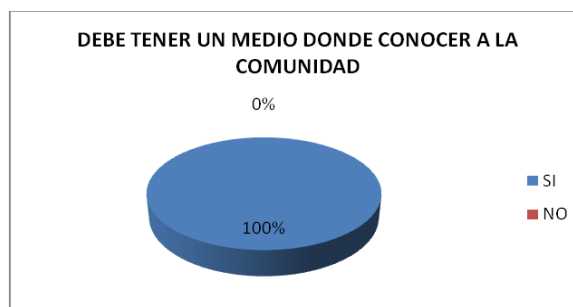
P.3. Medio para conocer la comunidad

Tabla 29 Promoción Zuleta

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	20	100
NO	0	0
TOTAL	20	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 25



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

De las personas encuestadas el 100% dicen que Zuleta debe tener un lugar donde sea promocionado y conocida más la comunidad para rescatar lo poco que aún queda y por ende dejar una herencia a los más pequeños y con el tiempo se conserve lo que por años les han identificado a cada comunidad. Para que las personas de afuera conozcan o sea promocionada un poco Zuleta para que les llame la atención que esta sea visitada y así acrecentar la demanda de turistas

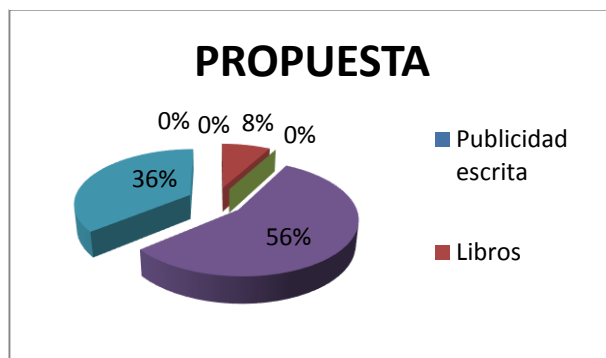
P.4. ¿Mediante qué propuesta considera usted necesaria para mejorar la promoción turística cultural la comunidad de Zuleta?

Tabla 30 Propuesta

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Publicidad escrita	0	0
Libros	2	8
Volantes	0	0
Restaurante temático Cultural	14	56
Radio y Televisión	9	36
Otros	0	0
TOTAL	25	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 26



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS.

De los turistas encuestados el 100% de ellos está de acuerdo en la creación de un restaurante temático cultural para así promocionar y difundir los atractivos turísticos de la comunidad de Zuleta y así esta sea más reconocida a nivel tanto nacional como internacionalmente y exista un poco más de nivel económico. El restaurante presentaría un rescate de todos los atractivos que tiene Zuleta como es la música la alimentación y una parte importante los bordados, así como la vestimenta de cada uno de ellos tanto de hombres como de mujeres.

P.5. ¿Considera el diseño de restaurante cultural contribuirá a la promoción y difusión de los atractivos turísticos de la comunidad de Zuleta?

Tabla 31 Importancia Restaurante Cultural

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	20	100
NO	0	0
TOTAL	20	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 27



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

ANÁLISIS

De los turistas encuestados el 100% de ellos está de acuerdo en la creación de un restaurante temático cultural para así promocionar y difundir los atractivos turísticos de la comunidad de Zuleta y así esta sea más reconocida a nivel tanto nacional como internacionalmente y exista un poco más de nivel económico.

El restaurante presentaría un rescate de todos los atractivos que tiene Zuleta como es la música la alimentación y una parte importante los bordados, así como la vestimenta de cada uno de ellos tanto de hombres como de mujeres.

4.2. Entrevistas

ENTREVISTA EMPRENDEDOR TURÍSTICO SR. AMABLE CHACHALO

Fecha: Viernes 30 de agosto del 2013

Nombre de la empresa:

Bueno se llama EL PÁRAMO o PÁRAMO HOUSE, porque Zuleta está sobre los 2800 de altura, está estamos casi en la zona andina es por eso que le he dado este nombre además la casa está diseñada o ambientada con cosas muy interesantes de la parte andina

1. Datos de la empresa

- **Año de creación de la empresa:**

Va por los dos años, es un emprendimiento reciente, que lo he comenzado, ahora estoy en la etapa de legalización en el Ministerio de Turismo para poder trabajar legalmente.

- **Desarrollo de actividades:**

Bueno la casa ofrece Servicio de alimentación hospedaje, caminatas, cabalgatas, servicio de internet hay otros servicio como visitas a otras comunidades.

2. De la actividad principal

a) Su servicio se considera privado? ¿o la comunidad recibe algún ingreso del mismo?

Bueno la idea es privada, pero en si soy consciente de que tengo que aportar con un ingreso o con un cierto porcentaje a la comunidad, yo podría aportar con cierta cantidad económica para el desarrollo de la comunidad, porque yo estoy utilizando no infraestructura pero si es espacio turístico de la comunidad.

b) En qué consiste la prestación de servicios de su empresa

Es una casa de alojamiento que algunas veces incluye recorridos dentro de la comunidad de Zuleta.

c) Indique los Medios que utiliza para su desarrollo de la actividad

Simplemente tengo el diseño de una casa de hospedaje. Para las cabalgatas se prestan tengo propios y para las caminatas no es necesario más nada ya que se realizan dentro de la comunidad.

3. De su actividad principal.

a) ¿Por qué decidió establecer el emprendimiento dentro de la comunidad?

Decidí Porque yo soy un más de la comunidad he tenido las facilidades, he tenido la preparación, pienso que Zuleta puede convertirse en un destino turístico muy importante en la zona norte del país. Por su belleza paisajística sus tradiciones, su cultura, la belleza de los escenarios; entonces tenemos un potencial que podemos ofrecer al turista nacional y extranjero.

b) ¿Ud. Se ha basado en las costumbres de Zuleta para ofrecer el servicio?

Si prácticamente por las costumbres y tradiciones, en la parte cultural en especial, nosotros en cuanto a costumbres y tradiciones que lo hemos sabido mantener y cuando hablamos en turismo esto es muy importante para darse a conocer como pueblo para sí aprovecharlo a los turistas. En realidad algunas cosas lo hemos perdido pero si tratamos de recuperar algunas tradiciones

c) Durante la prestación de servicios, ¿Puede indicar la manifestación cultural más representativa de la comunidad que ofrece?

Si, por ejemplo hay ciertas épocas en la que se puede ofrecer estas manifestaciones culturales, como por ejemplo en el mes de junio fiesta de San Juan al proceso desde el inicio la preparación de la chicha, la fermentación de la chicha, las vísperas como fiesta tradicional san Juan que se ha mantenido desde ¡nuestros antepasados y otras como se podría decir como la convivencia del día a día la experiencia la interrelación del huésped con nosotros o un intercambio cultural.

d) ¿Podría decir si resalta las prácticas antiguas o actuales sobre las costumbres y tradiciones la comunidad de Zuleta? Por qué?

Claro, por ejemplo en el tema gastronómico se resalta la preparación del plato del cuy ya que es una receta muy tradicional desde la parte andina lo preparamos solo en fechas especiales.

e) En la prestación de servicios se muestra de variedad gastronómica de la comunidad de Zuleta.

Si, a más de cuy con papas, que es un plato que nos identifica tenemos, la tortilla de tiesto de sal y dulce, el fréjol con salsa de zambo, el morocho con el trigo mezclado, y otras recetas que no se practican pero tendrían un valor muy interesante en el menú del huésped.

f) ¿Puede indicar si en el servicio de destaca la vestimenta típica de la comunidad?

Si las personas que trabajan son dos mujeres propias de la comunidad que utilizan nuestro traje. El bordado Zuleteño está catalogado como los mejores bordados en el Ecuador y dar el servicio así es dar un servicio con autenticidad.

g) Cree Ud. Que la gastronomía, costumbres y tradiciones de la comunidad es una ventaja para ofrecer su servicio turístico.

Totalmente, ósea nuestros huéspedes por lo general buscan estos espacios culturales donde puedan vivir la autenticidad de los sitios.

4. Consumidores, Rentabilidad Y Empleados De La Actividad

a) Quienes consumen su producto son extranjeros o nacionales.

Son extranjeros. Mayormente de los Estados Unidos Francia suiza y por ultimo mercado nacional.

b) Puede indicar el N° de visitas realizadas en el último año

No puedo dar un estadística pero se puede decir que mensualmente la cantidad de turistas si cubre lo esperado. El turista es diferenciado entre el nacional al nacional tiene un costo de \$40. Y se le diferencia al costo superior.

c) N° de personas empleadas; Fijos y/o Eventuales, Pertencientes a la comunidad ¿sí o no?

Son dos mujeres que pertenecen a la comunidad que viven y trabajan aquí. Como es un nuevo servicio la demanda no es todavía a gran escala entonces no es necesario as personal.

ENTREVISTA PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD SR. JOSÉ ALVEAR

Fecha: Viernes 1 de noviembre del 2013

1. Generalidades

a) ¿Qué entiende usted por turismo cultural?

Por turismo cultural toda la belleza escénica, cultivos, construcciones, vivencias, parte agrícola y cultural, es el diario vivir de nuestro entorno y que puede llegar a conocerse.

b) ¿Cree usted que la comunidad se presta a un desarrollo turístico basado en las costumbres y tradiciones de su comunidad?

Por supuesto. Lamentablemente puedo decir que en realidad mi comunidad si se presta a un desarrollo en este ámbito. Pero existen intereses individuales que muchas veces a proyectos los hacen desistir. Pero estoy seguro que el turismo no solo puede desarrollarse solo de costumbres sino de otros puntos más que tiene Zuleta.

2. Manifestaciones culturales en Zuleta

a) Como describirá la situación actual de la comunidad de Zuleta respecto a sus costumbres y tradiciones.

Ha cambiado hace 3 años. Pues la migración de las mujeres a trabajar en la ciudad de quito ha influenciado bastante, todos estamos preocupados por

este cambio. Como dirigentes estamos sosteniendo eventos deportivos, y otras cosas en donde se puede poner en práctica costumbres para que aprendan los jóvenes.

b) Que manifestación cultural sería la más representativa de la comunidad de Zuleta?

Definitivamente son los bordados ya que estos son reconocidos en el exterior. Hasta el señor presidente utiliza la camisa bordada.

c) ¿Ud. Considera que las costumbres y tradiciones de la comunidad han cambiado en la actualidad? Debido a que cree Ud.?

Generalmente los que han migrado no colaboran mayormente con nuevas ideas, sino más bien sale la gente y se van las costumbres.

d) La gastronomía de su comunidad ¿usted considera que es un potencial recurso para la ofrecer al turista?

Claro tenemos los cereales, granos, con los que elaboramos nuestras comidas. Y esto sería una fuente para ofertar igualmente nuestro plato típico como es el cuy con papas.

e) ¿La arquitectura existente en el diseño de sus casas cree que es un punto a favor en su comunidad en el campo turístico?

Yo pienso que sí. Siempre y cuando existan ordenanzas municipales que se den prioridad y respeto al diseño comunitario correcto a la arquitectura.

f) ¿La vestimenta tanto de hombre y de mujer, Daria un valor mayo en campo turístico?

En lo del tema del hombre. Los hombres tenemos que utilizar ropa más cómoda, más que todo por la comodidad que se necesita para trabajar en la agricultura. En las mujeres todavía se utiliza ropa típica. Mas en el hombre no. Pero aun así se ve fallas, como por ejemplo las mujercitas han comenzado por utilizar los centros (anacos), como minifaldas y así no deben ser las cosas. Y eso es algo que nos distingue en otros y si lo conservamos si es interesante para el turismo.

La vestimenta de la mujercita ellas utilizan blusa manga tres cuartas, con un bordado floral, falda plisada en A, de colores llamativos, alpargatas chalina y zarcillos artesanales y vistosos sin faltar claro su sombrero con una pluma de pavo real.

3. Influencia de operadores turísticos en la comunidad

a) ¿Conoce usted proyectos turísticos existentes en su sector? ¿Y qué beneficios tiene la comunidad de ellos?

El turismo se está desarrollando en forma privada. Existen varios turistas que aparecen esporádicamente y eso básicamente no da ningún aporte a la comunidad. Lamentablemente están empresas trabajan de forma individual y desordenada. Unos ofrecen cabalgatas otras comida, etc., y eso no da ningún beneficio a la comunidad y siendo que utilizan espacios comunitarios.

b) ¿La comunidad ha sido alguna vez capacitada en el tema turístico por alguna institución pública o privada relacionada al turismo?

Algunas veces. Por parte de estudiantes universitarios, como por ejemplo tuvimos una conferencia desde pero. Sobre el turismo comunitario. Pero es de forma esporádica la comunidad en si no ha entrado en el tema turístico.

c) En el campo turístico. ¿Cómo ve usted a la comunidad de Zuleta en lo futuro?

Yo pienso que el surgimiento será bueno pero no a la forma de la comunidad en su conjunto, más bien forma individual, eso sí que tendrá que apoyar a la comunidad pues se utiliza recursos de la misma.

d) Considera que la creación de un servicio turístico, que muestra las costumbres de Zuleta, será beneficiosa para desarrollo del potencial turístico de la comunidad.

Yo pienso que si pero necesita más infraestructura. Existió un proyecto sobre un restaurante pero por asuntos políticos se abandonó y quedo en papeles. Era un proyecto interesante donde se podía demostrar todo lo que poseemos como comunidad. Y pienso que todo proyecto en donde se priorice un ayuda, se brinde trabajo y eso nos va beneficiar a nosotros como comunidad. Claro que nos va a dar mayor desarrollo tanto económico como turístico.

ENTREVISTA A TÉCNICO TURÍSTICO ING. LENIN PAREDES

- Lugar y Fecha: Ibarra 22 de Octubre del 2013

1. Generalidades

a) ¿Cuál sería su opinión sobre el turismo cultural en Imbabura?

Bueno podemos decir que el turismo cultural es una modalidad de turismo que se basa principalmente en todos los aspectos culturales donde ofertan un destino turístico para obtener mucha más demanda, ya sea una pequeño lugar como ciudad o país.

b) ¿Cuando hablamos de turismo cultural podemos hablar de rescate y valorización de costumbres y tradiciones?

Claro porque en si el turismo cultural hablamos de un pueblo o una comunidad identificando las cosas más relevantes y que lleguen hacer motivo de visita turística.

2. Desarrollo turístico en Zuleta

a) ¿Cómo describiría la situación del Turismo en la comunidad de Zuleta? ¿Qué se ha conseguido actualmente y cuáles serían los posibles retos a futuro?

Se debería trabajar en una revalorización cultural, hay ciertas cosas que se están perdiendo. Pero se pueden recuperar para esto se haría con los jóvenes incentivar a que todos podamos volver practicar valores que son muy importantes para la comunidad.

b) ¿Cree usted que las manifestaciones culturales de la comunidad de Zuleta son un potencial turístico? ¿Por qué?

Si lo logramos aprovechar y vende definitivamente es un potencial no solo lo cultural si no lo ambiental lo social ya que Zuleta tiene todo a favor.

c) ¿El diseño arquitectónico puede ser considerado un punto factible al desarrollo turístico? ¿por qué?

Todo depende de la capacidad económica de la familiar y sabiendo el concepto que se quiere dar. Pero si puede dar siempre y cuando el concepto sea con principios de autenticidad y comunitario.

d) ¿La vestimenta típica de los comuneros de Zuleta debe ser tomada como un condicional para un impulso turístico?

Claro que si ya que su vestimenta es tan llamativa donde atrae la visita del turista, claro que en la comunidad de Zuleta en la actualidad se está conservando más la ropa tradicional de la mujer que es constituida con por una falda plisada en forma de campana y donde es de vistosos colores, igualmente su blusa que es con bordados florales que representa la naturaleza sus alpargatas chalina sin faltar claro su sombrero con una pluma.

3. Creación de nuevo servicio turístico

a) Según Ud. ¿invertir en proyectos donde cuyos objetivos sea la valorización, rescate y difusión de la comunidad de Zuleta es viable? ¿por qué?

Obviamente, un proyecto donde prioridad a la revalorización es importante ya que se conocerá cosas nuevas así que esa clase de proyectos es muy importantes para todos.

b) Usted cree que ¿con la creación de un restaurant en donde se conjugue particularidades como la vestimenta, gastronomía, música y tradiciones, de la comunidad de Zuleta, podría ser una herramienta para la valorización de la zona como producto turístico?

Claro, tener un espacio con esas características daría más valor a la comunidad ya que en si lo que se vende es identidad.

c) ¿Cuál cree que sería el beneficio para la comunidad de Zuleta?

Pienso que primeramente sería demostrar a los turistas la cultura y en segundo lugar ofrecer las comidas típicas sería una fuente de difusión beneficiosa para la comunidad.

Para un mayor entendimiento sobre las potencialidades turísticas y sus beneficios de la comunidad de Zuleta, se obtuvo criterios de un especialista del campo turístico, presidente de la comunidad y un emprendedor turístico en la comunidad. Para obtener los resultados hemos unificado los criterios y así poder analizarlos.

TURISMO CULTURAL EN LA COMUNIDAD

El turismo cultural puede ser considerado en forma general como una estrategia para un desarrollo no solo turístico sino económico; con beneficios mutuos tanto para la comunidad como para quienes lo visitan, ya que el primero puede aprender y el segundo puede valorizar lo que realmente es, así la valorización y rescate de costumbres y tradiciones en las comunidades se hacen más posibles y factibles para su desarrollo.

TURISMO EN ZULETA

Zuleta comunidad indígena, desde el punto de vista turístico posee las cualidades necesarias y factibles para un desarrollo turístico cultural, si bien es cierto la actividad ha comenzado hace mucho tiempo por parte de empresas privadas. Falta mucho por hacer, en este punto se puede decir que la misma valorización de sus costumbres y tradiciones sería una clave para su consolidación en el mercado turístico. Y más factible será, que los generadores y beneficiarios de la actividad sean en su mayoría los mismos comuneros.

Las manifestaciones culturales se deben fortalecer y en algunos casos deben ser recuperadas, su vestimenta portal identificativo a nivel mundial, su

arquitectura propia de comunidad andina, atractiva para todo tipo de visitantes, la gastronomía en este punto se puede establecer que un plato ya se refleja como representativo de la comunidad, pero lo que se debe hacer es identificar si existen otros y así poder mostrar una variedad para así ofrecer. Todos estos recursos en conjunto son y nunca dejarán de ser una fuente de explotación racional para un desarrollo turístico.

Para finalizar se enfatiza que un desarrollo turístico nunca será beneficio para la comunidad mientras los proyectos se ejecuten de manera privada, siempre se los debe manejar desde un punto enmarcado en conexión con la comunidad, ya que el turismo de la comunidad de Zuleta depende básicamente de la comunidad en sí.

SERVICIOS TURÍSTICOS (propuesta)

El trayecto que tienen ya empresas turísticas constituidas por tradición en la comunidad, ha traído beneficios para la comunidad especialmente para su difusión, la creación de nuevas propuestas no vendrían nada mal en la comunidad, ya que esto generaría beneficios no solo en lo económico sino en lo que todos coinciden y recalcan; en que se emprenda y de la importancia suficiente a las costumbres/tradiciones tanto en su práctica y en la continuación de estas en la comunidad.

Independientemente sea cual la clase del nuevo emprendimiento, se insiste que ideas en donde se dé la importancia necesaria a las costumbres y tradiciones comunitarias siempre serán bienvenidas y acertadas para beneficio de todos. En el caso específico de un restaurante con mayor razón pues es una garantía en donde fácilmente se puede conjugar todos los aspectos, gastronomía, vestimenta. Arquitectura. Y si fuese necesario hasta el idioma puede ser fundamental para su ejecución.

El beneficio si bien es cierto se mide mayoritariamente en el ámbito económico por parte de los inversionistas. Puede aquí recalarse que todo dependerá de todas las cualidades del proyecto en sí. En El Turismo Cultural se da prioridad a la comunidad que fue escogida como punto base al desarrollo turístico para que sea su mayor beneficiaria. Así que al crear un producto turístico con los escenarios de Zuleta, de forma casi segura será mayormente beneficiada la comunidad, en la valorización de sus costumbres/tradiciones, y rescate de algunas de estas, difusión turística en el mercado y más que toda posición privilegiada en el mercado turístico demandante.

4.3. Fichas de Evaluación y Jerarquización

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Hacienda Zuleta

UBICACIÓN: Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Angochahua

Ficha 1 Hacienda Zuleta

JERARQUÍA I	
JERARQUÍA II	
JERARQUÍA III	X
JERARQUÍA IV	

VARIABLE	ASPECTOS	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	5
	c) Estado de Conservación	7
	d) Entorno	9
		$\Sigma = 31$
APOYO	a) Acceso	8
	b) Servicios	7
	c) Asociación con atractivos	1
		$\Sigma = 16$
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
		$\Sigma = 25$
<u>TOTAL</u>		72

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis

De acuerdo a las fichas realizadas por el ministerio de turismo nos hemos basado para realizar la anterior jerarquía donde nos indica con respecto a la calidad y por ende el valor intrínseco de este atractivo lo ponemos en una calificación de 10/15 ya que vemos que aún mantiene el estilo arquitectónico además que hay parte en la hacienda que aún conservan objetos antiguos pertenecientes a los siglos pasados y en otros aspectos algunos espacios ya no son utilizados y por ende poco a poco se deterioran las edificaciones.

Lo que respecta al Valor Extrínseco lo hemos calificado con un 5/15 ya que primero en la Hacienda no hay una organización y cumplimientos de acontecimientos programados, pero por otra parte realizan actividades como son las cabalgatas el ecoturismo y la fotografía en donde lo realizan los turistas.

Lo que respecta a un estado de Conservación tenemos una calificación de 7/10 ya que por lo observado en la actualidad y comparando con las fichas realizadas por el ministerio de turismo vemos que las estructuras y arquitectura es conservada por ubicarse en una zona apartada de centros poblados y por el acceso se mantiene las condiciones ambientales, aunque si no se presta la suficiente atención a las partes desoladas estas poco a poco se van deteriorando.

Si hablamos en la parte del entorno llegamos a calificarlo con 9/10 ya que no es alterado y coexiste perturbación en cuanto a la flora y fauna del lugar.

Continuando con la parte del apoyo ya sea de adentro o fuera de la comunidad referente al acceso para llegar a la hacienda Zuleta lo hemos calificado con un 8/10 ya que es un camino empedrado aunque tienen

proyectos para el futuro adoquinarle, e igualmente al transporte has líneas que suben a diario e igualmente pueden fácilmente entrar automóviles y 4 por 4, las temporadas de acceso son los 365 del año.

Hablamos de los servicios básicos que la Hacienda posee y con una calificación de 7/10 ya que lo que respecta al agua aun es entubada y referente a la energía eléctrica tienen un sistema interconectado así como un pozo séptico y la entrada a la hacienda es libre pero se debe anticipar la visita y pedir autorización a los propietarios.

Referente a la asociación con otros atractivos lo calificamos 1/5 ya que no existe ni siquiera en la actualidad apoyo de otros proyectos más que los de la Bio-reserva Cóndor Huasi y las Tolas de Zuleta.

Con respecto a la Difusión del atractivo teniendo gran publicidad en la área local, Provincial Nacional e igualmente también la Hacienda es conocida en la parte internacionalmente por lo que le daos una calificación en total de 25/25 que nos indica un gran reconocimiento del atractivo

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Grupo Étnico Caranqui

UBICACIÓN: Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Angochahua

Ficha 2 Grupo Caranqui

JERARQUÍA I	
JERARQUÍA II	x
JERARQUÍA III	
JERARQUÍA IV	

VARIABLE	ASPECTOS	PUNTOS MÁXIMOS
	a) Valor intrínseco	14
	b) Valor extrínseco	2
CALIDAD	c) Estado de Conservación	1
	d) Entorno	1
		$\Sigma = 18$
	a) Acceso	7
APOYO	b) Servicios	10
	c) Asociación con atractivos	2
		$\Sigma = 19$
	a) Local	1
	b) Provincial	2
SIGNIFICADO	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
		$\Sigma = 3$
-	<u>TOTAL</u>	<u>40</u>

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis

Respecto a la anterior tabla y lo que respecta a las calidad del atractivo se ha dado un calificación de 14/15 en el valor intrínseco ya que tiene una gran historia y este grupo posee formas muy tradicionales como las mingas, el arado con yunta de bueyes, se dedican a la agricultura y tienen muchas tradiciones costumbres.

Basándonos en un Valor Extrínseco tenemos con un valor de 2/15 ya que no existe ni una organización del pueblo ni cumplimientos de acontecimientos igualmente Caranqui no posee actividades recreativas que ayude al turismo y a la visita de la cultura.

El estado de conservación de la etnia en la actualidad es alterado esto a ocurrido por la migración y la falta de una educación de conservación del pueblo por lo tanto damos una calificación de 1/10. Además que la influencia de nuevos estilos en las construcciones, alteración de los suelos por monocultivo y sobre pastoreo.

El entorno del pueblo Caranqui lo hemos calificado con 1/10 ya que es igualmente alterado y poco a poco las tradiciones se han ido perdiendo Pasando ya al Apoyo que Caranqui tiene con respecto al acceso hacia la comunidad damos con una calificación de 7/10 ya que aún la parte terrestres lastrado y empedrado pero en condiciones regulares, se puede acceder diariamente los 365 del año.

Tenemos sobre los servicios básicos con un valor de 10/10 ya que estos servicios si cumplen con una excelente calidad como es agua potable y alcantarillado de red pública y la energía eléctrica es un sistema interconectado.

Con un 2/5 tenemos la asociación con otros atractivos muy baja ya que apenas está apegado al volcán Imbabura y los Bordados de Zuleta a una distancia de 4km.

Por último tenemos el significado o difusión del atractivo con una calificación de e total de 3/25 ya que no hay un conocimiento y publicidad a nivel ni nacional como internacionalmente, apenas en la parte local y provincial.

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Talabartería Zuleta

UBICACIÓN: Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Angochahua

Ficha 3 Talabartería

JERARQUÍA I	
JERARQUÍA II	x
JERARQUÍA III	
JERARQUÍA IV	

VARIABLE	ASPECTOS	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	7
	b) Valor extrínseco	5
	c) Estado de Conservación	8
	d) Entorno	8
		$\Sigma = 28$
APOYO	a) Acceso	6
	b) Servicios	6
	c) Asociación con atractivos	2
		$\Sigma = 14$
SIGNIFICADO	a) Local	1
	b) Provincial	2
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
		$\Sigma = 3$
-	<u>TOTAL</u>	<u>45</u>

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis

Con respecto al Valor intrínseco y una puntuación de 7/15 tenemos que la Talabartería en Zuleta es una tradición que se ha heredado de generación en generación en los sectores de Zuleta y la Esperanza, en la actualidad realizan trabajos a pedido, el producto es de buena calidad pero la producción es baja, y en Zuleta existe solo un local donde trabajan seis personas quienes son los únicos que mantienen este oficio.

En el Valor Extrínseco con 5/15 ya que solo existe un turismo de compras pero en baja concurrencia porque como fue indicado antes solamente es realizado por pedidos, además que no tiene una organización y cumplimientos de actividades.

Sobre el estado de conservación tenemos un valor de 8/10 ya que así sea solamente una empresa que lo mantiene hasta ahora no se ha perdido totalmente, y esta es la familia Sarzosa que ha mantenido esta artesanía que es reconocida a nivel local.

Con un 8/10 el entorno es conservado y se mantiene la arquitectura tradicional y empedrado.

Con lo que respecta al apoyo en las vías es camino empedrado pro regular el acceso, los trasportes suben diariamente dando el mejor servicio a las personas que lo visitan.

Los Servicios básicos referente al agua es aun entubada y la energía eléctrica con un sistema interconectado y su alcantarillado de pozo séptico y la entrada es totalmente libre por esto tenemos un valor de 6/10.

Con un valor de 2/5 apenas tiene asociación con los bordados y la hacienda Zuleta que se encuentra o muy lejos de donde se elaboran estos productos.

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Feria de Bordados de Zuleta

UBICACIÓN: Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Angochahua.

Ficha 4 Feria de Bordados

JERARQUÍA I	
JERARQUÍA II	
JERARQUÍA III	X
JERARQUÍA IV	

VARIABLE	ASPECTOS	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	9
	c) Estado de Conservación	9
	d) Entorno	9
		$\Sigma = 37$
APOYO	a) Acceso	9
	b) Servicios	9
	c) Asociación con atractivos	3
		$\Sigma = 21$
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
		$\Sigma = 6$
-	<u>TOTAL</u>	<u>64</u>

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis

Con respecto a un valor intrínseco valorado con un 10/15 ya que aún se sigue conservando gracias a la iniciativa de mujeres indígenas y mestizas de la zona en la feria se dan a conocer 20 productos especialmente lo que es la mantelería y aquí aún siguen participando 11 mujeres.

Con un valor Extrínseco con calificación de 9/15 ya que existe si una organización pero mas no los cumplimientos de actividades y además se trabaja bastante en el turismo cultural y de compras por personas de afuera de la comunidad.

Con un valor de 9/10 el atractivo sigue aún conservado por la organización del grupo de mujeres se sigue promoviendo los bordados tanto local como nacional.

Lo que respecta al entorno tenemos un valor de 9/10 igualmente porque aún sigue conservado gracias a la unión de la comunidad.

El acceso a este atractivo es de 9/10 ya que su carretera es lastrada y parte empedrada regularmente y la circulación de los buses es diaria y los 48 días del año.

Lo que respecta a los servicios básicos del atractivo tiene agua potable y con un sistema de energía interconectado e igual es una red pública de alcantarillado por ende valorado 9/10.

La conformación con otros atractivos están conectados con la hacienda Zuleta y el Cerro el Cunrro. Sobre la Difusión tenemos que es conocido a nivel local provincial, aunque en la actualidad también ya es conocida a nivel nacional la feria de los bordados.

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bordados de Zuleta

UBICACIÓN: Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Angochahua

Ficha 5 Bordados

JERARQUÍA I	
JERARQUÍA II	
JERARQUÍA III	X
JERARQUÍA IV	

VARIABLE	ASPECTOS	PUNTOS MÁXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	10
	b) Valor extrínseco	9
	c) Estado de Conservación	9
	d) Entorno	9
		$\Sigma = 37$
APOYO	a) Acceso	9
	b) Servicios	9
	c) Asociación con atractivos	3
		$\Sigma = 21$
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	0
		$\Sigma = 13$
-	<u>TOTAL</u>	<u>75</u>

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis.

Con el respectivo análisis correspondiente a los bordados de Zuleta y un valor Intrínseco 10/15 las actividades de los bordados nace en la época colonial, y estos bordados son vendidos en la feria de Zuleta.

El valor extrínseco tenemos con una calificación de 9/15 ya que apenas produce un turismo cultural y de Compras y no existe un cumplimiento de acontecimientos pero si hay una organización por parte de las mujeres emprendedoras.

El estado de conservación se encuentra en un nivel de 9/10 ya que se sigue conservando esta actividad gracias a las diferentes mujeres que cada día perfeccionan su bordado a mano.

Con un 9/10 tenemos el entorno que igualmente sigue conservado y no ha sido tan alterado como hay en otros atractivos pertenecientes a Zuleta.

El acceso al atractivo está muy bien conservado con una calificación de 9/10 ya que su carretera es empedrada y muy buena vía y los buses suben diariamente los 365 días del año.

Los servicios Básicos son igualmente bueno ya que tienen agua potable y energía interconectada y alcantarillado de red pública.

Con un valor de 3/5 no ay asociación con muchos atractivos apenas con laguna de Cubilche y la hacienda Zuleta.

Con respecto a la difusión los bordados es conocido en la parte local Provincial y últimamente a nivel nacional y se espera que próximamente sea conocido y atraído por turistas internacionales.

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiestas de San Juan

UBICACIÓN: Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Angochahua

Ficha 6 Fiesta San Juan

JERARQUÍA I	
JERARQUÍA II	X
JERARQUÍA III	
JERARQUÍA IV	

VARIABLE	ASPECTOS	PUNTOS MÁXIMOS
	a) Valor intrínseco	9
	b) Valor extrínseco	7
CALIDAD	c) Estado de Conservación	7
	d) Entorno	8
		$\Sigma = 31$
	a) Acceso	8
APOYO	b) Servicios	9
	c) Asociación con atractivos	0
		$\Sigma = 17$
	a) Local	2
	b) Provincial	0
SIGNIFICADO	c) Nacional	0
	d) Internacional	0
		$\Sigma = 2$
-	<u>TOTAL</u>	<u>50</u>

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis

De acuerdo a la Jerarquía Realizada podemos indicar con respecto al Valor intrínseco una calificación de 9/15 ya que esta festividad tiene un significado muy importante para el mundo andino al igual que las celebraciones religiosas para el mundo occidental. No es una festividad aislada, sin conexión con el resto de celebraciones indígenas que suceden en el año. Esta tradición se la mantiene hasta la actualidad, es una ocasión especial para poder apreciar a la comunidad Zuleta con su indumentaria característica.

Con un valor de 7/15 en la parte extrínseca ya que las fiestas de San Juan solo llaman a los turistas por la parte cultural y no existe una organización de la comunidad y actividades que tengas programas para poder fomentar más el turismo en Zuleta.

Con un valor de 7/10 en el estado de conservación ya que si se alterado y con la migración y tantos cambios que ha existido poco a poco se ha ido perdiendo esta tradición, la esencia de la tradición se mantiene, sin embargo se aprecia la influencia de ciertos rasgos cultural es ajenos a la cultura indígena.

Respecto al entorno con una puntuación de 8/10 ya que es alterado de igual forma en la parte de acceso a la comunidad para la fiesta de San Juan es lastrado y empedrado en buen estado y las cooperativas suben los 365 días al año.

Sobre los servicios básicos tenemos agua potable con una energía de sistema interconectado y alcantarillado de red pública por lo que lo hemos valorado con un 9/10.

Con un 0/5 las fiestas de San Juan no tienen ninguna asociación con otros atractivos.

En la Difusión hablamos que las Fiestas son conocidas solo a nivel local ya que por falta de apoyo de las autoridades no se ha podido a dar a conocer a nivel nacional de estas fiestas tan importantes de la comunidad.

FICHA DE EVALUACIÓN DE ATRACTIVOS

NOMBRE DEL ATRACTIVO: Plato Cuy con papas

UBICACIÓN: Provincia de Imbabura, Cantón Ibarra, Parroquia Angochahua

Ficha 7 Plato Cuy con papas

JERARQUÍA I	
JERARQUÍA II	
JERARQUÍA III	x
JERARQUÍA IV	

VARIABLE	ASPECTOS	PUNTOS MÁXIMOS
	a) Valor intrínseco	8
	b) Valor extrínseco	10
CALIDAD	c) Estado de Conservación	9
	d) Entorno	8
		$\Sigma = 35$
	a) Acceso	8
APOYO	b) Servicios	9
	c) Asociación con atractivos	1
		$\Sigma = 18$
	a) Local	2
	b) Provincial	3
SIGNIFICADO	c) Nacional	6
	d) Internacional	0
		$\Sigma = 11$
-	<u>TOTAL</u>	<u>64</u>

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis

De acuerdo a la jerarquía, podemos identificar el valor intrínseco perteneciente al origen del Cuy y su historia con un valor de 8/15 ya que aún falta mucha más información y sobre todo el cuy es adaptado a la comunidad de Zuleta.

Lo que respecta al valor extrínseco con un 10/ 15 ya que no tienen una organización cumplimiento en lo asignado e igualmente solo serviría como un turismo gastronómico, en lo que refiere a la conservación es de un 9/10 ya que la comunidad aún sigue consumiendo, lo que respecta al entorno con un valor de 8/10 tenemos un 8/10 ya que aún no esta tan deteriorado.

Con un 8/10 refiriéndonos al acceso hacia la comunidad ya que aún es empedrado y un poco el camino no tiene la amplitud de una buena carreta con un 9/10 servicio de agua potable en buen estado, 1/5 ya que apenas tiene la asociación con un atractivo como es con la hacienda Zuleta.

En difusión del atractivo solamente se lo ha hecho lo que es a nivel local y nacional en la parte internacional aún falta mucho para que el plato sea considerado un atractivo relevante en Zuleta.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Las tradiciones y costumbres de la comunidad de Zuleta son manifestaciones auténticas y ancestrales de la comunidad, resaltan su vida cotidiana, destacándose como las más importantes: el bordado, la vestimenta en la mujer, la Fiesta de San Juan, y talabartería.
- El plato típico “Cuy con papas”, que se reconoce como un plato propio de la comunidad, se acompaña con una salsa elaborada con maní y cebolla, y es consumido en fechas especiales.
- El bordado manual de diferentes diseños y temas, elaborados con colores llamativos ha sido transmitido de abuelas, madres a hijas. Esta constituye una actividad propia y patrimonial de la comunidad.
- La vestimenta en la mujer Zuleteñase compone de sombrero de paño adornado con una pluma de pavo real; blusa manga tres cuartas, bordado con diseño floral; falda plisada en A, de colores vivos; alpargates, chalina y zarcillos artesanales y vistosos. La indumentaria tradicional distingue a la comunidad de las demás de su entorno.
- La fiesta de San Juan se celebra en el mes de junio, su práctica es una de las manifestaciones culturales más reconocidas por la comunidad y por la sociedad en general; se trata de un baile en la plaza central que se inicia a medio día y termina a media noche, durante tres días consecutivos, amenizada por una orquesta de la localidad. Se suma a la tradición actos religiosos.
- La talabartería y el bordado son actividades artesanales en que se refleja la creatividad de los habitantes.

- La evaluación del potencial turístico de las manifestaciones culturales, se realizó en base a la aplicación de la ficha de Evaluación y Jerarquización del Ministerio de Turismo.
- De acuerdo con los datos registrados en las fichas, las manifestaciones culturales identificadas y evaluadas cumplen con la calificación necesaria para llegar a satisfacer los motivos de visita de los turistas. (Fichas: 2,3,4,5,6)
- La investigación también determinó que existe una demanda de visitantes (nacionales o extranjeros) hacia la comunidad, siendo su principal motivación el conocimiento de las manifestaciones culturales identificadas.
- La investigación planteó algunas opciones de difusión de las manifestaciones culturales, como: Publicidad escrita, Vallas Publicitaria, Hojas Volantes, Portal Web, Restaurante Cultural, Reportajes en televisión, Revista, Operadora Turística. La población investigada mostró su preferencia por la implementación de un Restaurante temático cultural.

5.2.Recomendaciones

Se sugiere que:

- Las direcciones culturales locales deben promover políticas y/o actividades de desarrollo cultural comunitario, para garantizar el rescate y continuidad de la práctica de las mismas en las comunidades.
- El gobierno parroquial y comunitario deben promover campañas de identidad cultural para que las nuevas generaciones conozcan sus tradiciones propias y así evitar su discontinuidad.

- Los datos investigados también pueden ser utilizados como punto claves dentro de una ruta turística cultural ya establecida o a crearse, y así poder difundir de la manera considerada y respetuosa a la comunidad.
- Con las diferentes manifestaciones culturales identificadas y potencialidades turísticas es conveniente y viable desarrollar una propuesta que oriente a la difusión, rescate y valorización, para poder convertirse en un producto Turístico que lleve al crecimiento de la comunidad tanto en el nivel turístico como económico.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la propuesta

Diseño de un Restaurante Temático Cultural basado en las costumbres y tradiciones de la comunidad de Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui, cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

6.2. Justificación

En la actualidad los turistas buscan formas o diversas alternativas de relajación en sus tiempos de ocio al mismo tiempo el interés por conocer las culturas de diferentes lugares que es lo que en la actualidad busca el turismo con un fin en común el respeto y conocimiento de los medios naturales y culturales, esto ayuda tanto al medio ambiente como a los receptores del turismo mejorando la calidad de vida de determinados sectores donde se practican estas actividades recreativas y de esparcimiento, lamentablemente esto no ocurre en la comunidad La Compañía al haber un descuido tanto de los pobladores como del gobierno competente al no demostrar mayor interés en este sector.

Este tipo de restaurante no existe en el País, existen otros que ofrecen distintos menús de comida en un solo ambiente hasta incluso existen algunos temáticos provenientes de franquicias extranjeras por lo que sería una excelente oportunidad para aprovechar. Como conocemos nuestro país posee una vasta herencia cultural inca, así que en el restaurante se podrá

elegir el menú que el cliente desee y a la vez experimentar diferentes ambientes que muestren nuestra cultura. Esto representa una ventaja muy grande para el proyecto. Por otra parte el hecho de no tener un competidor directo lo hará destacar por su gran originalidad.

El proyecto será implantado en la ciudad de Ibarra que es una ciudad con un gran comercio posee una temperatura cálida durante casi todo el año, gente amable y grandes posibilidades de inversión. Ibarra es una ciudad de alto movimiento económico y siempre visitada por turistas extranjeros que vienen al Ecuador, ya que durante los últimos años se ha convertido en el eje para la cristalización de importantes negocios y apertura de grandes empresas. Por este motivo hemos decidido establecerlo en esta ciudad.

Por lo general, el negocio de la comida es atractivo y rentable; siendo éste bien administrado. Debido a su alto costo en la inversión, este restaurante va dirigido a un segmento de mercado que comprende a extractos sociales de clase media alta y alta.

Los ecuatorianos son amantes de las salidas familiares los fines de semana o en algún día especial, y una de las actividades que más disfrutan al salir de paseo, es ir a un buen restaurante. Al realizar éste proyecto cumplimos con nuestro anhelo de brindar a la sociedad ecuatoriana y a los extranjeros un lugar para disfrutar de lo mejor de nuestra patria y una comida exquisita tanto nacional como internacional.

El restaurante se caracterizaría por brindar no sólo una exquisita variedad de sabores para así satisfacer a todos los gustos y antojos, sino también por ofrecer un lugar donde se pueda vivir una experiencia única. Éste proyecto mostrará cuán factible es establecer esta idea en la mencionada ciudad, por

lo que puede servir de base para futuros negocios similares y así aportar conocimiento al país y a posibles inversionistas.

El apoyo comunitario es de esencial importancia para promover un proyecto dentro de la comunidad el cual permita mejorar la calidad de vida de sus habitantes, es por esto que los principales beneficiarios serán los habitantes de la comunidad de Zuleta quienes tienen la gran oportunidad de promover y a la vez rescatar su potencial turístico mediante la implementación del proyecto que permitirá recibir y tratar a las personas para poder ofertar su cultura y riqueza natural.

6.3. Fundamentación

6.3.1. Fundamentación Educativa

Este trabajo se refleja como un producto turístico cultural, en el cual se podrá manifestar las costumbres y tradiciones de la comunidad de Zuleta, los comensales podrán conocer más sobre la comunidad e ilustrarse sobre las situaciones antiguas y actuales de la zona permitiendo una interacción más directa entre la comunidad y los visitantes.

6.3.2. Fundamentación Turística

El etno-turismo es una de las tendencias turísticas más innovadoras y a la vez menos perjudiciales para la naturaleza y cultura, por lo cual los turistas se ven atraídos por esta forma de turismo, el proyecto contempla aspectos encaminados dentro de ese tipo de actividad, por tanto gracias a las características del sector (accesibilidad, cultura, naturaleza, clima) se convierte en una alternativa interesante a los ojos del visitante quien logrará

liberarse de tensiones, estrés y pasará momentos significativos relacionándose con la naturaleza y cultura.

6.3.3. Fundamentación Cultural

En las comunidades del Cantón Ibarra se ha visto la riqueza cultural que poseen con las manifestaciones propias de este sector, lo que representa claramente la cultura indígena de la región norte de nuestro País; modismos y culturas extranjeras han ido degradando la cultura por lo cual se debe tomar medidas e implementar estrategias y prontas soluciones para que no desaparezca una cultura rica en tradición costumbres y demás aspectos culturales.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo General

Diseñar un Restaurante Temático Cultural vinculado a la muestra activa de las costumbres y Tradiciones de Zuleta para el rescate y valoración de sus manifestaciones culturales

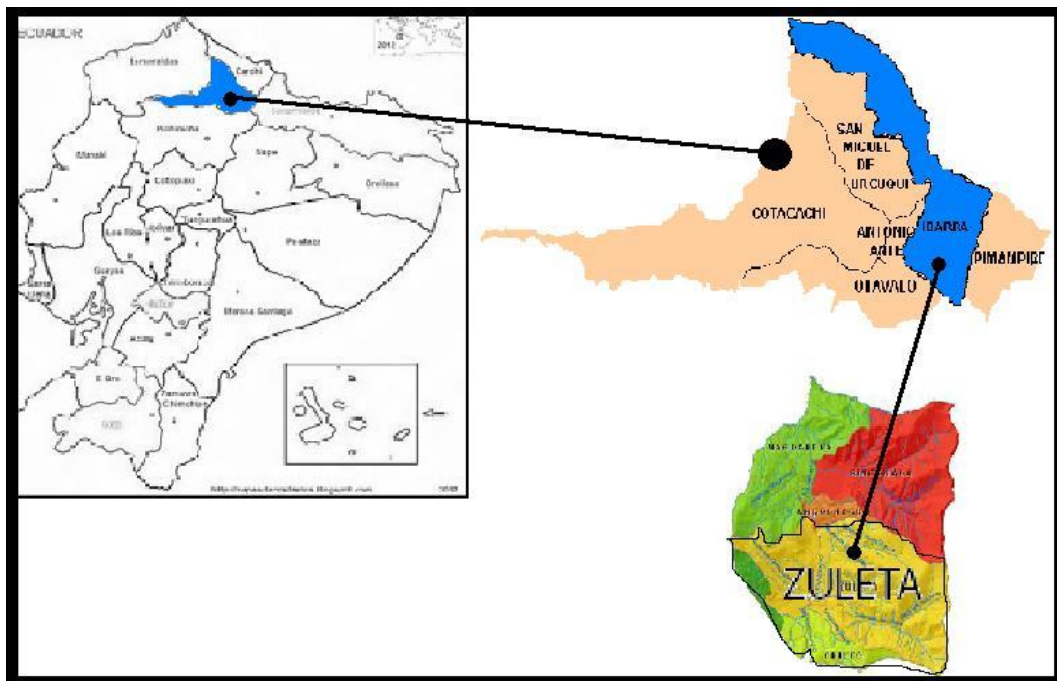
6.4.2. Objetivos Específicos

1. Seleccionar las costumbres y tradiciones de mayor significación de la comunidad de Zuleta.
2. Definir los ambientes y el equipamiento que conformaran el restaurante.
3. Socializar la propuesta de Restaurante Temático de Costumbres y Tradiciones a la Comunidad de Zuleta

6.5. Ubicación

El Restaurante Temático estará ubicado dentro de la Comunidad Zuleteña localizada en la parroquia Angochagua, comunidad Zuleta.

6.6. Delimitación



Macro

- PAÍS: Ecuador
- REGIÓN: Norte
- PROVINCIA: Imbabura

Micro

- Cantón: Ibarra
- Comunidad: Zuleta

- Al norte.- Limita con la Hacienda de la Magdalena y la parroquia de Angochagua.
- Al sur.- Con la Hacienda la Merced Baja
- Al este.- Los páramos de Angochagua y Pesillo
- Al oeste.- Los páramos de Cubilche.

6.7. Desarrollo de la Propuesta

6.7.1. Introducción

La presente propuesta tiene como objetivo principal la implementación de un restaurante temático que permita dar a conocer a los turistas sobre la importancia de la cultura Zuleta de igual forma los atractivos naturales que posee su entorno.

En nuestro país la actividad del turismo con todas sus subdivisiones ha ido ganando un gran espacio convirtiéndose así en una actividad socio-cultural y desarrollo económico sumamente rentable siempre y cuando esté presente la sustentabilidad de lo que nos rodea.

Muchos sectores de la Provincia de Imbabura han impulsado proyectos viables a favor del rescate y fortalecimiento cultural y concienciación ambiental, por lo que se evidencia claramente el fortalecimiento comunitario y mejoramiento de los espacios o hábitats de flora y fauna, costumbres, tradiciones entre otras.

La Comunidad Zuleta posee grandes atractivos culturales turísticos por lo que es merecedor de ser tomado en cuenta para realizar trabajos y proyectos turísticos a favor de la población, para darse a conocer aún más, rescatar su

identidad, aprovechar de una manera consciente lo que la madre tierra y sus antepasados les han legado a través del tiempo.

6.7.2. Manifestaciones culturales Identificadas.

Costumbres y tradiciones de mayor significación de Zuleta.

a) BORDADOS DE ZULETA

Los Bordados en Zuleta bien desde el año de 1940, cuando tres jóvenes fueron a trabajar con Doña Avelina, ex esposa del ex presidente Galo Plaza Lasso, ella les instruyo sobre un bordado en mantelería y poco a poco la maestra de la escuela Doña Adela introdujo el bordado en paneras.

Hoy en la actualidad Zuleta presente gran variedad de Bordados como es en mantelería, tapetes, porta vasos, camisas, vestidos, blusas, etc.

El bordado además de sr una actividad económica, se ha convertido igualmente en la expresión visual del sentimiento y la identidad Zuleteña, los dibujos que son elaborados por expertas mujeres del sector, reflejan ahí una cosmovisión campesina sobre un mundo que solo se entiende con el alma.

Para la elaboración del bordado es arduo, los productos y dibujos son exclusivos y originales, y podemos ver en la calidad de los bordados que se venden por si solos, las formas son abstraídos de la naturaleza que rodea a la comuna como por ejemplo la flor de ñacha que crece en todos los campos de Zuleta y es muy popular en los bordado

TIPOS DE BORDADO

Lisos, que apenas sobresalen de la pieza. De realce, que ofrecen mucho relieve debido a un relleno de cartulina o de algodón en rama (o de estopa con cera, en la Edad Media) que se interpone. De aplicación o de sobrepuesto, que se borda fuera de la pieza y posteriormente se cose sobre ella. Por la materia de que están confeccionados, además de los comunes de oro, seda, se distinguen especialmente: El bordado en blanco, que se hace con hilo blanco en piezas de mantelería. El bordado a canutillo, que se consigue aplicando el hilo de oro o plata no de la forma común de hilo para tejer o coser sino rizado o en hélice, formando tubito flexible, por cuyo eje se hace pasar el hilo de seda con que se sujetan las partes del mismo al tejido. El bordado de perlas, lentejuelas, abalorios, etc. que resulta de aplicar con hilo de seda pequeñas sartas de dichos objetos o bien de uno en uno a la pieza que se borda. El bordado plano que se ejecuta aplicando los hilos o tirillas metálicas sobre el tejido sin que entren o salgan de él a modo de costura sino sujetándolos con puntadas de seda (pointcouché para los franceses) convenientemente dadas. Así se aplican también el bordado de cordoncillo (de seda o de oro en forma de cordón) y el que se llama a hilo tendido, en el que el hilo o el cordoncillo va dando pequeñas vueltas sin interrupción sobre la tela y cada vuelta se sujeta como se ha dicho. El bordado de oro matizado, es una variante del bordado plano que tiene por objeto cubrir a tramos con sedas de colores el hilo o cordoncillo de oro (sujeto por sus extremos a la tela) para darle más vistosidad y variedad. Por haberse adoptado este procedimiento en las labores de El Escorial durante la época de Felipe II se llama punto de El Escorial.

Por la forma de las labores bordadas, se conocen las siguientes clases: El bordado de contorno, cuando sólo se marcan los contornos y líneas internas principales de la figura El bordado aislado cuando a lo anterior

se añade el sembrar de puntos y rayitas bordadas el campo de la tela donde están las figuras. El bordado lleno cuando todo el dibujo de las figuras está completamente bordado



b) CREENCIAS Y RITOS

Cree en la Vida personal y comunitaria, como en su interrelación con el cosmos, mitos y ritos que le dan sentido a su paso por esta Pacha, cree en la fuerza espiritual de sus antepasados que se concentran en la energía de los 4 elementos de la vida fuego, tierra, aire y agua. Algunas de estas creencias fueron mezcladas en el catolicismo, por lo que algunos Runas practican el culto católico sin olvidar la existencia de sus propios Dioses.

Una de las partes importantes también son los ritos que lo realizan en las bodas, la celebración del velorio en los cuales practican algunos juegos en la noche acompañando a los familiares del difunto, así como de una limpieza espiritual.

c) VESTIMENTA

La vestimenta de la comunidad de Zuleta está conformado por un vistoso sombrero, collares y anillos dorados; blusa bordada en tornasol; pollera azul eléctrico, terminada en guarda y con símbolos precolombinos bordados en lentejuelas multicolores; y alpargatas con cascabeles y cintas.

Consta de varias prendas muy tradicionales. Se trata de una blusa blanca estilizada, con dos fachalinas una blanca con filos dorados y adornada con borlas de colores y otra en palo negro con cintas multicolores, además, anaco de paño negro; cinturón tejido a mano; sombrero confeccionado con harina y complementado con cintas y plumas; y collares tejidos con coral.

La creación que caracteriza a la Mujer Zuleta, natural de Ibarra, provincia de Imbabura, fue la acreedora del tercer lugar. Su diseñadora es la cuencana Silvia Zeas, quien complementó su traje con un sombrero engomado y prensado.



d) GASTRONOMÍA

El consumo de cuy en la comunidad de Zuleta, es muy importante. No hay fiesta de pueblo sin el cuy. Es el invitado de honor en cualquier evento. Los indígenas y campesinos crían cuyes en sus cuartos de cocina y actualmente existen granjas dedicadas a la crianza de cuyes y su producción está destinada al consumo interno y, desde hace pocos años, también para la exportación. Como es de suponer, nuestros compatriotas que han emigrado hacia otras latitudes han permitido que nuestras costumbres se trasladen con ellos.

Tan importante es el cuy en nuestra cocina típica que ahora también la Asociación de Chefs del Ecuador, organiza por segunda ocasión el Festival Internacional del Cuy, pues está empeñada en dar a conocer al mundo la riqueza culinaria de nuestro lindo Ecuador.



e) MÚSICA

El sanjuanito es un género musical de música andina, que se baila y se escucha en Ecuador, la zona andina del sur de Colombia, (en Nariño y Putumayo) y en la costa norte de Perú (Tumbes y Piura). Muy

popular a inicios del siglo XX, es un género originario de la provincia de Imbabura. El "sanjuanito" tiene origen preincaico; es decir, existe antes de la conquista española.

A diferencia del pasillo, es un género alegre y bailable que se ejecuta en las festividades de la cultura mestiza e indígena de esta zona transnacional. Su molde sirvió de base para que muchos villancicos se adaptaran a su ritmo.

Sobre el origen de su nombre, el musicólogo ecuatoriano Segundo Luis Moreno conjetura que se debió al hecho de que se danzaba durante el día que coincidía con el natalicio de San Juan Bautista, fiesta establecida por los españoles el 24 de junio, que coincidía con los rituales indígenas del Inti Raymi.

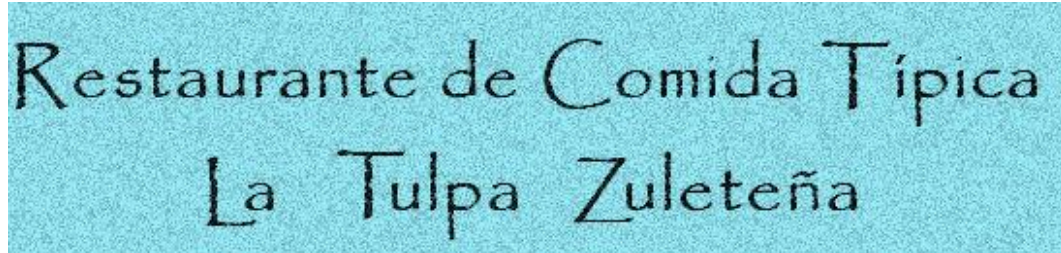
➤ Instrumentos

El San Juanito es interpretado con instrumentos autóctonos del lugar el bandolín, pingullo, dulzaina y rondador así como los instrumentos extranjeros como la quena, guitarra y bombos



6.7.3. Estructura del producto

Nombre del Establecimiento



Este nombre se escogió ya que la tulpa representa aun el espacio delicado a la preparación de alimentos en la mayoría las casas de la comunidad de Zuleta, de igual forma viene a consolidar la tradición de cocinar antigua de cocinar a leña.

Misión

Ofrecer platos típicos gastronómicos variados, elaborados con los mejores ingredientes. Acompañado de un excelente servicio, en un entorno paisajístico cultural de la comunidad de Zuleta, permitiéndonos ser el lugar preferido en los gustos de nuestros clientes.

Visión

Posicionarnos en un corto plazo como el mejor restaurante de comida típica del norte del país. Conseguir ser una empresa gastronómica altamente productiva e innovadora, mejorando la capacidad creativa a través de un trabajo en equipo, respondiendo así a las necesidades de nuestros clientes.

Logo

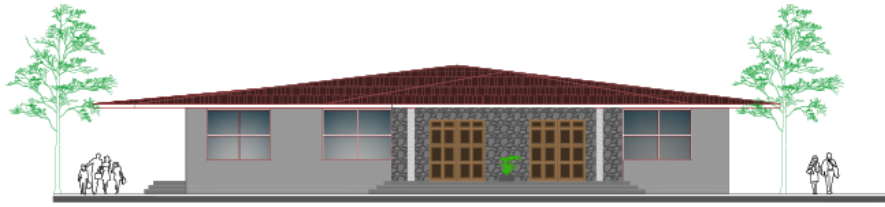


Slogan

Un deleite cultural...

Debido a que es un producto con significancia cultural se adjuntó la frase debía contener o brindar un realce a la degustación de comida tradicional.

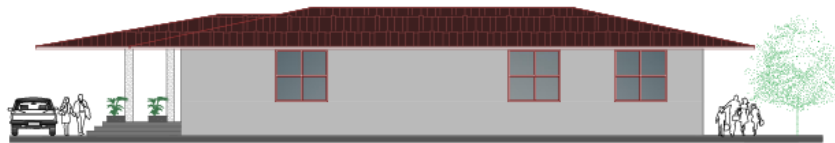
Planos Arquitectónicos



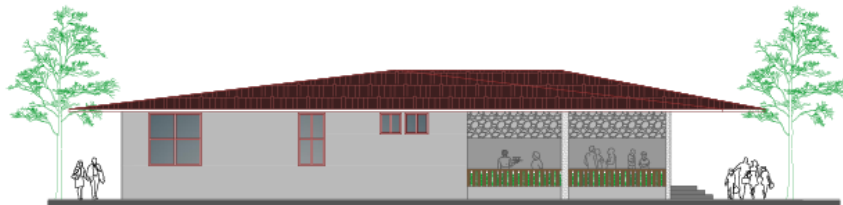
FACHADA FRONTAL 800_1100



FACHADA LATERAL DERECHA 800_1100



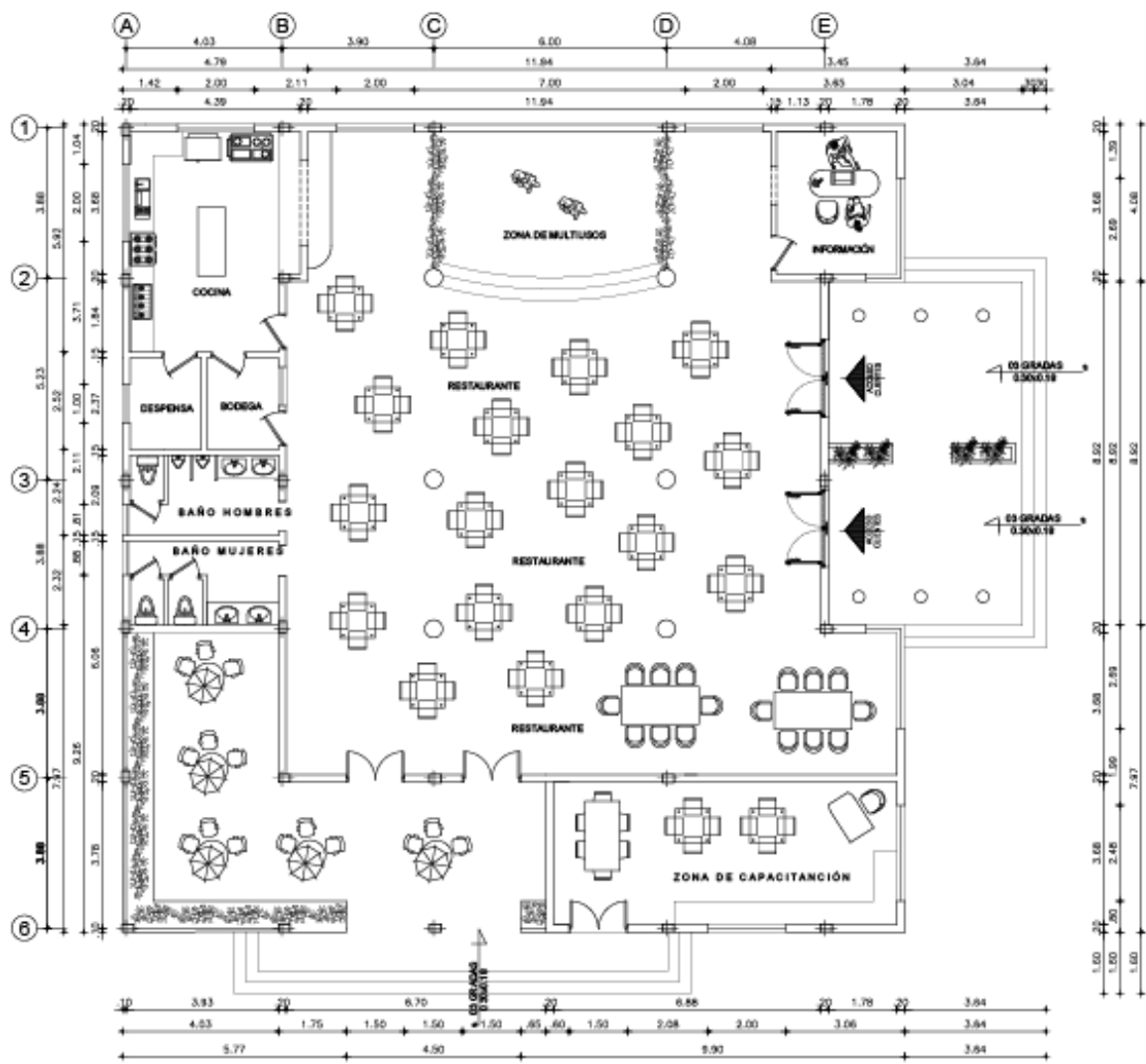
FACHADA LATERAL IZQUIERDA 800_1100



FACHADA POSTERIOR 800_1100

Medidas: área de terreno: 1221.51 m²

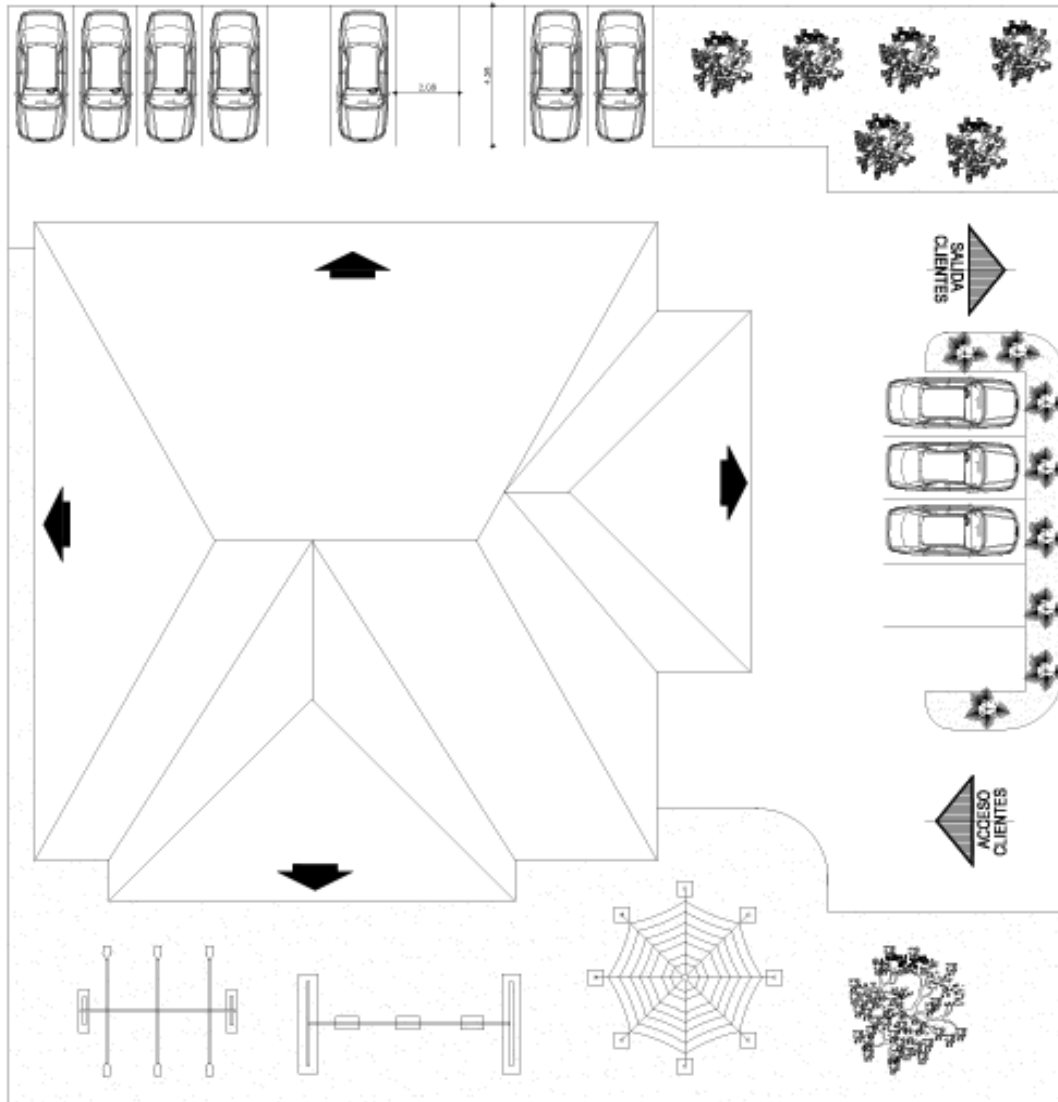
Medidas: área de Construcción: 478.96 m²



PLANTA DE RESTAURANTE ESC. 1:100

Elaborado por: Arquitecta Patricia Collahuazo

Elaborado por: Arquitecta Patricia Collahuazo



IMPLANTACIÓN

Elaborado por: Arquitecta Patricia Collahuazo

Presupuestode Construcción

PRESUPUESTO CONSTRUCTIVO - ARQUITECTÓNICO - ESTRUCTURAL DE PROPUESTA RESTAURANTE					
No.	CONCEPTO	UNID	CTDA	C. UNI	C. TOTAL
1	Limpieza, trazo y nivelación, incluye localización de ejes, cotas, niveles, equipo, herramientas y mano de obra.	m2	1225,51	3,5	4.289,29
2	Excavación en tierra a mano para asiento de fundaciones, zanjas, etc., hasta profundidades comprendidas entre 0,00 y 1,5	m3	28	425,5	11.914,00
3	Cimientos con piedra, asentada y mortero cemento - arena 1:4	m3			
4	Relleno y compactación en cimentación en capas de 20cm, con pizon de mano utilizando el material producido de excavación.				
5	Cadenas de cimentación, incluye concreto F´c:200 kg/cm2, reforzada con 4 varillas y estribos	ml	211,85	141,33	29.940,76
6	Encofrado	m2	400	9,85	3.940,00
7	Masillado de piso	m2	373,86	5,64	2.108,57
8	Losa de cimentación 20cm con capa de compresión de 5cm concreto F´C=200 kg/cm2, reforzada con malla electrosoldada de 6x6x10 y nervios.	m2	373,86	491,98	183.931,64

9	Instalaciones de agua potable pvc - plastigama	LOTE	1	1180,8	1.180,80
10	Instalaciones Eléctricas	LOTE	1	1934,2	1.934,20
11	Paredes de ladrillo	m2	320,082	12,15	3.889,00
12	Enlucido de paredes	m2	640,16	8,2	5.249,31
13	Caja térmica square andina 4-8	un	1	130,75	130,75
14	Mesón de cocina h. armado	ml	12,57	78,91	991,90
15	Mesón de granito color café	ml	12,57	156,65	1.969,09
16	Cielo raso gypsum	m2	137,61	20,9	2.876,05
17	Porcelanato piso 50x50	m2	331,88	32,75	10.869,07
18	Cerámica graiman en paredes de baños 30x30	m2	68,2	19,54	1.332,63
19	Cerámica graiman en pisos de baños y cocina	m2	180	19,54	3.517,20
20	Bajantes de agua lluvia	ml	57	5,85	333,45
21	Canalización exterior (aluminio- blanco)	ml	60	10,95	657,00
22	Cajas de revisión desagües (paredes de hormigón) y tapas de HA	un	6	98,6	591,60
23	Ventanas con marcos de madera incluye	m2	54,6	65	3.549,00

	vidrio de 4mm				
24	Sanitario Edesa blanco	un	3	140	420,00
25	Lavamanos Edesa Blanco con llave prismatic FV	un	4	142,5	570,00
26	Lavaplatos de acero inoxidable	un	1	72,54	72,54
27	Rejillas de piso FV de 2". Cromado	un	3	11,5	34,50
28	Puertas de madera color caoba-cerrada	un	16	300	4.800,00
29	Pintura permalatex con fondo de carbonato	m2	1920	3,95	7.584,00
30	Vereda exterior	m2	90,64	13,47	1.220,92
31	Lámparas fluorescentes 3x32 empotrables	un	23	74,74	1.719,02
32	Borde de ventana	ml	80	7,15	572,00
33	Punto de braker	Pto	8	15	120,00
34	Malla electrosoldada de contrapiso	kg	464,5	2,76	1.282,02
35	Estucado de tumbado	m2	137,61	4	550,44
36	Cerca de madera	ml	13,63	120,6	1.643,78
37	Cubierta de teja española con sus respectivos accesorios	m2	6613	1,2	7.935,60

38	Estructura de madera para cubierta(comprende estructura interna y externa)	m2	378,95	1,77	670,74
39	Mortero de cemento 1:6	m3	47,3	74,6	3.528,58
40	Fladon formado por losa de hormigón	m3	94,47	51,91	4.903,94
41	Acero de refuerzo	Kg	2294,68	2,98	6.838,15
TOTAL:					279.581,24
PROYECTISTA: PATRICIA COLLAGUAZO					

Detalle de la materia Prima, materiales, insumos, y trabajo necesarios para la operación del restaurante.

1) Equipos y Muebles de Oficina

EQUIPOS DE COMPUTO	
Computadora	2
Impresora	2
Scanner	1
EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA	
Equipos de Oficina	
Teléfono	2
Caja Registradora	1
Muebles de oficina	
Lámparas	5
Archivador	1

Escritorio	3
Silla Giratoria	5

Fuente: Investigación de Campo,Elaborado: Bolagay C. Velásquez E.

2) Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO	
Asadores de Carne	1
Asadores de Cuy	1
Bandejas	15
Batidora	2
Microondas	2
Cafetera	1
Campanas de Cocina	2
Cocinas Industriales	2
Congeladores	2
Encimeras	2
Equipos de Baño clientes	2
Estanterías de Madera	1
Extractor de Olores	6
Fregaderos	3
Freidora plancha y parrilla	1
Horno semi-Industrial	1
Lavabo	3
Lavaplatos	1
Licuada	2
Maquina peladora de Frutas	1
Mesa de madera	25
Mesa de Trabajo	2

Ollas	2
Caldero de acero	2
Caldero de Aluminio	2
Paila Aluminio	2
Sartén Chef	4
Sillas madera tipo Rustico	100
Trampa de grasa	1
Utensilios de cocina	
Salad Chef	1
Cuchillos Chef	1
TurningFood Centre	1
AlwaysFresh	1
KenjiKnife	1
Chef Basket Cuchillo	3
Flavorwave Accesorios	1
Afilador de Cuchillos	1
Tetera Acero Inoxidable	2
Eggies Sistemas Cocción de Huevos	1
Mini picador	1
Espátulas	3
Recipientes	4
Vajilla del Restaurante	
Coladores	4
Abrelatas	1
Cubiertos	150
Plato Base	150
Plato Extendido	150
Plato Hondo	150

Plato Pastel	150
Plato Sopero	150
Taza Capuchino	150
Taza Americano	150
Taza Expreso	150
Vaso Agua	150
Vaso Aguardiente	150
Copas de Vino Blanco	150
Copas de Vino tinto	150
Vaso Champagne	150
Creparas	10
Azucareras	20
Saleros	20
Pimenteros	20
Otros equipos	
Climatizador	3
Micrófono	2
Parlantes amplificadores	2
Tanques extintores	4
Televisor Samsung LED 50"	1

Fuente: Investigación de Campo, Elaborado: Bolagay C. Velásquez

E.

3) Insumos Suministros de Limpieza

Suministros de Limpieza	
Escobas	3

Desinfectantes	3
Limpiadores	10
Trapeador	4
Guantes	2
Detergente	3
Basureros	5
Fundas de Basura	5
Jabones Líquidos	4
Recogedores de Basura	2
Papel Higiénico	2

Fuente: Investigación de Campo,Elaborado: Bolagay C. Velásquez E.

4) Insumos Suministros de oficina

Suministros de Oficina	
Archivador	2
Caja de Clips	1
Caja de Esferos	1
Caja de Grapas	1
Carpetas	5
Cinta Adhesiva	1
Cinta de embalaje	1
Grapadora	1
Papel Bon	2
Perforadora	1

Fuente: Investigación de Campo,Elaborado: Bolagay C. Velásquez E.

5) Materia Prima

Materia Prima		
Detalle	Medida	Cantidad
Carnes		
Carne de Cerdo	Kg	15
Carne de Pollo	Kg	16
Carne de Res	Kg	12
Cuy	Unidad	50
Embutidos	Kg	10
Hortalizas - Vegetales - Granos		
Arveja	Kg	15
Chochos	Kg	9
Fréjol	Kg	15
Brócoli	Kg	15
Lechuga	Unidad	8
Lenteja	Kg	15
Maíz	Kg	18
Mote	Kg	12
Papas	Quintal	3
Plátano Verde	Kg	5
Tomate Riñón	Kg	15
Yuca	Kg	15
Zanahoria	Kg	12
Ingredientes		
Aceite	Litro	15
Aceitunas	Paquete	10
Achiote	Litro	5

Aguacate	Caja	25
Ajo	Kg	5
Albahaca	Kg	7
Arroz	Quintal	3
Avena	Paquete	18
Azúcar	Quintal	3
Canela	Kg	9
Cebolla Blanca	atado	15
Cebolla paiteña	Kg	15
Cerveza	Caja	10
Cilantro	Kg	8
Clavo de Olor	Unidad	8
Comino	Kg	10
Esencia de Vainilla	Unidad	10
Harina de trigo	Kg	12
Hielo Seco	Kg	12
Huevos	Cubeta	15
Leche	Caja	15
Limón	Kg	10
Manteca	Kg	8
Mantequilla	Kg	5
Mayonesa	Litro	3
Mostaza	Litro	3
Orégano	Onza	10
Palmito	Caja	12
Panela	Kg	9
Perejil	Onza	7
Pimienta dulce	Kg	5
Pimienta Negra	Kg	5

Pimiento Rojo	Kg	15
Pimiento Verde	Kg	15
Polvo de hornear	Unidad	12
Queso	Caja	19
Sal	libra	15
Salsa de Tomate	Litro	4
Vinagre	Litro	4
Frutas		
Frutilla	Caja	2
Guanábana	Caja	2
Guayaba	Caja	2
Maracuyá	Caja	2
Mora	Caja	2
Naranja	Docena	4
Papaya	Caja	2
Piña	Caja	2
Plátano	Caja	2
Tamarindo	Libra	5
Naranjilla	Caja	2
Uvillas	Caja	2
Babaco	Caja	2
Maqueño	Caja	2
Bebidas		
Agua Mineral con Gas	Caja	50
Agua Mineral sin gas	Caja	50
Café	libra	20
Gaseosas	Caja	40
Té	Caja	15

Aguardiente	Litro	5
-------------	-------	---

Fuente: Investigación de Campo, Elaborado: Bolagay C. Velásquez E.

Presupuesto de Inversión

Este presupuesto servirá de base para saber los costos para el funcionamiento del restaurante.

Activos Fijos

Estos activos tienen que ser tangibles y tener una vida larga el bien existe con la intención de ser usado en las operaciones de la empresa de manera continua y no para ser destinado a la venta en el curso normal del negocio.

Tabla Inversión Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS		
PRODUCTO	CANTIDAD	V. TOTAL
EQUIPOS DE COMPUTO		
Computadora	2	1500,00
Impresora	2	140,00
Scanner	1	60,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTO		1700,00
EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA		
Equipos de Oficina		
Teléfono	2	70,00
Caja Registradora	1	499,00
Total Equipos de Oficina	3	569,00
Muebles de oficina		
Lámparas	5	275,00

Archivador	1	190,00
Escritorio	3	294,00
Silla Giratoria	5	377,10
Armarios para el personal	1	890,10
Total muebles de Oficina	15	2026,20
<u>TOTAL EQUIPOS Y MUEBLES DE OFICINA</u>	-	<u>2595,20</u>
MAQUINARIA Y EQUIPO		
Asadores de Carne	1	250,10
Asadores de Cuy	1	312,00
Bandejas	15	225,00
Batidora	2	130,00
Microondas	2	160,00
Cafetera	1	560,00
Campanas de Cocina	2	740,00
Cocinas Industriales	2	1840,00
Congeladores	2	1700,00
Encimeras	2	800,00
Equipos de Baño clientes	2	700,00
Estanterías de Madera	1	260,00
Extractor de Olores	6	360,00
Fregaderos	3	1500,00
Freidora plancha y parrilla	1	480,00
Horno semi-Industrial	1	250,00
Lavabo	3	960,00
Lavaplatos	1	310,00
Licuadora	2	660,00
Maquina peladora de Frutas	1	190,00
Mesa de madera	25	7000,00

Mesa de Trabajo	2	500,00
Ollas	2	400,00
Caldero de acero	2	240,00
Caldero de Aluminio	2	500,00
Paila Aluminio	2	480,60
Sartén Chef	4	1080,00
Sillas madera tipo Rustico	100	9900,00
Trampa de grasa	1	360,00
Utensilios de cocina		0
Salad Chef	1	89
Cuchillos Chef	1	62,5
TurningFood Centre	1	60,8
AlwaysFresh	1	47
KenjiKnife	1	45
Chef Basket Cuchillo	3	80,7
Flavorwave Accesorios	1	26
Afilador de Cuchillos	1	15,6
Tetera Acero Inoxidable	2	13,5
Eggies Sistemas Cocción de Huevos	1	19
Mini picador	1	22
Espátulas	3	126
Recipientes	4	64
Vajilla del Restaurante		0
Coladores	4	8,56
Abrelatas	1	6,22
Cubiertos	150	100,5
Plato Base	150	444
Plato Extendido	150	498
Plato Hondo	150	756

Plato Pastel	150	336
Plato Sopero	150	375
Taza Capuchino	150	247,5
Taza Americano	150	247,5
Taza Expreso	150	247,5
Vaso Agua	150	133,5
Vaso Aguardiente	150	51
Copas de Vino Blanco	150	192
Copas de Vino tinto	150	183
Vaso Champagne	150	171
Cremerías	10	20,1
Azucareras	20	44,6
Saleros	20	13,8
Pimenteros	20	39,2
Otros equipos		0
Climatizador	3	630
Micrófono	2	84
Parlantes amplificadores	2	1080
Tanques extintores	4	120
Televisor Samsung LED 50"	1	980
TOTAL MAQUINARIA		40527,78
TOTAL ACTIVOS FIJOS		44822,98

Fuentes de Financiamiento*

Fuente	Ministerio de Turismo
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> - Contar con una idea de negocio o proyecto turístico (sea nuevo, para ampliación o mejoras de uno existente). - Acercarse a la oficina más cercana a su localidad del Ministerio de Turismo para mantener una primera entrevista de asesoramiento para la estructuración de su proyecto y la inscripción en el programa.
Beneficios	<ul style="list-style-type: none"> - Acceso a información técnica generada por el Ministerio de Turismo que le guiarán y propiciarán el éxito de su emprendimiento. - Asistencia técnica para la generación y evaluación de ideas de negocios. - Información y asistencia técnica para la elaboración de proyectos turísticos de inversión privada acorde a los formatos para la obtención del crédito. - Acceso al Programa Nacional de Capacitación Turística del Ministerio de Turismo al componente de Negocios Turísticos Productivos. - Facilidades y apoyo para el acceso a crédito a largo plazo, con períodos de gracia, tasas de interés preferenciales, tanto para activos fijos y capital de trabajo a través de la banca pública. - Asistencia en los trámites de registro en el Ministerio de Turismo.

Monto Aproximado	Asociativos (Mín. 3.) Durante 5 años Desde USD 100,00 Hasta USD 300.000,00
Fuente	Corporación Financiera Nacional (CFN)
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> • Solicitud de crédito • Hoja de vida del solicitante y de ser el caso, del administrador del negocio (experiencia sobre manejo) • Copia de la declaración de impuesto a la renta de los 3 últimos años • Copia de las últimas 12 declaraciones del IVA (Impuesto al Valor Agregado) • Certificado de no mantener obligaciones pendientes con el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social) de ser el caso • Plan de Inversiones • Flujo de caja del negocio (proyectado al tiempo que el crédito) • Referencias personales, comerciales y bancarias • Al menos dos copias de cotizaciones (proformas) de las inversiones a realizar • Perfil del negocio impreso para proyectos menores a USD 1'500.000,00 • Para proyectos nuevos mayores a USD 1'500.000,00 presentar un proyecto de factibilidad que justifique la viabilidad del mismo mediante un estudio de

	<p>mercado, técnico y financiero</p> <ul style="list-style-type: none"> • Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen, como bienes inmuebles, por ejemplo: Terrenos, edificios, casas, bodegas, etc. • Certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías (Solo personas jurídicas) • Declaración notariada y juramentada sobre vinculaciones por propiedad o por gestión, hasta 4to.grado de consanguinidad y 2do.de afinidad con funcionarios de la CFN, suscrita por el solicitante o representante legal • Certificado vigente de la Superintendencia de Compañías sobre conformación de accionistas (Solo personas jurídicas). • Planos de construcción y permisos de funcionamiento, en el caso de obras civiles.
<p>Beneficios</p>	<p>Como banca pública de desarrollo y empresarial financiamos proyectos productivos innovadores de inversión turística que sean económicamente rentables, socialmente incluyentes y ambientalmente responsables, de gran impacto y que provoquen una cadena de valor en los territorios, así como también estimular proyectos de inversión turística que promueva el mejoramiento continuo del funcionamiento de los negocios turísticos existentes, esto es,</p>

	<p>adecuaciones, renovaciones de las instalaciones y nuevos equipamientos que contribuyan a aumentar la calidad de la oferta existente y la modernización de sus establecimientos.</p>
Monto Aproximado	<ul style="list-style-type: none"> • Desde USD 50.000,00 (La amortización se traduce en pagos mensuales, trimestrales o semestrales de acuerdo al flujo de caja). • Máximo a financiar por parte de CFN (en porcentajes de la inversión total), dependiendo del nivel de riesgo del sector. <ul style="list-style-type: none"> a. Para proyectos nuevos hasta un 70% b. Para proyectos en marcha hasta un 100% • Activo Fijo: hasta 10 años en función del Flujo de Caja • Capital de trabajo: Hasta 3 años en función del Flujo de Caja

*Debido al considerable monto de inversión, tanto para la construcción e implementación del Restaurante Temático cultural “La Tulpa Zuleteña”, se acuerda establecer a tres personas mínimas como socias del nuevo emprendimiento, dejando la posibilidad de establecer alianzas entre grupos de inversión. ** Se puede agregar otras posibles fuentes de financiamiento sea de orden privado, público o municipal, e inclusive en organismos internacionales (ONG’S)

Distribución De Espacios

a. Zona de Eventos



Espacio para eventos culturales, este espacio se podría adecuar para eventos de danza, música demostración de Medicina Natural, Shamanismo, Juegos Tradicionales, dependiendo a la organización de los días estos eventos se los realizaría los fines de semana

(Sábados y Domingos).

b. Información y recepción

Este sitio estará de uso exclusivo en atención al cliente. En él se brindara información sobre el lugar y la comunidad en sí, en el ámbito administrativo es donde se realizara el manejo general del restaurante.

c. Sala de Uso múltiple



En este espacio es el que más se pondrá mayor atención, será una fuente de publicidad. Se presentara fotografías de la vida cotidiana de la comunidad de Zuleta sus costumbres y tradiciones, las mismas que se deberán alternar con exposiciones de pintura relacionadas al diario convivir indígena.

Con respecto a las artesanías, están deberán elaborarse por habitantes de la comunidad y será una ayuda para difundir su cultura. Esta estrategia se enmarca en la colaboración entre una empresa privada y la comunidad. De igual forma podrá establecerse como un espacio de dedicadas capacitaciones artesanales propias de la zona.

d. Aérea aire libre

Con capacidad para 20 personas, los comensales podrán disfrutar de un paisaje de la comunidad y sumado a esto exposición de pinturas de sentido indigenista.

e. Restaurante

Con capacidad para 120 comensales, En este espacio se atenderá en 20 mesas, dos con capacidad de 8 cada una, y 18 mesas para 4 personas.



f. Cocina

Contará con equipamiento de línea blanca básica, utensilios de cocina y necesaria, la cocina será adecuada para preparación alimentos en gran cantidad.



g. Servicios sanitarios



Existirán 2 servicios sanitarios dos de uso exclusivo para las mujeres y dos para los hombres

h. Despensa y Bodega

Bodega: este espacio se podrá almacenar los alimentos, no se será de medidas grandes pero podrá separar y guardas según sea su prioridad, puede ser también usado como sitio en el cual los empleados pueden reunirse al cambio de uniforme.



Despensa: exclusivamente para el almacenamiento seguro de alimentos.

i. Área juegos infantiles

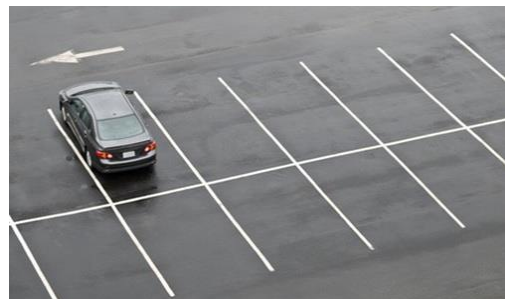
Donde los niños puedan distraerse y sobre todo disfrutar de la naturaleza existen en la comunidad.



j. Estacionamiento

Tiene una capacidad para 15 vehículos, y dos buses de 34 pasajeros.

Acceso al Restaurante



Trasporte privado:

El camino Ibarra Zuleta es de tercer orden empedrado, el tiempo de llegada aproximada es de 45 minutos.



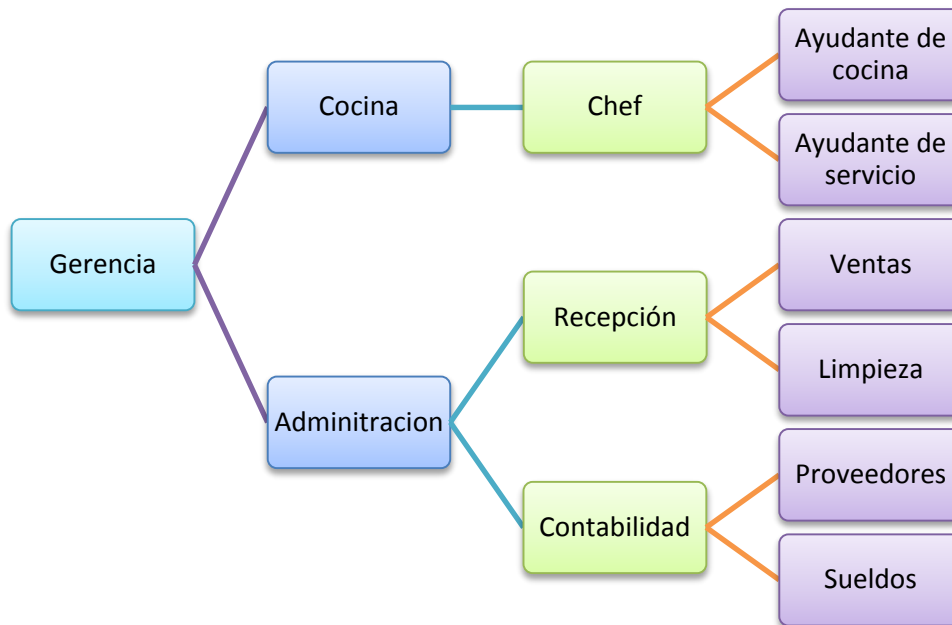
Transporte Público

Existen dos líneas de buses: Transportes la Esperanza y Transportes Cayambe. La primera con la ruta: Ibarra – la Esperanza- Zuleta, y la segunda: Ibarra. La esperanza- Zuleta –Olmedo.



El tiempo de llegada aproximado es de 55 minutos en las dos rutas. En la actualidad esta carretera se encuentra en mantenimiento, en el cambio de empedrado por asfaltado lo que podría reducir el tiempo de llegada.

El Personal Y Sus Funciones (Organigrama)



Gerente General.

Es el responsable de planificar, coordinar y supervisar todas las actividades relacionadas con el restaurante las funciones de él son las siguientes:

- Supervisar la calidad de servicio de los alimentos y bebidas y de la producción.
- Verifica y aprueba las compras a realizar.
- Revisa los costos y producción de comida.
- Se ocupa de las reposiciones de cristalería y platería a base de los inventarios.
- Controla y ordena la ejecución de inventarios.
- Planifica los menús y cartas que se ofrecen en el restaurante.
- Coordina y supervisa los eventos especiales que se realicen en el restaurante.

- Verifica el cumplimiento de las normas de seguridad e higiene.
- Verifica los análisis de cálculo de recetas y de pesos o piezas.

Funciones

- En una coordinación con el contador y el chef, planean la elaboración y revisión del presupuesto de ingresos y egresos.
- Elabora anualmente el plan de acción de los líderes de cada área del restaurante y la revisión trimestral del plan.
- Elabora Programas de remodelación en coordinación con los líderes encargados de cada área.
- Elabora y revisa periódicamente el organigrama del restaurante.
- Organiza Juntas
- Establece metas y estándares de servicio principalmente en lo referente a satisfacción del cliente.
- Implanta políticas de operación
- Analiza y modifica precios de alimentos y bebidas
- Analiza inventarios de material y equipo
- Selecciona a los líderes de cada área
- Autoriza reembolsos de Caja Chica
- Autoriza descuentos y cortesías
- Autoriza gastos especiales no presupuestados
- Firma contratos a nombre del restaurante
- Visita agencia de Viajes, compañías públicas y privadas, para promover el restaurante.

Chef

Es el responsable de las actividades relacionadas con la producción de los alimentos. Organiza, coordina y supervisa el desarrollo el trabajo en la

cocina, para lo cual debe velar por el buen desempeño del personal a su cargo, así como también:

- Controla el estado de los refrigeradores y neveras, así como los productos que son almacenados.
- Programa con el gerente general lo menús.
- Es el responsable de la calidad, cantidad y economía de la producción de los alimentos.

Ayudante de cocina.

La función como ayudante de cocina es muy importante para el éxito. Se le capacitará intensivamente sobre la forma de realizar su trabajo. Su velocidad y eficiencia son imperativas para el funcionamiento sin inconvenientes de la cocina. Las responsabilidades y lineamientos son:

- Siempre llegar al trabajo con el uniforme limpio.
- Verificar las tareas del día revisando la lista de preparación.
- Organizar y planificar el día antes de empezar.
- Siempre seguir las prácticas seguras de manejo de los alimentos.
- Limpia el área de trabajo con solución desinfectante.
- Organízate – reúne tus herramientas incluso tu tabla de cortar, escala, cuchillos, cacerolas, objetos de medición, etc.
- Revisa la Lista de preparación, determina qué productos son necesarios abrir.
- Comienza a trabajar en los ítems de la Lista de Preparación.
- No trabajes en demasiados ítems al mismo tiempo. Límitate a 2 productos por vez.

Ayudante de servicio.

Es el responsable de la organización, desarrollo y control de todas las actividades inherentes al servicio brindado al cliente, por ello, debe prestar sumo cuidado a las exigencias de los comensales y en todo momento satisfacer de manera adecuada sus solicitudes así como:

- Supervisar la higiene y prestación y entrada al personal a su cargo
- Recibe y acompaña personalmente a los clientes a su mesa.
- Supervisa los inventarios, controla el mobiliario y el material de servicio.

Recepción

La recepcionista es la cara amable del restaurante, quien se encarga de informar a los clientes, les asigna mesa, organiza y cobra el importe de las facturas.

Perfil del recepcionista

- Capacidad de planeación: la persona encargada de la recepción debe tener la capacidad de planear, coordinar y organizar cualquier eventualidad que se presente.
- Visión: tener una mirada global del funcionamiento del restaurante, buscando constantemente su mejoramiento y progreso, con una firme mirada hacia el futuro.
- Trabajo en equipo: es una de las características más importantes que se debe destacar, ya que se requiere de un constante trabajo en equipo.

- Capacidad de resolver imprevistos: brindar soluciones oportunas e inmediatas a aquellos imprevistos que se presenten en cualquier área.
- Manejo de servicio al cliente: el departamento de recepción debe ser sinónimo de amabilidad y buen servicio, ya que representa la primera impresión que el cliente se lleve.

Funciones:

- Recibir a los clientes
- Vender.
- Brindar información general del restaurante.
- Llevar el control de entrada y salida de turistas.
- Registrar e informar sobre las reservas hechas en su turno de trabajo.
- Hacer las facturas de venta.

Contadora.

- Clasificar, registrar, analizar e interpretar la información financiera de conformidad con el plan de cuentas establecido para Fondos de Empleados.
- Llevar los libros mayores de acuerdo con la técnica contable y los auxiliares necesarios.
- Preparar y presentar informes sobre la situación financiera.
- Preparar y presentar las declaraciones tributarias del orden municipal y nacional
- Preparar y certificar los estados financieros de fin de ejercicio con sus correspondientes notas, de conformidad con lo establecido en las normas vigentes.

El organigrama se lo ha elaborado con el objetivo de que sirva a los miembros de la organización como instrumento de análisis y poder detectar fallas estructurales, ya que representa gráficamente las unidades y relaciones y estas se pueden observar en cualquier unidad o relación que corresponda con el tipo de actividad, función o autoridad que desempeña la unidad en sí y detectar el fallo del departamento. A través de análisis periódicos de los organigramas actualizados se podrá detectar cuando el espacio de control de una unidad excede a su capacidad o nivel y en cualquier de estos casos recomendar la modificación de la estructura.

Horario de Atención



Días	
Lunes:	NO HAY ATENCIÓN
Martes:	09:00 - 18:00
Miércoles:	09:00 - 18:00
Jueves:	09:00 - 18:00
Viernes	09:00 - 18:00
Sábado:	09:00 - 20:00
Domingo:	09:00 - 19:00
Feriados:	09:00 - 20:00

6.7.4. Estrategias de Marketing

Para la correcta difusión de un producto turístico se debe establecer un plan de publicidad con estrategias adecuadas, las mismas que deben estar enfocadas al aprovechamiento máximo de lo que se puede ofrecer, sin dejar a un lado la veracidad de la oferta.

En el campo turístico las estrategias de marketing se establecen como un principal punto de venta del producto hacia el potencial público.

6.7.4.1. Planteamiento de Estrategias 4'ps

Producto

Ofertaremos un Restaurante Temático cultural que identifica, rescata y valoriza las manifestaciones culturales de la comunidad de Zuleta, beneficiando en el ámbito turístico a toda la comunidad en general.

	Capacidad	Detalle
Restaurante	120 personas	Plato típico, platos a la carta y el menú diario.
Sala de exposiciones	25 personas	Capacitaciones en bordados, proyección de documentales, actividades comunitarias.
Areaala aire libre	18 personas	Puede disfrutar del paisaje y de exposiciones de pintura.

Zona de juegos	25 niños	Distracción infantil
parqueadero	15 vehículos	Seguridad Privada.

Menú

La Pulpa Zulatana

Menú

Entradas

- Empanadas de mocheño
- Empanadas de queso
- Mote con chicharos y quinchoños
- Sopa chaucha en salsa de queso





Sopas y Caldos

- Aguacero
- Caldo de papa
- Sopas con queso
- Caldo de gallina
- Caldo de queso

Plato Típico

Mote con papa acompañado de salsa de maní, mote y queso emmental



La Tulpas Zulatana

Carnes

- Lomo saltado
- Lomo asado
- Lomo con menestra
- Chuleta de cerdo con menestra
- Churrasco
- Apanado
- Seco de Chino
- Seco de gallina



Postres

- Dulces con crema
- Dulzinas con crema

Bebidas

- Jugos naturales
- Jama Limonada
- Jama de Chicha
- Gaseosa
- Cerveza



Precio

En si el precio será dependiendo del menú que desee el cliente, pues no existe el costo de ingreso, porque ni por ningún servicio agregado, buscando en si lo más aceptable posible para la demanda.

La sala de Exposiciones de manera particular en el caso de brindar actividades comunitarias se observará su beneficio a la comunidad y su costo el mínimo posible.

Precio de Menú

Nombre del plato	Precio del Plato	12% IVA	10% Servicio	Precio Final del plato
Entradas				
Empanadas de Morocho	1,52	0,18	0,15	1,85
Empanadas de queso	0,90	0,11	0,09	1,10
Mote con chicharon	1,56	0,19	0,16	1,90
Quimbolitos	1,07	0,13	0,11	1,31
Papa Chaucha en salsa de queso	1,72	0,21	0,17	2,10
Sopas y Caldos				
Yahuarlocro	3,86	0,46	0,39	4,71
Caldo de pata	3,52	0,42	0,35	4,29
Papas con cuero	3,61	0,43	0,36	4,40
Caldo de gallina	2,33	0,28	0,23	2,84
Locro de cuero	3,03	0,36	0,30	3,70
Plato Tipico	9,51	1,14	0,95	11,60
Plato Fuertes				
Lomo Salteado	4,63	0,56	0,46	5,65

Lomo Asado	4,22	0,51	0,42	5,15
Lomo con menestra	4,42	0,53	0,44	5,39
Chuleta de cerdo con menestra	4,84	0,58	0,48	5,90
Churrasco	4,84	0,58	0,48	5,90
Apanado	4,84	0,58	0,48	5,90
Seco de chivo	4,26	0,51	0,43	5,20
Seco de Gallina	3,81	0,46	0,38	4,65
Postres				
Frutillas con crema	2,34	0,28	0,234	2,85
Duraznos con crema	2,21	0,27	0,221	2,70
Bebidas				
Agua Mineral	0,90	0,11	0,09	1,10
Jugos Naturales	1,20	0,14	0,12	1,46
Jarra de limonada	2,46	0,30	0,25	3,00
Jarra de Chicha	2,50	0,30	0,25	3,05
Gaseosa	1,20	0,14	0,12	1,46
Cerveza	1,52	0,18	0,15	1,85
Aromáticas	0,90	0,11	0,09	1,10
Café expreso	1,07	0,13	0,11	1,31
Capuccino	1,31	0,16	0,13	1,60
Mocaccino	1,31	0,16	0,13	1,60

Plaza o Distribución

Medio	Nombre	Estrategias	Objetivo	Expectativa
Radio	Radios	Colocar spots radiales en horario acorde al nivel de público meta durante todos los días del año	Posicionarnos como uno de los principales productos turísticos de la región.	A través de este medio se podrá llegar a zonas fuera de nuestra provincia, cumpliendo así la difusión del producto.
Televisión	UTV y TVN	A través de comerciales televisivos se podrá mostrar el restaurante e, esto durante todo el año.	Llegar a todo tipo de público	La televisión logra que todo tipo de público conozca del producto.
Publicidad Impresa	Distribución de papelería	Elaborar trípticos, folletos, tarjetas y otros. Los mismos que serán	Alcanzar todo público sean turistas, nacionales, extranjeros, y locales, de esto igualmente pueden ser	Es una forma más directa de conexión con la demanda ya que podremos asegurarnos que recibieron la publicidad.

	publicitaria	distribuidos en eventos y lugares propicios para su distribución.	estudiantes, y otros.	
Internet	Página web	Diseñar un sitio web en donde sea un vínculo directo entre el turista y el producto turístico.	Esto está dirigido para un mercado extranjero en su mayoría.	Lograr un contacto real y magnificar el producto turístico con respecto a su difusión.
	Redes sociales	Diseñar páginas en Facebook, Twiter, Yahoo, Outlook y otras. que sean novedosas y siempre actualizadas	Dirigido a un público en su mayora joven.	Que nuestro restaurante sea un punto de encuentro entre la juventud con la comunidad.
+Publicidad en carretera	Banners, carteleras.	Crear carteleras las que llamen la atención al conducto o sus pasajeros.	Dirigido a todo tipo de público	Que nuestro restaurante sea reconocido por imágenes.

Promoción

ESTRATEGIAS

Crear ofertas como el 2 x1, o un segundo plato a mitad de precio, o por temporada.

Colocar anuncios publicitarios en vehículos de la empresa, o transporte público.

Auspiciar algún evento de masiva concurrencia

Participar en ferias Turísticas

Organizar sorteos o concursos entre nuestros comensales.

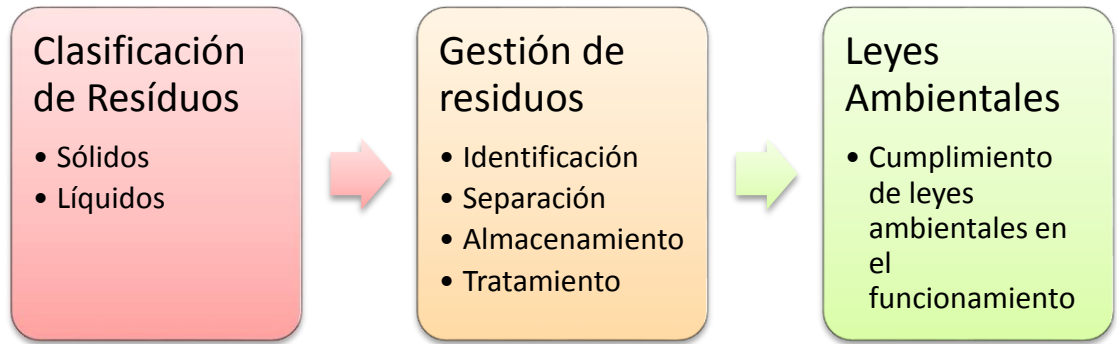
Ofrecer cupones de descuentos

Organizar eventos o actividades

6.8. Manejo de Residuos

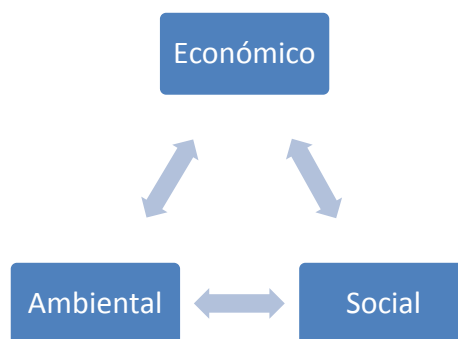
Debido a necesidad real de ofrecer un proyecto consiente con el medio ambiente, se establece aplicar un plan de manejo ambiental el mismo que deberá estar acorde a las necesidades que generará el nuevo emprendimiento.

El Plan de Manejo Ambiental se caracterizará por establecer clasificaciones, impactos y soluciones de los desechos generados por el restaurante una vez que entre en funcionamiento y de ser conveniente desde su construcción.



6.8.1. Sustentabilidad del nuevo emprendimiento

El restaurante “La Tulpa Zuleteña” se enmarca en una definición sustentable, basado en tres ejes importantes como: social ambiental y económico, tomándose en cuenta desde la contratación de mano de obra hasta la operatividad de un plan ambiental.



Practicas sustentables

1. Energía eléctrica. La correcta utilización de la energía podrá reducirse el valor de la misma. Se establecerá acciones para consumir la energía que realmente sea necesaria tanto para la iluminación y mantenimiento de los alimentos, revisando constantemente las instalaciones eléctricas para evitar cualquier tipo de contratiempo.
2. Agua. El Uso responsable y no desmedido del líquido vital, evitar fugas y de ser consciente de su reutilización.
3. Construcción y ubicación. Utilización de materiales ecológicos que minimicen la contaminación del medio ambiente, aprovechar la luz natural para gastar menos luz.
4. Inmobiliaria. Debes estar acordes al entorno comunitario que estamos promocionando, los mismos que deben ser de material que no afecte al medio ambiente..
5. Uso de productos químicos. Evitar productos de limpieza que dañan el medio ambiente y contaminan el agua así como los pesticidas no tóxicos.
6. Residuos y reciclaje. Recolectar los residuos por separado y reciclar todo el material que sea posible para que no llegue tanta basura a los vertederos.
7. Capacitación. Instruir a los empleados sobre la importancia de la sustentabilidad, las normas y políticas a seguir dentro del restaurante.
8. Información. Desde la filosofía agrícola a las características específicas de las operaciones del restaurante, el número de recursos para las cuestiones ecológicas y prácticas comunes.

6.9. Socialización con la comunidad

La propuesta se socializó en la comunidad, a través de un Taller, en el que participaron sus principales personeros y directivos, en número de 15. Luego de expuesto el proyecto se recabaron las opiniones de los participantes mediante una pequeña encuesta. Los resultados se exponen a continuación:

Encuesta participantes del taller

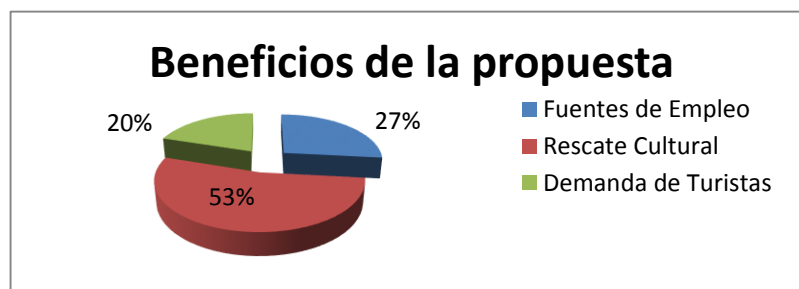
1. ¿Qué beneficios cree usted generaría esta propuesta para la comunidad de Zuleta?

Tabla 32 Beneficios

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Fuentes de Empleo	4	26,67
Rescate Cultural	8	53,33
Demanda de Turistas	3	20
Total	15	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 28



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis:

Del 100% de las personas que fueron encuestadas con un 53% dicen que la creación de un restaurante Cultural en Zuleta tendría un gran beneficio como un rescate Cultural y donde ya no exista una pérdida sustancial de sus costumbres y tradiciones, así como el 27% esta propuesta generaría fuentes de empleo para la comunidad y por ende ingresos económicos para las familias, con un 20% opinan que existiría una demanda de Turistas ya que llamaría la atención y sobre todo la propuesta da para conocer más sobre la cultura de Zuleta y es lo que les agrada a los Turistas tanto extranjeros como Nacionales.

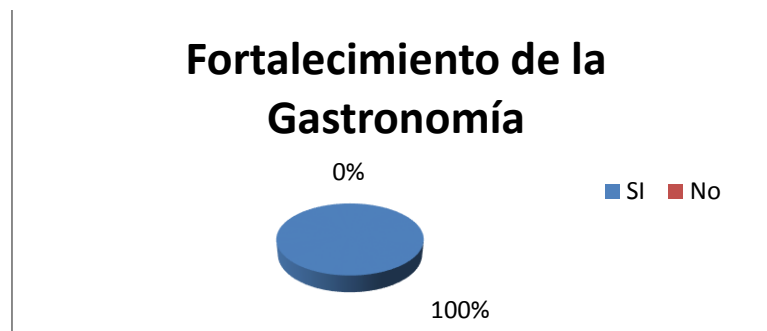
2. ¿Con la implementación de esta propuesta usted piensa que se fortalecerá la riqueza gastronómica de la comunidad?

Tabla 33 Fortalecimiento

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	15	100
No	0	0
TOTAL	15	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 29



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis:

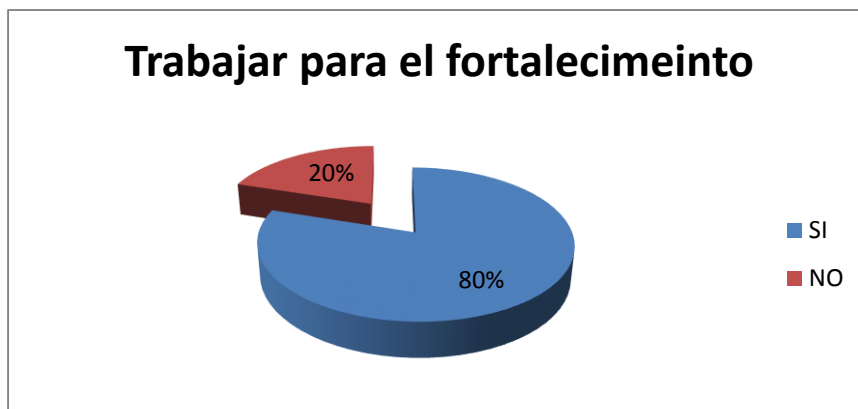
Del 100% de las personas que han sido encuestadas todos opinan que la creación del Restaurante Temático Cultural fortalecería la riqueza gastronómica que posee la comunidad y esta no se perdería con el pasar de los años.

3. ¿Estaría de acuerdo en trabajar para el fortalecimiento de esta propuesta?

Tabla 34 Fortalecimiento

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	12	80
NO	3	20
Total	15	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis:

El 100% de las personas que fueron encuestadas, un 80% nos indica que si estaría dispuesto en trabajar por el fortalecimiento de esta propuesta, ya que se basa en el rescate de sus tradiciones y costumbres, y un 20% indica que no ya que ellos tienen otras ocupaciones y nos les daría tiempo para trabajar en esta propuesta aunque si apoyarían para un rescate cultural.

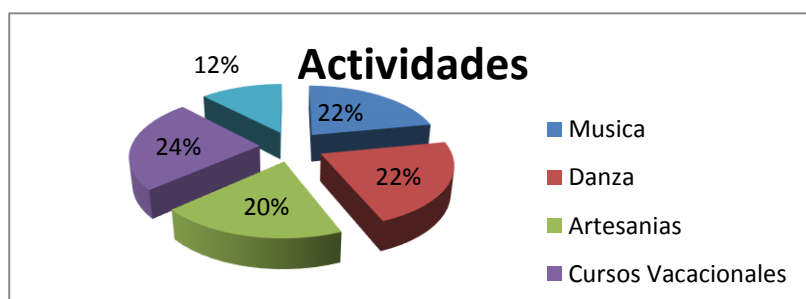
4. ¿Qué actividades alternativas usted cree se debería implementar en esta propuesta?

Tabla 35 Actividades Alternativas

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Música	9	21,95
Danza	9	21,95
Artesanías	8	19,51
Cursos Vacacionales	10	24,39
Juegos Tradicionales	5	12,20
Total	41	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Gráfico 30



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis:

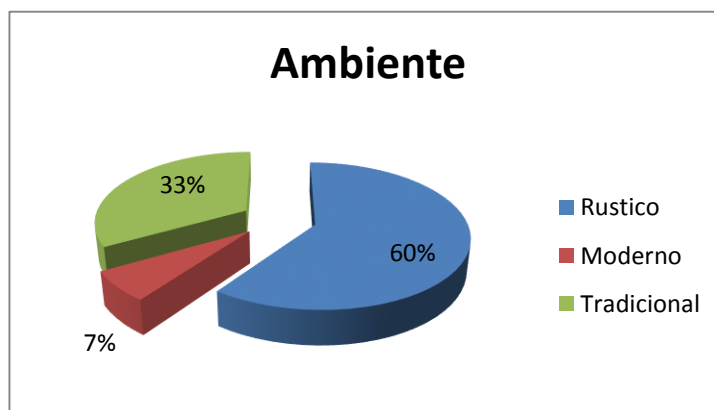
Del 100% de las personas que fueron encuestadas un 24% opina que se debería realizar en esta propuesta cursos vacacionales como por ejemplo como realizar el bordado, o actividades recreativas para los jóvenes y por ende esto se siga manteniendo de generación en generación, con un 22% dicen que se debería implementar la música y danza para que exista un mejor ambiente en el restaurante, un 20% en cambio dice que debería existir un área que exista las artesanía de los bordados y también la venta como se lo realiza en las feria cada 15 días, y apenas un 12% dicen que sería importante la implementación de los Juegos Tradicionales.

5. ¿Elija el tipo de ambiente que sea de su agrado (ordene en la escala del 1 al 3 siendo 1 el que más le agrada y 3 el de menor agrado)

Tabla 36 Ambientes

VARIABLE	FRECUENCIA	%
Rustico	9	60
Moderno	1	6,67
Tradicional	5	33,33
Total	15	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis:

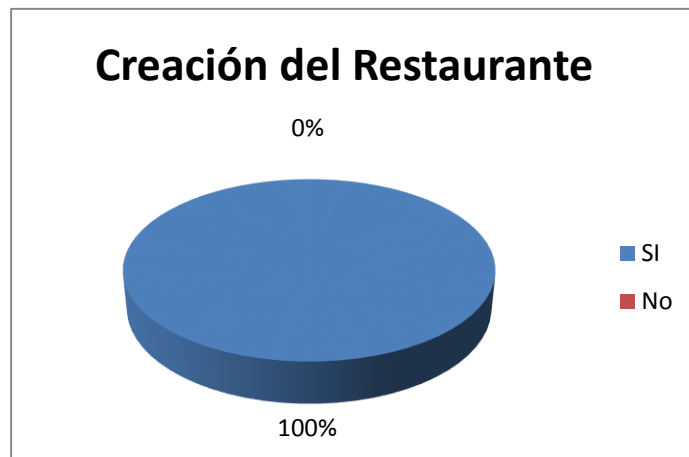
De acuerdo a las personas que fueron encuestadas de un 100% el 60% no indica que el ambiente más apropiado para el restaurante cultural sería rústico ya que llamaría más la atención de los visitantes, un 33% en cambio opina que el ambiente sería tradicional y apenas un 7% nos indica que el restaurante cultural debería ser moderno.

6. ¿Está de acuerdo en la creación de un restaurante temático cultural que rescate las costumbres y tradiciones de Zuleta?

Gráfico 31 Está de Acuerdo

VARIABLE	FRECUENCIA	%
SI	15	100
No	0	0
Total	15	100

Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E



Fuente: Estudio de Campo 2013; Elaborado por Bolagay C, Velásquez E.

Análisis:

Del 100% de las personas que fueron encuestadas opinan que se debería crear el restaurante ya que esto fortalecería el rescate y sobre todo aun seguirían conservando sus costumbres y tradiciones y sobre todo los jóvenes e igual aprenderían a valorar su cultura, lo más importante es que este proyecto sirva para el crecimiento de la comunidad.

Conclusiones del Taller

Respeto a la investigación que hemos realizado podemos llegar a darnos cuenta que la gente piensa que este proyecto beneficiaría de una forma cultural ya que ayudaría al rescate de las costumbres de la comunidad y sobre todo a mantener para las próximas generaciones así como una fuente de empleo y por ende un crecimiento a nivel económico para Zuleta, e igualmente fortalecería la parte gastronómica ya que se basaría específicamente de su plato típico ya que los comuneros estarían dispuestos a colaborar en este proyecto, además dicen que sería muy importante que este lugar se dicten cursos vacacionales, y el restaurante tenga un diseño tradicional.

6.10. Impactos

Impacto social

El proyecto tiene como finalidad ayudar con el rescate y desarrollo del valor cultural existente en la comunidad Zuleta, forjando fuentes de ingresos que ayude al mejoramiento de la calidad de vida de las personas, así mismo con la conformación de grupos de jóvenes quienes serán parte activa en las diferentes gestiones encaminadas a realizar actividades culturales.

Impacto Cultural

El proyecto está orientado exclusivamente al rescate y revalorización de la comunidad de Zuleta, a través de una ventana turística como lo es el restaurante, de igual manera puede sumarse capacitaciones con temas relacionados al rescate cultural, consiguiendo así un cambio en la mentalidad de los moradores.

Impacto Turístico

El sector turístico tiene diferentes campos, uno de los más importantes es el turismo cultural, al realizar esta actividad los principales beneficiarios serán los pobladores del lugar, esta actividad debe ser realizada con una mentalidad de conservación y respeto hacia la madre naturaleza; muy anhelada por los turistas nacionales y en especial por los extranjeros. La Comunidad Zuleta tiene como meta convertirse en un destino muy solicitado en el mercado turístico.

Impacto Educativo-Ambiental

Las instituciones educativas serán parte fundamental en la vinculación con el restaurante, ya que se realizará diferentes demostraciones relacionadas con la concienciación ambiental y cultural, con esta actividad los niños de la comunidad crecerán con la mentalidad de conservación y conexión con la Paccha Mama (madre naturaleza).

7. BIBLIOGRAFÍA

- AMODIO Emmanuel. (1988) "Cultura" UNESCO, Santiago de Chile.
- ALULEMA DÍAZ, Carlos, "Lugar Natal de Otavalo para Otavalo", CCE-I, 1995.
- ANDRADE GALINDO, Luis, "Lo Sensible del Terruño – Hitos de la Ibarreñidad", mayo del 2004.
- ARIAS Patricio (2002) "Guía Etnográfica" Ediciones AbyaYala Quito-Ecuador.
- AYALA MORA Enrique, Nueva Historia del Ecuador Volumen 2, Editorial Nacional 1990.
- BARRIGA Franklin "Las Culturas Indígenas Ecuatorianas y el Instituto L.V. Quito - Ecuador.
- BENÍTEZ Lilian, GARCES Alicia " Culturas Ecuatorianas de Ayer y Hoy" Ediciones Abya - yala, Quito – Ecuador.1990
- BIGNE Enrique, Font Aulet Xavier, Andrade Luisa, Marketing de Destino Turístico, Análisis y Estrategia de Desarrollo.
- CAILLAVET Chantal, Etnia dl Norte, ethnohistoria e historia del Ecuador, casa de Velásquez 2000.
- CAMPOS Luís, "Antropología" COTACACHI Cesar. (2000) "Ñawpa Pacha" CEPCU, Quito - Ecuador.
- FLORES German, "Apuntes de la historia de la cultura" Editorial CEC,SA, Caracas 1071-A Venezuela 2007.
- GRAZIANO GASPARINI – Luise Margoli es Arquitectura inka Centro de Investigaciones Históricas y Estéticas Facultad de Arquitectura y Urbanismo Universidad Central de Venezuela Caracas, 1977
- GOMEZ Miguel Ángel, MODEJAR Juan Antonio, SEVILLA Sevilla Claudia, Gestión del Turismo Cultural, Colecciones Humanidades 2000.

- HARO, Carmen. Directora de Investigación del Museo de las Culturas Cotacachi Entrevista realizada en octubre de 2009
- INEC, 2010. Censo poblacional y vivienda Ecuador.
- JARAMILLO CISNEROS, Hernán, “Ambuquí – Notas para una Monografía”, CCE –I, Colección Tahuando, 1998.
- HEMMING, John & RANNEY Edward Monuments of the Incas University of New Mexico Press Iburquerque, 1982
- JORNADAS DE TURISMO UNIVERSIDAD DE HUELVA (2005); hace referencia a la definición que expone La Asociación Internacional de Expertos Científicos en Turismo (AIEST) (2003).
- MAKARIOS Atahualpa. (1999) “Los Hijos de la Tierra” Editorial Tierra Nueva, Quito – Ecuador.
- MERA, Fernando (1996), “LECCIONES SOBRE EL TURISMO PARA EL ESTUDIANTE ECUATORIANO” 1ra Edición, EDITORIAL, CULTURALES UNP S.A. Quito – Ecuador.
- MINTUR 2004. Metodología para inventarios de Atractivos Turísticos de Gerencia Nacional de Recursos Turísticos.
- MINTUR, Ministerio de Turismo del Ecuador. Manual Corporativo de Señalización Turística. Quito, 2007
- MOLINA, Sergio (1998), “TURISMO Y ECOLOGÍA” 6ta Edición, EDITORIAL. SÍNTESIS S.A., Madrid – España.
- MOLINA, Sergio, Rodríguez, Sergio (2002), “PLANIFICACIÓN INTEGRAL DEL TURISMO” 1ra Edición, EDITORIAL TRILLAS México – México
- MORA NARVÁEZ, Cecilia (2009), “Imbabura Tierra Preciosa” Segunda Edición.
- MORA NARVÁEZ, Cecilia (2005), “Imbabura Tierra Preciosa” Primera Edición.
- MOYA Alba. (2000), “Ethnos” proyecto EBI, Quito - Ecuador.

- OÑA VILLARREAL, Humberto y RÚALES Ketty, “ Historia y Geografía de la Provincia de Imbabura”, Editorial del Pacífico, 1988.
- OBANDO Segundo, “Tradiciones de Zuleta, Imbabura” Editorial Quito : ABYA-YALA 1984.
- RAYMOND, Williams. (1994), “Sociología de la Cultura” Ediciones Paidós. Barcelona – España.
- RODRÍGUEZ, Dávila Luis Humberto, Monografía del cantón Otavalo, Editorial Gallocopita
- TENTORI Tulio, (1981). “Antropología Cultural” Editorial Herder, Barcelona – España.
- VALDOSPINOS RUBIO, Marcelo, “Imbabura Telúrica”, Instituto Otavaleño de Antropología. 1998.
- VARIOS, “Monografía de Ibarra”, Volumen 1, Grupo “Amigos de Ibarra”, abril de 1995.

ANEXOS

1. CUADRO DE EVALUACIÓN Y JERARQUIZACIÓN DE LOS ATRACTIVOS.

VARIABLE	FACTOR	PUNTOS MAXIMOS
CALIDAD	a) Valor intrínseco	15
	b) Valor extrínseco	15
	c) Entorno	10
	Estado de conservación (y/o organización)	10
		<hr/> 50
APOYO	a) Acceso	10
	b) Servicios	10
	c) Asociación con otros atractivos	5
		<hr/> 25
SIGNIFICADO	a) Local	2
	b) Provincial	4
	c) Nacional	7
	d) Internacional	12
		<hr/> 25
	TOTAL	100

Ministerio de Turismo 2004

2. FICHA DE OBSERVACIÓN

ÁMBITOS	INFORMACIÓN A RECABAR	
Social	Nivel de instrucción	Las personas de la comunidad tienen un nivel primario de un 52% y secundaria 29% y lo que respecta a superior un 19%
	Profesión u ocupación	Se dedican mucho a lo que es la agricultura y sobre todo al bordado las mujeres
	Servicios básicos disponibles	Servicios como luz, agua y teléfono si poseen
	Vivienda	Su vivienda en la actualidad son de bloques y ladrillo
	Salud	Tiene un centro médico para toda la comunidad centro de salud “ Zuleta”
	Medios de Transporte	Los transportes de la cooperativa la Esperanza
	Servicios Sanitarios	Si poseen los servicios sanitarios
Ecológico Territorial	Condiciones ambientales de la zona	Las condiciones es un clima las temperaturas pueden variar entre 70 y 75 grados durante el día con poca humedad. Las noches tienden a enfriarse.

Económico productivo	Actividades económicas	Bordado
	Desarrollo actual del turismo en la zona	En la comunidad existes mucho lo que es el turismo por la hacienda Zuleta y los bordados
	Participación o interés de la población en el desarrollo turístico	Realizando planes de conservación

DATOS GENERALES

Ubicación de la comunidad

PROVINCIA	Imbabura
CANTÓN	Ibarra
PARROQUIA	Angochagua
NOMBRE DE LA COMUNIDAD	Zuleta

OFERTA DE SERVICIOS

1. Identifique el tipo y número de establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad

HOTELES	No existe
MOTELES	No existe
HOSTERÍAS	No existe
HOSPEDAJE COMUNITARIO	8
HOSTALES	No existe
CAMPING	1

2. Identifique el tipo y número de establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad.

RESTAURANTES	No existe
BARES	No existe
CAFETERÍAS	No existe
CANTINAS	No existe
KIOSKOS DE COMIDA	No existe
COMIDA EN CASAS COMUNITARIAS	2

3. Identifique el tipo y número de establecimientos de esparcimiento existentes en la comunidad.

DISCOTECAS	No existe
INSTALACIONES DEPORTIVAS	2
CINES/ TEATROS	No existe
BINGOS	No existe

4. Identifique el tipo y número de establecimientos de otros servicios existentes en la comunidad.

AGENCIAS DE VIAJE COMUNITARIAS	0
GUÍAS DE TURISMO	Perteneciente a la Hacienda
OPERADORAS	No existen
BANCOS O COOPERATIVAS	No existe
INFORMACIÓN AL TURISTA	No existe
CAJEROS AUTOMÁTICOS	No existe

5. Indique las características de las principales vías de acceso a la comunidad.

PAVIMENTADA	No
ASFALTADA	No
ADOQUINADA	No
EMPEDRADA	Si
LASTRADA	No
SENDERO	No
DE TIERRA	SI

6. Para llegar a la comunidad (o dentro de ella) existe señalización:

a) VIAL

SI	X
NO	

b) TURÍSTICA

SI	
NO	X

7. Realice una descripción del transporte público terrestre que presta servicio a la comunidad.

NOMBRE DE LA COOPERATIVA	TIPO DE TRANSPORTE		Frecuencia de Servicio
	Local	Intercantonal	
La Esperanza	X		Cada Media hora

8. Existe servicio telefónico en la comunidad: Marque con una X

SI	X
NO	

9. Existe señal de servicio telefónico celular en la comunidad

SI	X
NO	

10. En la comunidad existen cibercafés o establecimientos de uso público de Internet

SI	X
NO	

11. Qué tipo de agua se consume

RED PÚBLICA	X
POZO	
RÍO, VERTIENTE, ACEQUIA	
AGUA ENTUBADA	

12. Existe sistema de alcantarillado en la comunidad

SI	X
NO	

13. Cómo elimina la basura la mayoría de la población

CARRO RECOLECTOR	X
SE QUEMA	
SE ENTIERRA	

14. Existen establecimientos de salud en la comunidad

SI	X
NO	

15. Instancias y/o establecimientos de salud que existen: Puede marcar más de una casilla si es necesario

PARTERAS CAPACITADAS	
PARTERAS NO CAPACITADAS	
DISPENSARIO PÚBLICO	
CURANDERO TRADICIONAL	
CONSULTORIO PRIVADO	X
BOTIQUÍN COMUNITARIO	
SUB-CENTRO DE SALUD	X
FARMACIA	X
CENTRO DE SALUD	

16. Existe servicio de energía eléctrica en la comunidad

SI	X
NO	

17. Distancia a la gasolinera más cercana: No existe más que en Ibarra

18. Existen planes de desarrollo en la comunidad.

SI	x
NO	

Si es así, nombre el plan y el año en que se empezó o empezara a ejecutar.

PLAN	AÑO
Un plan de reciclaje	2011
Plan se salvaguardar la comunidad	2012
Plan de rescate de la cultura	2013

19. Qué tipo de organizaciones tiene la comunidad

JUNTA PARROQUIAL	X
COMITÉ DE BARRIO	X
DIRECTIVA COMUNITARIA	X
COMITÉ DE DESARROLLO	
COOPERATIVAS	
ORGANIZACIÓN DE MUJERES	
COMITÉ DE PADRES DE FAMILIA	X
ORGANIZACIONES RELIGIOSAS	
CLUBES	
ASOCIACIONES DE TURISMO	

20. A qué actividades económicas principales se dedica la población

AGRICULTURA, CAZA, AVICULTURA, PESCA, GANADERÍA	x
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y	

CANTERAS	
TRANSPORTE Y COMUNICACIÓN	
ARTESANÍAS	X
COMERCIO	
CONSTRUCCIÓN	

OTRAS ACTIVIDADES NO ESPECIFICADAS Talabartería

21. ¿Cuáles son las tres actividades productivas más rentables de la comunidad?

Nómbrelas.

- a. La elaboración de Bordados
- b. La Agricultura
- c. Las fiestas de San Juan

22. Tipo de empleo turístico

EMPLEOS FORMALES EN TURISMO (PERSONAL CON CONTRATO VERBAL O ESCRITO, ESTABLECIMIENTOS CON DOCUMENTOS EN REGLA)	
EMPLEOS INFORMALES EN TURISMO (VENEDORES INFORMALES, PRESTADORES DE SERVICIOS SIN DOCUMENTOS EN REGLA O SIN PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO)	X

23. Tipo de actividad en la que participa la comunidad: puede marcar más de uno si así fuere el caso.

TRABAJO EN GRUPO	
MINGA	x
ASAMBLEA COMUNITARIA	

24. Destrezas para turismo que posee la comunidad

DESTREZA		Nº DE PERSONAS
INGLÉS		Ninguna
CAPACIDAD O EXPERIENCIA EN GUIANZA		Ninguna
COCINA		Ninguna
CONTABILIDAD / ADMINISTRACIÓN		Ninguna

OTRA quechua

25. El turismo es considerado como un instrumento importante de desarrollo

SI	x
NO	

¿Porque? Porque no existe una actividad turista que llame la atención de Zuleta más la que realiza la hacienda pero es beneficio para ellos mas no para la comunidad

26. ¿La comunidad se dedica a la actividad turística solamente durante temporada alta, en temporada baja se dedica a otras actividades?

SI	x
NO	

¿Porque? Por falta de ingresos y de difusión cultural los demás días se dedican a la agricultura

27. La comunidad rechaza el desarrollo turístico, considera que es peligroso, no cree que solucione sus problemas económicos

SI	
NO	x

¿Porque? Sabe que el turismo es una buena manera para fomentar el empleo y por ende la economía mejore notablemente.

28. Existe demanda turística hacia la comunidad

SI	X
NO	

29. Cuál es la frecuencia de la demanda que posee la comunidad

PERMANENTE (TODO EL AÑO)	
ESTACIONAL (SÓLO POR TEMPORADAS)	
ESPORÁDICA (DE VEZ EN CUANDO)	X
INEXISTENTE	

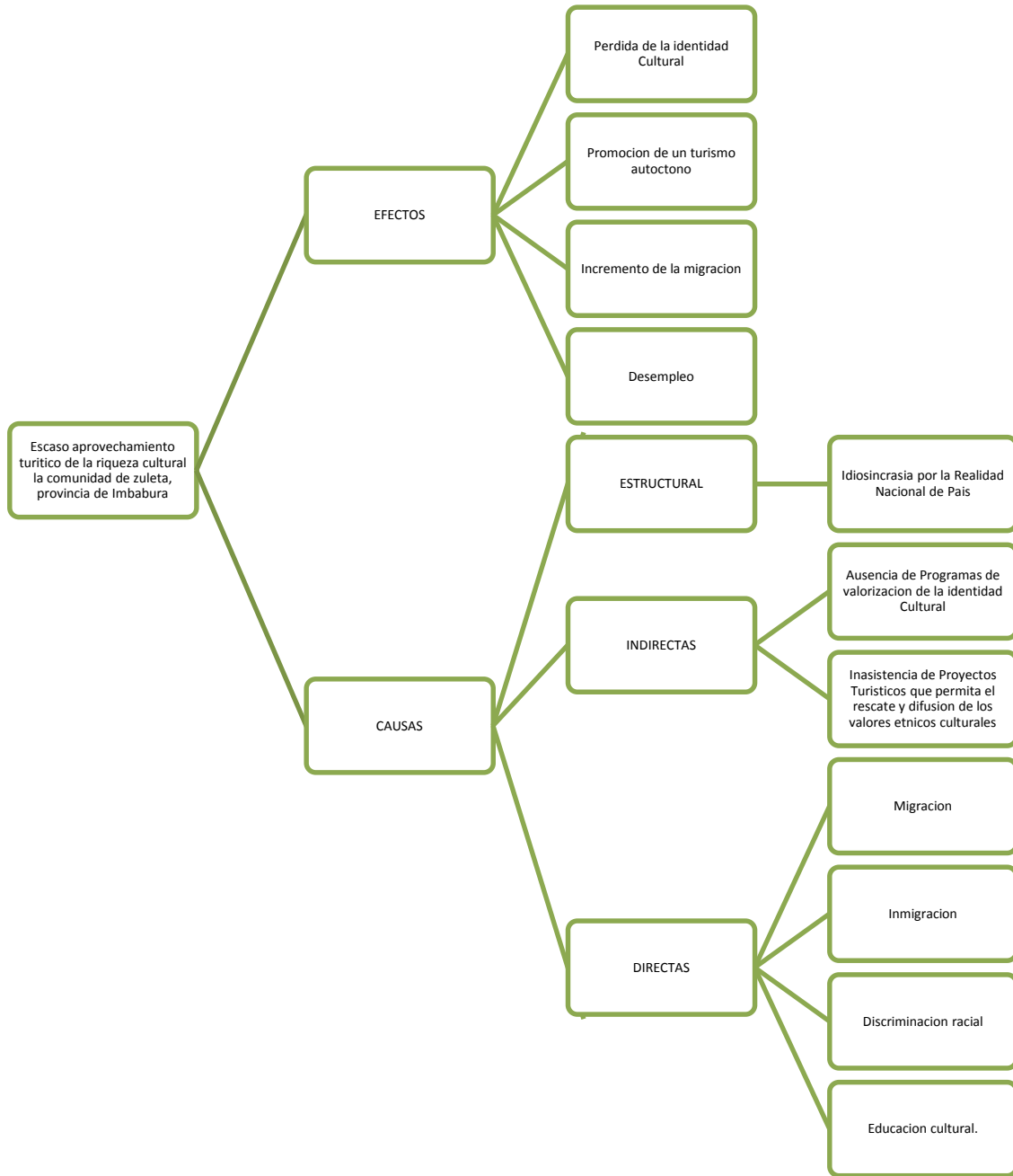
30. Forma de viaje

INDEPENDIENTE	X
ORGANIZADO (PAQUETES, "TOURS")	

31. Tipo de demanda que posee la comunidad

INTERNACIONAL	X
NACIONAL	X
REGIONAL	
TURISTAS	
EXCURSIONISTAS	

3. ÁRBOL DE PROBLEMAS



4. MATRIZ DE COHERENCIA.

<p><u>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</u></p> <p>Escaso aprovechamiento turístico de la riqueza cultural de la comunidad de Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura.</p>	
<p style="text-align: center;"><u>FORMULACIÓN</u></p> <p>¿Cuál es el potencial turístico de la riqueza cultural de la comunidad de Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura</p>	<p style="text-align: center;"><u>OBJETIVO GENERAL (Investigación)</u></p> <p>Investigar el potencial turístico de la riqueza cultural de la comunidad de Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura</p>
<p style="text-align: center;"><u>TITULO DE TRABAJO</u></p> <p>Estudio del potencial turístico de la riqueza cultural de la comunidad de Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura</p>	<p style="text-align: center;"><u>OBJETIVO GENERAL (Propuesta)</u></p> <p>Diseñar un restaurante temático donde se muestre la riqueza cultural de la comunidad de Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura</p>
<p style="text-align: center;"><u>INTERROGANTES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son las costumbres y tradiciones más representativas de la comunidad de Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Prov de Imbabura? • ¿Cómo evaluar el potencial turístico de las costumbres y tradiciones más representativas de la comunidad de Zuleta? • ¿Cómo diseñar una propuesta de difusión del potencial turístico de la riqueza cultural de la de Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui. 	<p style="text-align: center;"><u>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las costumbres y tradiciones más representativas de la comunidad de Zuleta perteneciente al pueblo Caranqui de la Provincia de Imbabura • Evaluar el potencial turístico de las costumbres y tradiciones identificadas más representativas. • Realizar un estudio de mercado para determinar la factibilidad de desarrollar un producto turístico innovador enfocado en el área gastronómica.

5. MODELO DE ENCUESTA A LA COMUNIDAD

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INGENIERÍA EN TURISMO

Introducción:

A continuación le presentamos las siguientes preguntas que tiene como objetivo “**Determinar el potencial turístico de la riqueza cultural de de la comunidad de Zuleta, perteneciente al pueblo Caranqui de la provincia de Imbabura,**” Con la información que se obtenga de esta encuesta, se diseñará una propuesta que se ajuste a los requerimientos demostrados de cada nivel de investigación.

Por favor complete la encuesta cuidadosamente al leerla por completo primero, y luego señale con visto sus respuestas, complete la frase respectiva con una respuesta apropiada en donde sea necesario.

Datos Generales: Sexo: F () M ()

Ocupación/Actividad Principal: Profesional () Agricultor () Emprendedor Turístico () Incapaz de Trabajar () Otros ()

Nivel de Educación: Primaria () Secundaria () Superior ()

Edad: 18-23.... 24-29.... 30-35.... 40-45..... 46+.....

PREGUNTAS DIRIGIDAS A LA COMUNIDAD DE ZULETA

1. ¿Conoce Ud. las manifestaciones culturales de su comunidad?

SI () NO () POCO ()

2. ¿Cree que es importante conocer y rescatar las manifestaciones culturales de la comunidad de Zuleta?

SI () NO ()

PORQUE.....

3. ¿Han mantenido la vestimenta como característica propia de su etnia?

SI () NO () EN PARTE ()

PORQUE.....

4. ¿La Gastronomía se ha mantenido como manifestación cultural de su etnia?

SI () NO () EN PARTE ()

Cuáles platos considera más típicos.

.....
.....

5. ¿Cuál es el ritmo musical que identifica a su etnia y cuáles los instrumentos?

.....

6. ¿Qué fiestas populares se realizan en la actualidad en la comunidad de Zuleta y en que fechas?

.....

7. ¿Cómo es, en la actualidad, el enamoramiento de parejas de la comunidad de Zuleta?

.....

8. ¿Qué ritual utilizan en la actualidad para pedir la mano en la comunidad?

.....

9. De qué manera es la celebración del casamiento en la actualidad en su comunidad.

.....

10. Cree usted que la manera de celebración del velorio en su comunidad ha cambiado a diferencia de años atrás

SI () NO () DESCONOCE ()

PORQUE.....

11. Que ritos se realizan en la actualidad en su comunidad.

Baños de media noche	
Creencias	
Limpieza espiritual	
Sanación del canto	
Ofrendas a la madre tierra	

12. Cree usted que la viviendas han cambiado a diferencia de los tiempos de antes con la actualidad.

SI NO DESCONOCE

PORQUE.....

13. ¿De los Atractivos Turísticos Culturales de la Tabla, cuáles tienen mayor importancia para la comunidad de Zuleta?

ATRACTIVO CULTURAL	MUCHO	POCO	NADA
Fiesta de San Juan			
Bordados			
Talabartería			
Hacienda Zuleta			
Oralidad (Costumbres, Leyendas y Tradiciones)			
Otros			

14. Los siguientes Atractivos Turísticos Culturales, cómo usted cree que aportan al enriquecimiento de la parroquia?

Atractivo Cultural	social,	cultural	ambiental	económico
Fiesta de San Juan				
Bordados				
Talabartería				
Hacienda Zuleta				
Oralidad (Costumbres, Leyenda y Tradiciones)				
Otros (..) Cuales?				

15. ¿En la actualidad usted participa en algún emprendimiento Turístico dentro de su comunidad?

Tipos de Emprendimientos	✓ Marque
Agencia de Viajes	SI ()NO ()
Hostelería	SI ()NO ()
Hacienda Zuleta	SI ()NO ()
Centro artesanal	SI ()NO ()

16. ¿Con lo señalado anteriormente indique que beneficios usted ha obtenido desde que pertenece al emprendimiento?

- a) Económico ()
- b) Asistencia Técnica ()
- c) Capacitación ()

d) En qué?

17. ¿Qué relación tiene usted con el emprendimiento Turístico?

a) Propietario ()

b) Empleado ()

c) Socio ()

d) Otro..... Indique cuál?.....

18. ¿De los siguientes medios cual considera usted necesarias para mejorar la promoción difusión y valorización de los atractivos culturales turísticos en la comunidad de Zuleta?

Publicidad Escrita ()

Vallas publicitarias ()

Hojas volantes ()

Portal Web ()

Restaurante Cultural ()

Otros..... Cuáles?.....

19. ¿Cuán importante es para usted la realización de un proyecto de restaurante Temático Cultural?

Muy importante ()

Importante ()

Indiferente ()

No me importa ()

Porque?.....

.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

6. MODELO ENCUESTA A TURISTAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
INGENIERÍA EN TURISMO

Introducción:

A continuación le presentamos las siguientes preguntas que tiene como objetivo “**Determinar el potencial turístico de la riqueza cultural de de la comunidad de Zuleta, perteneciente al pueblo Caranqui de la provincia de Imbabura,**” Con la información que se obtenga de esta encuesta, se diseñará unapropuesta que se ajuste a los requerimientos demostrados de cada nivel de investigación.

Por favor complete la encuesta cuidadosamente al leerla por completo primero, y luego señale con visto sus respuestas con un en el, complete la frase respectiva con una respuesta apropiada en donde sea necesario.

PREGUNTAS DIRIGIDAS A LOS TURISTAS DE LA COMUNIDAD DE ZULETA

Datos Generales:Sexo: F () M ()

Ocupación/Actividad Principal: Profesional () Agricultor () Emprendedor Turístico () Incapaz de Trabajar () Otros ()

Nivel de Educación:Primaria () Secundaria () Superior ()

Edad:18-23.... 24-29.... 30-35.... 40-45..... 46+.....

1. ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Nacional ()

Extranjero () Indique el país ?.....

2. ¿Qué le motivo a visitar la comunidad de Zuleta?

Fiesta de San Juan ()

Belleza Paisajística ()

Artesanías ()

Ubicación ()

Talabartería ()

Oralidad (Costumbres, Leyenda y Tradiciones) ()

Voluntariado ()

Otros () ¿Cuáles?

3. ¿A través de que medios conoció sobre la comunidad de Zuleta?

Radio ()

Televisión ()

Prensa Escrita ()

Oficina de Turismo ()

Persona a Persona ()

4. ¿Considera usted que la comunidad de Zuleta tiene un medio en el cual se de a conocer su riqueza cultural?

SI ()

NO ()

5. ¿Mediante que propuesta consideraría usted necesaria para mejor la promoción turística cultural de la comunidad de Zuleta?

- Publicidad Escrita ()
- Libros ()
- Volantes ()
- Restaurante Temático Cultural ()
- Radio y Televisión ()
- Otros () Cuales?.....

6. ¿Considera usted que el diseño de un restaurante temático cultural contribuirá a la promoción y difusión de los atractivos turísticos de la comunidad de Zuleta?

- SI ()
- NO ()

PORQUE.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

7. MODELO DE ENTREVISTA EMPRENDEDOR DIRIGIDA AL EMPRENDEDOR TURISTICO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FECYT
INGENIERIA EN TURISMO
MODELO DE ENTREVISTA A EMPRENDEDOR TURISTICO DE LA ZONA DE ZULETA

Nombre persona entrevistada:

Cargo que ocupa:

Fecha y Lugar:

Nombre de la empresa:

1. Datos de la empresa

- Año de creación de la empresa:
- Lugar de desarrollo de actividades:

2. De la actividad principal

- d) Su servicio se considera privado? ¿o la comunidad recibe algún ingreso del mismo?
- e) En qué consiste la prestación de servicios de su empresa
- f) Indique los Medios que utiliza para su desarrollo de la actividad

3. De su actividad principal.

- h) Por qué decidió establecer el emprendimiento dentro de la comunidad?
- i) Ud. Se ha basado en las costumbres de Zuleta para ofrecer el servicio?
- j) Durante la prestación de servicios puede indicar la manifestación cultural más representativa de la comunidad que ofrece?
- k) Podría decir si resalta las prácticas antiguas o actuales sobre las costumbres y tradiciones la comunidad de Zuleta? Por qué?
- l) ¿Tiene previsto poner en marcha algún nuevo servicio de en donde se ponga en manifiesto las costumbres de Zuleta?
- m) En la prestación de servidos se muestra de variedad gastronómica de la comunidad de Zuleta
- n) Puede indicar si en el servicio de destaca la vestimenta típica del la comunidad?
- o) Cree Ud. Que la gastronomía, costumbres y tradiciones de la comunidad es una ventaja para ofrecer su servicio turístico.

4. Consumidores, Rentabilidad Y Empleados De La Actividad

- d) Quienes consumen su producto son extranjeros o nacionales
- e) Puede indicar el N° de visitas realizadas en el último año
- f) N° de personas empleadas; Fijos y/o Eventuales, Pertenecientes a la comunidad ¿sí o no?

8. MODELO DE ENTREVISTA COMUNIDAD

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FECYT

INGENIERIA EN TURISMO

MODELO DE ENTREVISTA A PRESIDENTE DE LA COMUNIDAD DE ZULETA

Nombre persona entrevistada.....

Cargo que ocupa....

Fecha.....

1. Generalidades

- c) ¿Qué entiende por turismo cultural?
- d) ¿Cree usted que la comunidad se presta a un desarrollo turístico basado en las costumbres y tradiciones de su comunidad?

2. Manifestaciones culturales en Zuleta

- g) Como describirá la situación actual de la comunidad de Zuleta respecto a sus costumbres y tradiciones
- h) Que manifestación cultural sería la más representativa de la comunidad de Zuleta?
- i) ¿Ud. Considera que las costumbres y tradiciones de la comunidad han cambiado en la actualidad? Debido a que cree Ud.?
- j) La gastronomía de su comunidad ¿usted considera que es un potencial recurso para la ofrecer al turista?
- k) ¿La arquitectura existente en el diseño de sus casas cree que es un punto a favor en su comunidad en el campo turístico?
- l) ¿La vestimenta tanto de hombre y de mujer, Daria un valor mayo en campo turístico?

3. Influencia de operadores turísticos en la comunidad

- e) ¿Conoce usted proyectos turísticos existentes en su sector? ¿Y qué beneficios tiene la comunidad de ellos?
- f) ¿La comunidad ha sido alguna vez capacitada en el tema turístico por alguna institución pública o privada relacionada al turismo?
- g) En el campo turístico. ¿Cómo ve usted a la comunidad de Zuleta en lo futuro?
- h) Considera que la creación de un servicio turístico, que muestra las costumbres de Zuleta, será beneficiosa para desarrollo del potencial turístico de la comunidad.

9. MODELO DE ENTREVISTA AL TÉCNICO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FECYT
INGENIERIA EN TURISMO
MODELO DE ENTREVISTA A TÉCNICO TURISTICO

- Nombre persona entrevistada.....
- Cargo que ocupa.....
- Lugar y Fecha.....

1. Generalidades

- c) ¿Cuál sería su opinión sobre el turismo cultural en Imbabura?
- d) ¿Cuando hablamos de turismo cultural podemos hablar de rescate y valorización de costumbres y tradiciones?

2. Desarrollo turístico en Zuleta

- e) ¿Cómo describiría la situación del Turismo en la comunidad de Zuleta? ¿Qué se ha conseguido actualmente y cuales serian los posibles retos a futuro?
- f) ¿Cree usted que las manifestaciones culturales de la comunidad de Zuleta son un potencial turístico? ¿Por qué?
- g) ¿La variedad gastronómica de la comunidad es un recurso potencial para un desarrollo turístico? ¿Por qué?
- h) ¿El diseño arquitectónico puede ser considerado un punto factible al desarrollo turístico? ¿por qué?
- i) ¿La vestimenta típica de los comuneros de Zuleta debe ser tomada como un condicional para un impulso turístico?

3. Creación de nuevo servicio turístico.


- d) Según Ud. ¿invertir en proyectos donde cuyos objetivos sea la valorización, rescate y difusión de la comunidad de Zuleta es viable? ¿por qué?
- e) Usted cree que ¿con la creación de un restaurant en donde se conjugue particularidades como la vestimenta, gastronomía, música y tradiciones, de la comunidad de Zuleta, podría ser una herramienta para la valorización de la zona como producto turístico?
- f) ¿Cuál cree que sería el beneficio para la comunidad de Zuleta?

10. FICHA DE LA HACIENDA ZULETA

CUADRO 1		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS	
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS			
MINISTERIO DE TURISMO			
1. DATOS GENERALES		FICHA N° 066	
ENCUESTADOR: A.D.E.P.I.		FECHA: Marzo 2007	
SUPERVISOR EVALUADOR: Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte			
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Hacienda Zuleta			
PROPIETARIO: Familia Plaza Pallares			
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM): 824265 E LATITUD (UTM): 22302 N	
PROVINCIA: Imbabura		CANTÓN: Ibarra	
		PARROQUIA: Angochagua	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		DISTANCIA (km): 9	
NOMBRE DEL POBLADO: La Esperanza		DISTANCIA (km): 13.40	
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra			
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 1250-1500	
ALTURA (m.s.n.m): 2893		TEMPERATURA (°C): 10	
VALOR INTRÍNSECO	ANTECEDENTES HISTÓRICOS		
	Desde el año de 1728 hasta 1892 la Hacienda Zuleta perteneció a José Valentín Posee y sus herederos. En 1892, José María Lasso de la Vega y Aguirre, padre de Avelina Lasso, quien era madre de Galo Plaza Lasso, adquiere la hacienda y es de su propiedad hasta el año de 1914, año en el cual, Leonidas Plaza Gutiérrez la adquiere, siendo dueño hasta el año de 1921. Posteriormente sería herencia de su hijo Galo Plaza Lasso, quien se destacó como diplomático y político ecuatoriano, fue presidente de la República en el período de 1948-1952. Fue nombrado secretario general de la Organización de Estados Americanos (OEA) en 1968. Murió en 1987 en Quito. Actualmente la Hacienda pertenece a los herederos de Galo Plaza Lasso y Rosario Pallares de Plaza.		
	ESTILO		
	Colonial		
CONSERVACIÓN DEL ESTILO			
De seguro la casa y las construcciones que la rodean sufrieron algunos cambios a través de los siglos, pero en general gran parte de lo que es hoy la Hacienda, fue construida en el siglo XVII.			

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:						
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra - Zuleta						
	DESDE: Ibarra	HASTA: Zuleta					
	FRECUENCIA: Diaria	DISTANCIA: 13.40 Km					
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA						
	AGUA POTABLE	<input type="checkbox"/> ENTUBADA <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS					
	ENERGÍA ELÉCTRICA	<input type="checkbox"/> SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/> GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS					
	ALCANTARILLADO	<input type="checkbox"/> RED PUBLICA <input type="checkbox"/> POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS					
	PRECIO	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS					
	Observaciones: Para acceder a la Hacienda se debe anticipar la visita y pedir autorización a los propietarios.						
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS							
	<table border="0"> <tr> <td>NOMBRES:</td> <td>DISTANCIA</td> </tr> <tr> <td>Bioreserva "Cóndor Huasi"</td> <td>1.2 Km</td> </tr> <tr> <td>Tolas de Zuleta</td> <td>0.8 Km</td> </tr> </table>	NOMBRES:	DISTANCIA	Bioreserva "Cóndor Huasi"	1.2 Km	Tolas de Zuleta	0.8 Km
NOMBRES:	DISTANCIA						
Bioreserva "Cóndor Huasi"	1.2 Km						
Tolas de Zuleta	0.8 Km						
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO							
<table border="0"> <tr> <td>LOCAL</td> <td>NACIONAL</td> </tr> <tr> <td>PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>INTERNACIONAL <input checked="" type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>OTROS <input type="checkbox"/></td> <td><input type="checkbox"/></td> </tr> </table>	LOCAL	NACIONAL	PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos FIRMA: <u>SUPERVISOR EVALUADOR</u>
LOCAL	NACIONAL						
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>						
OTROS <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>						
<table border="0"> <tr> <td>DETERIORADO <input type="checkbox"/></td> <td>CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/></td> <td>DE DETERIORO <input type="checkbox"/></td> </tr> <tr> <td>OTROS <input type="checkbox"/></td> <td>EN PROCESO <input type="checkbox"/></td> <td></td> </tr> </table>		DETERIORADO <input type="checkbox"/>	CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/>	DE DETERIORO <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	EN PROCESO <input type="checkbox"/>	
DETERIORADO <input type="checkbox"/>	CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/>	DE DETERIORO <input type="checkbox"/>					
OTROS <input type="checkbox"/>	EN PROCESO <input type="checkbox"/>						
204							

11. FICHA DE LA ETNIA CARANQUI.

 CUADRO 2 	
REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO	
1. DATOS GENERALES ENCUESTADOR: A.D.E.P.I. FICHA N° 105 SUPERVISOR EVALUADOR: Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte FECHA: Marzo 2007 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Grupo étnico Kichwa - Caranqui PROPIETARIO: CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales TIPO: Etnografía SUBTIPO: Grupos étnicos	
2. UBICACIÓN LONGITUD (UTM): 823679 E LATITUD (UTM): 22848 N PROVINCIA: Imbabura CANTÓN: Ibarra PARROQUIA: Angochagua CALLE: NUMERO: TRANSVERSAL:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra DISTANCIA (km): 13.40 NOMBRE DEL POBLADO: San Antonio de Ibarra DISTANCIA (km): 14	
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO ALTURA (m.s.n.m): 2890 TEMPERATURA (°C): 10 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 1250-1500	
CA U VALOR INTRÍNSECO	ORIGEN Son indígenas descendientes del grupo Caranqui que se asentaron en esta zona de Imbabura ASPECTOS NOTABLES DE SUS COSTUMBRES Este grupo étnico en su mayoría mantiene su indumentaria típica, poseen formas de trabajo muy tradicionales como las mingas, el arado con yunta de bueyes, para las siembras y cosechas aún se guían por las estaciones de la luna. Mantienen tradiciones arraigadas como el pedido de mano, matrimonio, bautizo, defunciones entre otras. En ciertos sectores aún se mantiene el idioma kichwa en su mayoría hablan castellano. ACTIVIDADES ECONÓMICAS Su actividad principal es la agricultura. En los cerros o lugares altos cultivan productos de clima frío como trigo, cebada, papas, ocas; en tanto que en los bajos siembran especialmente maíz. La mayor parte de las cosechas la destinan al autoconsumo y el sobrante lo venden en los mercados locales. Otra actividad importante es la producción de artesanías especialmente cerámica, bordados y tejidos. En los últimos años, los miembros de las diferentes comunidades han desarrollado iniciativas novedosas tales como microempresas agroproductoras de miel, quesos, yogourt y caracoles. Otra fuente importante de ingresos es el turismo de montaña, aventura, agroturismo y turismo medicinal.

TIPOS DE CONSTRUCCIÓN Y MATERIALES UTILIZADOS

Existen algunos tipos de construcciones, tales como las casas tradicionales o chozas fabricadas con bareque y paja, así como las elaboradas con bloque y ladrillo.

COMIDAS Y BEBIDAS TRADICIONALES

Mazamorra o colada de maíz acompañada de churos o papas, el champús de harina de trigo con hojas de naranja o limón, chicha de jora.

PRINCIPALES FIESTAS

San Juan: 21 de junio

Años Viejos: 31 de diciembre

ARTESANÍA

Bordados, tiestos de barro

INDUMENTARIA

Mujer: Blusas bordadas con simbolismo sincrético en el que se traducen en especial figuras antropomórficas o representaciones de simetría recopilada en naturaleza, cuya extensión sobrepasa las rodillas y sobre ello se ubica las polleras que son elaboradas normalmente en tela de algodón de amplios pliegues sujeta por fajas que tienen diferente representación de acuerdo al estado de desarrollo y madurez de las mujeres que se diferencian por su longitud y ancho. Parte de su indumentaria constituye la fachalina la cual sirve de múltiples usos tanto para trasportar elementos de alimentación, como para transporte de sus hijos, se complementa con sombreros de ala corta de pequeñas fajas con el cual recogen sus pelos, sea en forma de trenza o de moño, las hualcas y manillas son parte componente de la vestimenta pero que a su vez recrean el estatus de la mujer en la familia y sociedad. Adicionalmente el alpargate que puede ser elaborado en cabuya, paño con base de zuela, plásticos o cabuya.

Hombre: la constituye una camisa blanca casi sin adornos, un pantalón blanco que cubre un cuarto más abajo de su rodilla y como característica el poncho que tejido en hilo de algodón normalmente tiene múltiples usos además del de protección de frío y calor. Complementan sus vestimentas con sombrero de la corta y alpargatas de base de caucho y recubierto de cabuya.

PERMISOS Y RESTRICCIONES:

1	2	3	4

MINISTERIO DE TURISMO
 DIRECCIÓN NACIONAL DE YACIMIENTOS TURÍSTICOS
 REGISTRO DE BÚTOR DE LOS YACIMIENTOS TURÍSTICOS

206

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:			
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra - Zuleta			
	DESDE: Ibarra	HASTA: Zuleta	FRECUENCIA: Diaria	DISTANCIA: 13.10 Km
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
	AGUA			
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA <input type="checkbox"/>	TRATADA <input type="checkbox"/>	DE POZO <input type="checkbox"/>
	NO EXISTE <input type="checkbox"/>		OTROS <input type="checkbox"/>	
	ENERGÍA ELÉCTRICA			
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/>		GENERADOR <input type="checkbox"/>	
	NO EXISTE <input type="checkbox"/>		OTROS <input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO				
RED PÚBLICA <input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/>	POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/>	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		PRECIO:		
SI <input type="checkbox"/>		NO <input type="checkbox"/>		
ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/>		OTROS <input type="checkbox"/>		
Observaciones:				
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES:		DISTANCIA:		
Volcán Inbabura		18 km		
Bordados		4 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
LOCAL <input type="checkbox"/>		NACIONAL <input type="checkbox"/>		
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
OTROS <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			
FIRMA: SUPERVISOR E VALUADOR				

12. FICHA DE TALABARTERÍA

Ecuador		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		MINISTERIO DE TURISMO	
1. DATOS GENERALES		ENCUESTADOR: A.D.E.P.I.		FICHA Nº 130			
		SUPERVISOR EVALUADOR: Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte		FECHA: Marzo 2007			
		NOMBRE DEL ATRACTIVO: Talabartería Zuleta					
		PROPIETARIO: Sr. Oswaldo y Jaime Sarzosa					
		CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales		TIPO: Etnografía		SUBTIPO: Artesanías	
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM): 823723 E		LATITUD (UTM): 22430 N			
		PROVINCIA: Imbabura		CANTÓN: Ibarra		PARROQUIA: Angochagua	
		CALLE:		NUMERO:		TRANSVERSAL:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra		DISTANCIA (Km): 13.40			
		NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (Km): 0.7			
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		ALTURA (m.s.n.m): 2865		TEMPERATURA (°C): 10		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 750-1000	
VALOR INTRÍNSECO	PROCEDECENCIA		Es una tradición que se ha heredado de generación en generación en los sectores de Zuleta y La Esperanza				
	LUGAR Y VENTA		Se realizan trabajos a pedido. La comercialización es local, provincial, nacional y también existen pedidos internacionales, en especial para España y Estados Unidos.				
	CALIDAD DEL PRODUCTO		El producto es de buena calidad, curtido y tratado por algunos días para darle la consistencia y resistencia necesaria en este tipo de trabajos. Entre los productos que confeccionan están: monturas tipo vaquería, de paseo, americanas, galápagos, entre otras.				
	VOLUMEN DE PRODUCTOS		La producción es baja ya que se elabora bajo pedido. Para fabricar una montura se demora de tres a cuatro semanas dependiendo del estilo, hay que recalcar que todos los productos son tratados con cuero engrasado y son cosidos a mano.				
			Las monturas tiene diferentes costos y van desde los \$ 550 a \$ 2300, se las realiza y escoge por catalogo.				

<p>MATERIALES UTILIZADOS Se utiliza herramientas artesanales adaptadas por los fabricación del producto, entre ellos encontramos: cuchillos, saca bocados, playos, limas, martillos, tachuelas, broches, helillas, varquetas, esponja, madera, clavos, tintes de diversos colores, hilo nylon de diferente grosor y como materia prima el cuero y la gamiza.</p> <p>PERSONA QUE ELABORA En Zúñata solo existe un local donde trabajan seis personas dirigidos por los señores Osvaldo y Jaime Sarzosa (padre e hijo) propietarios y quienes han mantenido este oficio.</p> <p>PERMISOS Y RESTRICCIONES:</p>	
<p>1. CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL PRODUCTO</p> <p>ALTIMETRO (m): 2000 TEMPERATURA (°C): 10 PRECIPITACIÓN (mm): 100</p>	
<p>2. DESCRIPCIÓN</p> <p>PROVINCIA: Pinar del Río MUNICIPIO: Zúñata CARRILERA: 100 CANTÓN: Zúñata</p>	
<p>3. LOCALIZACIÓN</p> <p>NOMBRE DEL PUEBLO: Zúñata NOMBRE DEL PUEBLO: Zúñata DISTANCIA (km): 03 DISTANCIA (km): 03</p>	
<p>4. CONTROL MEDIO AMBIENTE</p> <p>NOMBRE DEL PUEBLO: Zúñata NOMBRE DEL PUEBLO: Zúñata DISTANCIA (km): 03 DISTANCIA (km): 03</p>	
<p>5. DESCRIPCIÓN</p> <p>PROVINCIA: Pinar del Río MUNICIPIO: Zúñata CARRILERA: 100 CANTÓN: Zúñata</p>	
<p>6. DESCRIPCIÓN</p> <p>PROVINCIA: Pinar del Río MUNICIPIO: Zúñata CARRILERA: 100 CANTÓN: Zúñata</p>	

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:			
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra - Zuleta			
	DESDE: Ibarra	HASTA: Zuleta	FRECUENCIA: Diaria	DISTANCIA: 13.40 Km
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA:			
	AGUA			
	POTABLE	<input type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input checked="" type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>
	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	
	ENERGÍA ELÉCTRICA			
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS		
ALCANTARILLADO				
RED PÚBLICA	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO	<input checked="" type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
PRECIO				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	OTROS		
Observaciones:				
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES:		DISTANCIA		
Borjados		0.3 Km		
Hacienda Zuleta		0.6 Km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos				
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR				

13. FICHA DE LA FERIA DE BORDADOS EN ZULETA

CUADRO 4		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS	
Ecuador		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS	
		MINISTERIO DE TURISMO	
1. DATOS GENERALES			
ENCUESTADOR: A.D.E.P.I.		FICHA Nº 141	
SUPERVISOR/EVALUADOR: Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte		FECHA: Marzo 2007	
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Feria de Bordados en Zuleta			
PROPIETARIO: Asociación de Bordadoras de Zuleta			
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales		TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Ferias y mercados
2. UBICACIÓN			
LONGITUD (UTM): 823682 E		LATITUD (UTM): 22851 N	
PROVINCIA: Imbabura	CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Zuleta	
CALLE:	NUMERO:	TRANSVERSAL:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO			
NOMBRE DEL POBLADO: La Esperanza		DISTANCIA (Km): 9	
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra		DISTANCIA (Km): 13.4	
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
VALOR INTRÍNSECO	ALTURA (m.s.n.m): 2892		TEMPERATURA (°C): 12
	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 750-1000		
	ORIGEN		
	Se originó hace once años gracias a la iniciativa de mujeres indígenas y mestizas de la zona con el fin de promocionar sus artesanías de forma ordenada y equitativa.		
	LUGAR Y FECHA		
Se realiza cada 15 días en las instalaciones de la casa comunal de Zuleta, concretamente los días sábados y domingos a partir de las 08:00am hasta las 17:00pm.			
VARIEDAD DE LOS PRODUCTOS			
En la feria se dan a conocer 20 productos diferentes en la línea de bordados, especialmente mantelería, toallas, pañeros y servilletas de mesa.			
INSTALACIONES EXISTENTES			
La casa comunal tiene una extensión aproximada de 300m ² . Allí se han construido pequeños stands en donde se exhiben los bordados.			
GRUPOS PARTICIPANTES			
Participan 11 mujeres indígenas y mestizas de la zona de Zuleta. La Sra. Teresa Casa es la actual presidenta de la Asociación.			

CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)				5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO						
		Turismo Cultural Turismo Compras 				ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: Por la organización del grupo de mujeres se sigue manteniendo esta actividad. 5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>						
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO						
						ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: Por ser un área de recreación e integración comunitaria se ha logrado mejorar la imagen del lugar.						
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
A P	TERRESTRE	AS FALTADO				TRANSPORTE	DIARIA	SEMANAL	BIENES	EVENTUAL	TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		LA TRAZADO		X		BUS	X				DÍAS AL AÑO	
	EMPEDRADO		X		AUTOMÓVIL	X				48		
	SENDERO		X		4X4	X				DÍAS AL MES		
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				TREN					Culturales:	Día inicio: Sábado
		FLUVIAL				BARCO					Naturales:	Día fin: Domingo (4 días)
	AÉREO					BOTE					HORAS AL DÍA	
						CANOA					Culturales:	Día inicio: 08:00am
						OTROS					Naturales:	Día fin: 17:00pm
						AVIÓN					Todo el día	
					AVIOLETA							
					HELICÓPTERO							

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:			
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra - La Zuleta			
	DESDE: Ibarra	HAJSTA: Zuleta	FRECUENCIA: Diaria	DISTANCIA: 13.4 Km
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
	AGUA			
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA <input type="checkbox"/>	TRATADA <input type="checkbox"/>	DE POZO <input type="checkbox"/>
	NO EXISTE <input type="checkbox"/>		OTROS <input type="checkbox"/>	
	ENERGÍA ELÉCTRICA			
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/>		GENERADOR <input type="checkbox"/>	
	NO EXISTE <input type="checkbox"/>		OTROS <input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO				
RED PÚBLICA <input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/>	POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/>	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		OTROS <input type="checkbox"/>		
PRECIO: SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/>				
Observaciones:				
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES:		DISTANCIA		
Hacienda Zuleta		1 Km		
Cerro el Cuerno		14 Km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO				
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verdicos				
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>	FIRMA: SUPERVISOR E VALIJADOR _____		
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>			
OTROS <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>			

14. FICHA DE LOS BORDADOS

CUADRO 5		REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS		
Ecuador		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS		
		MINISTERIO DE TURISMO		
1. DATOS GENERALES		FICHA Nº 137		
ENCUESTADOR: A.I.D.E.P.I.		FECHA: Marzo 2007		
SUPERVISOR/EVALUADOR: Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte				
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Bordados de Zuleta				
PROPIETARIO: Varios				
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales		TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Bordados	
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM): 823682 E	LATITUD (UTM): 22851 N	
PROVINCIA: Imbabura		CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Angochagua	
CALLE:		NUMERO:	TRANSVERSAL:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO				
NOMBRE DEL POBLADO : La Esperanza		DISTANCIA (Km): 9		
NOMBRE DEL POBLADO : Ibarra		DISTANCIA (Km): 13.40		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO				
ALTURA (m.s.n.m): 2896		TEMPERATURA (°C): 12	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 750-1000	
C A L I D A D E L V A L O R I N T R I N S E C O	PROCEDENCIA			
	La artesanía de los bordados nace en la época colonial. Las mujeres españolas inculcaron a las mujeres indígenas el arte del bordado, quienes prontamente aprendieron este oficio, el mismo que se ha mantenido de generación en generación.			
	LUGAR DE VENTA			
	Son vendidas en la feria de Zuleta. Existen comerciantes independientes que compran el producto y lo llevan a las ferias de Ibarra y Otavalo. También en la Esperanza existen artesanas que se dedican a este oficio, comercializando los bordados en sus propios domicilios.			
	CALIDAD DEL PRODUCTO			
Los bordados son reconocidos a nivel local, provincial y nacional. Son de muy buena calidad, ya que los acabados son finos, llamativos y de larga duración.				
VOLUMEN DE PRODUCTOS Y VENTAS				
El volumen varía de acuerdo al tamaño de las productos, promediando de tres a cinco confecciones diarias, es decir de 25 a 30 prendas semanales.				

	<p>Entre las ropas que se elaboran, tenemos: manteles, vestidos, blusas, pantalones, camisas, cenoros de mesas, caminos de mesa, toallas, pañeros, servilletas, gorros, carteras, etc. El costo de las artesanías van desde los \$ 4 hasta \$ 200.</p> <p>MATERIALES UTILIZADOS Hilo de lana de diferentes colores, tela poliéster, encajes, tiras de lino, agujas, molles redondos de vitela.</p> <p>PERSONA QUE ELABORA La coleccionar: mujeres indígenas y mestizas de la parroquia de Zuleta y la Esperanza.</p> <p>PERMISOS Y RESTRICCIONES:</p>
	<p>PROVINCIA: Indígena</p> <p>CANTÓN: Indígena</p> <p>DISTRITO: Indígena</p>
	<p>COMUNIDAD: Indígena</p> <p>PARROQUIA: Indígena</p> <p>DISTRITO: Indígena</p>
	<p>4. CARACTERÍSTICAS VISUALES DEL ATRACTIVO</p> <p>ALTIMETRIA (m): 1000</p> <p>TEMPERATURA (°C): 20</p> <p>PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm): 150-200</p> <p>PROCEDENCIA: Indígena</p> <p>LUGAR DE ORIGEN: Indígena</p> <p>TIPO DE PRODUCTO: Indígena</p> <p>VALOR ECONÓMICO: Indígena</p>

CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)				5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO					
		Turismo Cultural Turismo de Compras 				ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> CAUSAS: En la zona, aún se conserva el arte del bordado					
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales)					
						Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>					
						6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO					
						ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> CAUSAS: Existen grandes extensiones de monocultivo, lo cual va deteriorando el suelo. Influencia de estilo moderno en las construcciones.					
		7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO									
A P	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MESESIAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO
	TERRESTRE	ASfaltado				BUS	X				
		LAstrado	X			AUTOMÓVIL	X				365
		EMpedrado	X			4X4	X				DÍAS AL MES
		SEñalero				TREN					Culturales: Día inicio: Lunes Día fin: Domingo (30 días)
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales:
		FLUVIAL				BOTE CANOA					HORAS AL DÍA
	AÉREO					CITROS AVIÓN					Culturales: Día inicio: 08:00am Día fin: 16:00pm
						AVIOLETA					Naturales:
					HELICÓPTERO						

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra - Zuleta	
	DESDE: Ibarra	HASTA: Zuleta
	FRECUENCIA: Diaria	
	DISTANCIA: 13.40 Km	
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA <input type="checkbox"/>
	TRATADA <input type="checkbox"/>	DE POZO <input type="checkbox"/>
	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>
ENERGÍA ELÉCTRICA		
SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/>	
NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO		
RED PÚBLICA <input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/>	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES:		
Laguna del Cabilche	DISTANCIA: 8 Km	
Hacienda Zuleta	4 Km	
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos.		
LOCAL	NACIONAL	
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>	
OTROS <input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

15. FICHA DE LAS FIESTAS DE SAN JUAN

Ecuador		CUADRO 6	REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS	
		FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS		
		MINISTERIO DE TURISMO		
1. DATOS GENERALES				
ENCUESTADOR: A.D.E.P.I.		SUPERVISOR/EVALUADOR: Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte		FICHA N°
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Festividad de San Juan Zuleta		PROPIETARIO:		FECHA: Junio 2007
CATEGORIA: Manifestaciones Culturales		TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Manifestaciones Religiosas, tradiciones	
2. UBICACION				
LONGITUD (UTM): 812599 E		LATITUD (UTM): 38509 N		
PROVINCIA: Imbabura	CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Angochahua		
CALLE:	NUMERO:	TRANSVERSAL:		
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO				
NOMBRE DEL POBLADO: La esperanza		DISTANCIA (Km): 9		
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra		DISTANCIA (Km): 13.40		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO				
ALTURA (m.s.n.m): 2896		TEMPERATURA (°C): 12	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 750-1000	
CAL IDA	VALOR INTRINSECO	MOTIVACION Y ÉPOCA DEL ACONTECIMIENTO		
		<p>El origen del Inti Raymi se remonta a la época de los grandes gobernantes Incas y a la cuna de su imperio: Cusco, cuya esencia ha sido desde esa época: rendir culto a las deidades andinas, agradecer por las cosechas obtenidas y exaltar la fecundidad de la madre tierra.</p> <p>Esta festividad tiene un significado muy importante para el mundo andino al igual que las celebraciones religiosas para el mundo occidental. No es una festividad aislada, sin conexión con el resto de celebraciones indígenas que suceden en el año. Es más bien el clímax del ritual de la vida de la madre naturaleza que se expresa a través del ciclo agrícola andino. La fiesta es considerada como la celebración mayor de los Andes, tomando un lugar preponderante en la cultura de los pueblos indígenas. Esto se debe en gran parte a que es la época de la maduración de los frutos de la pachamama por lo cual hay una participación masiva de las comunidades en las cosechas que se ven en toda la región.</p> <p>Al ser una festividad tradicional indígena, cada grupo étnico y cada comunidad tiene una fecha y un tiempo de celebración propias. Mientras varias comunidades inician el veintiuno de junio con el baño ritual en ríos, vertientes y cascadas sagradas, otras esperan la llegada del día y el momento apropiados para iniciar sus festividades.</p> <p>En Imbabura, la festividad como tal inicia con el solsticio de verano el veintiuno de junio y se extienden hasta mediados del mes de agosto cuando termina con las octavas del pueblo Kayampi.</p>		
		OPORTUNIDAD DE PRESENCIARLOS		
		Los días 21 y 22 de junio		

	<p>DESCRIPCIÓN DEL EVENTO Antiguamente en Zuleta por las festividades de San Juan, se producían violentos enfrentamientos como hasta la actualidad se aprecia en otros lugares de la provincia de Imbabura, en la actualidad la celebración de San Juan se la realiza los días 21 y 22 de junio, coincidiendo con los Festejos de San Pedro.</p> <p>La Lanzada de los San Juanes El día 21, la fiesta se inicia con lo que se denomina "la lanzada de los san Juanes", en una zona ubicada en el sector de los Óvalos se reúnen los grupos de músicos y danzantes provenientes de distintas comunidades, y desde ese lugar salen a recorrer el sector tocando y bailando, van visitando las casas de manera similar a lo que ocurre en las comunidades de Otavalo.</p> <p>Procesión de San Pedro El día 21 por la mañana, se realiza la procesión de San Pedro, encabezada por la imagen de Santo llevada en andas, detrás de la cual caminan el sacerdote y los priostes que pasan la fiesta; luego los devotos y participantes y finalmente la banda. La imagen de San Pedro, además de llevar su mejor traje, carga sobre su espalda un gallo que es un presente de los priostes para el párroco.</p> <p>Danza Por la tarde del mismo día, los indígenas de las comunidades de la Esperanza, Zuleta, Natabuena se reúnen en la Plaza vestidos con la indumentaria característica del grupo étnico Zulea. Se forman varios grupos compuestos de 15 a 20 personas, mujeres, niños y varones, que lucan y bailan en las esquinas de la plaza, rotando alrededor de ella. En alguna medida este ritual es el que ha sucedido a los antiguos enfrentamientos, los grupos ya no luchan pero se esfuerzan por realizar la mejor actuación. Cada grupo tiene un director que hace bailar y se ubica en el centro de los grupos.</p> <p>VESTUARIO Los participantes llevan la indumentaria característica del grupo étnico Zulea, además se cubren con caretas de malla y algunos hombres van disfrazados de mujer.</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA TRADICIÓN Esta tradición se la mantiene hasta la actualidad, es una ocasión especial para poder apreciar a la comunidad Zuleta con su indumentaria característica.</p> <p>PERMISOS Y RESTRICCIONES:</p>
--	--

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:

NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra - Zuleta
 DESDE: Ibarra HASTA: Zuleta FRECUENCIA: Diaria DISTANCIA: 13.40 km

8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA
 POTABLE EN TUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE OTROS _____

ENERGÍA ELÉCTRICA
 SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE OTROS _____

ALCANTARILLADO
 RED PÚBLICA POZO CIEGO POZO SÉPTICO NO EXISTE OTROS _____

APOYO PRECIO
 SI NO ENTRADA LIBRE OTROS _____

Observaciones: _____

9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES:	DISTANCIA

10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

LOCAL NACIONAL
 PROVINCIAL INTERNACIONAL
 OTROS

FIRMA SUPER/ISOR EVALUADOR

16. FICHA DEL PLATO CUY CON PAPAS

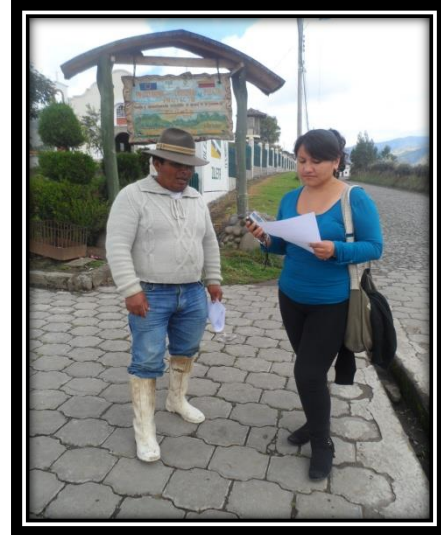
Ecuador		CUADRO 7	REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS	
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS				
MINISTERIO DE TURISMO				
1. DATOS GENERALES		ENCUESTADOR: A.I.E.P.I.		FICHA Nº 137
SUPERVISOR EVALUADOR: Ministerio de Turismo Regional Sierra Norte		FECHA: Marzo 2007		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cuy Con papas				
PROPIETARIO: Varios				
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales		TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Gastronomía	
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM): 823682 E	LATITUD (UTM): 22851 N	
PROVINCIA: Imbabura		CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Angochagua	
CALLE:		NUMERO:	TRANSVERSAL:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO				
NOMBRE DEL POBLADO : La Esperanza		DISTANCIA (Km): 9		
NOMBRE DEL POBLADO : Ibarra		DISTANCIA (Km): 13.40		
4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO				
ALTURA (m.s.n.m): 2896		TEMPERATURA (°C): 12	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (mm3): 750-1000	
CAL IDA	VALOR INTRÍNSECO			
	PROCEDENCIA			
	El cuy es un mamífero calificado en diversos lugares con nombres como cobayo, conejillo de indias, cuye, huanco; oriundo de las quebradas interandinas de Perú, Ecuador, Colombia y Bolivia. En la actualidad su crianza se ha visto generalizada en el ámbito rural para el autoconsumo y venta de excedentes, esto es, en las comunidades rurales, la gente dedicada a su crianza, por lo general lo hacen solo para su consumo propio en ocasiones especiales.			
	Las pruebas existentes demuestran que el cuy fue domesticado hace 2.500 a 3.600 años. En los estudios estratigráficos hechos en el templo del Cerro Sechin (Perú), se encontraron abundantes depósitos de excretas de cuy y en el primer periodo de la cultura Paracas denominado Cavernas (250 a 300a.C.), ya se alimentaba con carne de cuy.			
LUGAR DE VENTA				
Este plato típico tan tradicional como es el cuyo con papas no se lo utiliza para la venta sino para el consumo propio, ellos mismo se encargan de criarlos, y este plato solamente se lo realiza en fiestas especiales como matrimonios y bautizos.				
CALIDAD DEL PRODUCTO				
La calidad de este plato es súper buena ya que lo crían con lo mejor que ellos mismo siembran.				

FOTOGRAFÍAS

Comunidad de Zuleta



Cementerio de Zuleta



Entrevista Emprendedor Turístico



Comunidad y su vestimenta Bordados Florales



Arquitectura de la comunidad de Zuleta



Trabajo de agricultura



Vestimenta de las mujeres de la comunidad



Presidente de la Comunidad



Iglesia de Zuleta



Comunidad Zuleta



Centros Artesanales



Casas de la Comunidad de Zuleta





**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003675491		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Evelyn Manuela Velásquez Puga		
DIRECCIÓN:	Alejandro Villamar Y Salinas		
EMAIL:	Evemv05@hotmail.es		
TELÉFONO FIJO:	2957967	TELÉFONO MÓVIL:	0997709107

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio del potencial Turístico, de la riqueza cultural de la comunidad de Zuleta, perteneciente al pueblo Caranqui, del cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.
AUTOR (ES):	Evelyn Manuela Velásquez Puga
FECHA: AAAAMMDD	2014/07/18
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> REGRADO <input checked="" type="checkbox"/> BGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ing en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Dr. Julio Rosero

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Evelyn Manuela Velásquez Puga, con cédula de identidad Nro. 1003675491, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de Julio de 2014

EL AUTOR:

(Firma).....


Nombre: EVELYN MANUELA VELÁSQUEZ PUGA

C.C 1003675491

(Firma).....


Nombre: ING. BETTY CHÁVEZ

CARGO: JEFE DE BIBLIOTECA

Nombre: Evelyn Manuela Velásquez Puga
Código: 1003675491



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

ALFONSO DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

Yo, Evelyn Manuela Velásquez Puga, con cédula de identidad Nro. 1003675491, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: "Estudio del potencial Turístico, de la riqueza cultural de la comunidad de Zuleta, perteneciente al pueblo Caranquí, del cantón Ibarra, Provincia de Imbabura", que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniería en Turismo en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 18 días del mes de Julio de 2014

ESCRIBO:

(Firma).....
Nombre: Evelyn Manuela Velásquez Puga
Cédula: 1003675491

NOMBRE DE LA OBRA	
Estudio del potencial Turístico, de la riqueza cultural de la comunidad de Zuleta, perteneciente al pueblo Caranquí, del cantón Ibarra, Provincia de Imbabura	
AUTOR (ES)	Carmen Fernanda Bujang Collaguazo
FECHA DE ASESORADO	06/07/2014
TIPO DE TRABAJO DE GRADO	
PROGRAMA	TURISMO
TÍTULO POR EL QUE OPTA	Ingeniería en Turismo
ASESOR / DIRECTOR	Dr. Luis Rivera

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Carmen Fernanda Bujang Collaguazo, con cédula de identidad Nro. 1003675491, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado antes mencionada, hago entrega voluntaria de los derechos de autoría en formato digital y impreso a la Universidad Técnica del Norte. La autorización se otorga por el "Estudio del potencial Turístico" y sus derivados digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para cumplir la documentación institucional y poder apoyar a la docencia, investigación y extensión en concordancia con la Ley de Educación Superior Articulo 244.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002866083		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Carmen Fernanda Bolagay Collaguazo		
DIRECCIÓN:	Barrio la Floresta. Calle los Galeanos 9-04		
EMAIL:	karmifer@outlook.es		
TELÉFONO FIJO:	2632038	TELÉFONO MÓVIL:	0939734870

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio del potencial Turístico, de la riqueza cultural de la comunidad de Zuleta, perteneciente al pueblo Caranqui, del cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.
AUTOR (ES):	Carmen Fernanda Bolagay Collaguazo
FECHA: AAAAMMDD	2014/07/18
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> DSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ing en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Dr. Julio Rosero

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Carmen Fernanda Bolagay Collaguazo, con cédula de identidad Nro. 1002866083, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 18 días del mes de Julio de 2014

EL AUTOR:

(Firma) C.F.B.
Nombre: Carmen Fernanda Bolagay Collaguazo
CC. 1002866083

(Firma) Betty Chávez
Nombre: ING BETTY CHÁVEZ
CC. JEFE DE BIBLIOTECA

(Firma) C.F.B.
Nombre: CARMEN FERNANDA BOLAGAY COLLAGUAZO
CC. 1002866083



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Carmen Fernanda Bolagay Collaguazo, con cédula de identidad Nro. 1002866083, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado: "Estudio del potencial Turístico, de la riqueza cultural de la comunidad de Zuleta, perteneciente al pueblo Caranqui, del cantón Ibarra, Provincia de Imbabura", que ha sido desarrollado para optar por el título de: Ingeniería en Turismo en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En nuestra condición de autoras nos reservamos los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 18 días del mes de Julio de 2014

(Firma)..... *C.F.*
Nombre: CARMEN FERNANDA BOLAGAY COLLAGUAZO
CC. 1002866083

