



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“ESTUDIO SITUACIONAL DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS, CANTÓN IBARRA PARA PROPONER MEJORAS EN LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL”

Trabajo de Grado previo a la obtención del Título de Ingeniera en la especialidad de Turismo.

AUTOR: Rosa Mercedes Bonilla Sánchez

DIRECTOR: Magister Oswaldo Echeverría

Ibarra, 2015

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA
INGENIERÍA EN TURISMO

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Yo, GALO OSWALDO ECHEVERRÍA CACHIPUENDO con cédula No. 171364266-6, Director de la tesis de grado "ESTUDIO SITUACIONAL DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS, CANTÓN IBARRA PARA PROPONER MEJORAS EN LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL", realizado por la señorita egresada, BONILLA SÁNCHEZ ROSA MERCEDES, previo a la obtención del Título de Ingeniera en la especialidad de Turismo; luego de haber orientado el trabajo investigativo y revisado el documento final, CERTIFICO que reúne los requisitos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Es todo lo que puedo certificar por ser justo y legal.

En la ciudad de Ibarra a los 18 días del mes de Marzo del 2015.



Magister Oswaldo Echeverría
DIRECTOR

DEDICATORIA

El presente proyecto de grado está dedicado a los habitantes de la Parroquia Santa Catalina de Salinas, por la resistencia a mantener viva su identidad cultural, y por hacer de sus costumbres e historia una herramienta de desarrollo social.

De igual forma el proyecto está dedicado a los líderes de la Parroquia Santa Catalina de Salinas por demostrar con hechos, el amor que tienen por su pueblo.

Rosa Bonilla.

AGRADECIMIENTO

Con júbilo quiero dar gracias a Dios por estar conmigo en cada paso que doy, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente, por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte e inspiración durante todo el periodo de estudios y principalmente en la conclusión de este proyecto de grado.

Rosa Bonilla.

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE GENERAL	V
ÍNDICE DE TABLAS	IX
ÍNDICE DE GRÁFICOS	X
ÍNDICE DE ANEXOS	XIII
RESUMEN	XIV
SUMMARY	XV
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I	3
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	3
1.1. Antecedentes	3
1.2. Planteamiento del Problema	5
1.3. Formulación del Problema	6
1.4. Delimitación	6
1.4.1. Delimitación espacial	6
1.4.2. Delimitación temporal	6
1.5. Objetivos	7
1.5.1. Objetivo General	7
1.5.2. Objetivos específicos	7
1.6. Justificación	7
CAPÍTULO II	10
2. MARCO TEÓRICO	10
2.1. Fundamentación teórica	10
2.1.1. Definiciones de turismo	10
2.1.2. Clasificación del turismo	11
2.2. Productos y servicios turísticos parroquia Santa Catalina de Salinas	13

2.2.1.	Turismo nacional	13
2.2.2.	Turismo itinerante	13
2.2.3.	Turismo residencial o de estadía	14
2.2.4.	Turismo de masas	14
2.2.5.	Turismo alternativo	15
2.2.6.	Información turística	24
2.2.7.	Sistema Turístico.....	25
2.2.8.	Elementos del sistema turístico	26
2.2.9.	Atractivos Turísticos	29
2.2.10.	Planta turística hotelera	33
2.2.11.	Infraestructura básica de uso turístico	38
2.2.12.	Producto turístico.....	39
2.2.13.	El diagnóstico situacional	42
2.2.14.	El Ferrocarril patrimonio turístico del Ecuador	43
2.2.15.	Promoción turística.....	45
2.3.	Posicionamiento teórico personal.....	48
2.4.	Glosario de términos	49
2.5.	Matriz Categorical.....	53
CAPÍTULO III.....		55
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	55
3.1.	Tipo de Investigación	55
3.1.1.	Investigación de campo	55
3.1.2.	Investigación descriptiva.....	56
3.1.3.	Investigación bibliográfica.....	56
3.2.	Métodos	58
3.2.1.	Cualitativo.....	58
3.2.2.	Cuantitativo	58
3.2.3.	Sintético.....	58
3.2.4.	Deductivo	59
3.3.	Técnicas	59
3.3.1.	Observación	59

3.3.2.	Encuesta	60
3.3.3.	Entrevista	60
3.4.	Instrumentos	61
3.5.	Población	62
3.5.1.	Muestra	62
CAPÍTULO IV		65
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	65
4.1.	Productos y servicios turísticos existentes en la Parroquia Santa Catalina de Salinas	65
4.1.1.	Descripción de los establecimientos que brindan servicio de Alojamiento en Salinas.	67
4.1.2.	Descripción de los establecimientos que brindan servicio de Alimentación en Salinas.....	69
4.1.3.	Descripción de establecimientos que brindan servicio de esparcimiento en Salinas.....	73
4.1.4.	Descripción de productos complementarios que se desarrollan en Salinas.	75
4.1.5.	Organizaciones involucradas en la actividad turística de la Parroquia Santa Catalina de Salinas	80
4.2.	Diagnóstico de calidad de la experiencia turística percibida por los visitantes de la parroquia Santa Catalina de Salinas.	87
4.2.5.	Presentación de Danza.	88
4.2.6.	Cafetería de la estación del Tren de Salinas.	88
4.2.7.	Plaza artesanal del Tren en Salinas.	89
4.2.8.	Guía local.	89
4.2.9.	Restaurante El Palenque.....	89
4.2.10.	Satisfacción en general.	90
4.3.	Resultados estadísticos de la encuestas.....	90
4.3.5.	Género	90
4.3.6.	Procedencia	91
4.3.7.	Edad.....	91

4.3.8. Ocupación	92
4.3.9. Presentación de danza	93
4.3.10. Cafetería del Tren.....	94
4.3.11. Plaza artesanal.....	95
4.3.12. Restaurante el Palenque	96
4.3.13. Satisfacción en general	97
4.2. Análisis de la entrevista realizadas.	100
CAPÍTULO V	102
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	102
5.1. Conclusiones	102
5.2. Recomendaciones	103
CAPÍTULO VI	104
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	104
6.1. Título.....	104
6.2. Justificación	104
6.3. Fundamentación	105
6.3.2. Plan	105
6.3.3. Promoción	106
6.3.4. Difusión	106
6.3.5. La organización local para la ejecución	106
6.4. Objetivos.....	107
6.4.2. General.....	107
6.4.3. Específicos	107
6.5. Ubicación sectorial y física	108
6.6. Desarrollo de la propuesta	109
6.6.1. Proyecto 1:	110
6.6.2. Proyecto 2:	115
6.6.3. Proyecto 3:	120
6.6.4. Proyecto 4:	124
BIBLIOGRAFÍA.....	137

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz asignación de valores a variables y factores	31
Tabla 2: Jerarquización de los atractivos de acuerdo a valores	32
Tabla 3: Productos y servicios turísticos existentes en la Parroquia Santa Catalina de Salinas.....	66
Tabla 4: Organizaciones Turísticas Comunitarias de Salinas	79
Tabla 5: Temas a desarrollar para cada una de las capacitaciones.....	111
Tabla 6: Presupuesto proyecto 1	112
Tabla 7: Tiempo estimado para desarrollo del proyecto 1.....	113
Tabla 8: Cronograma de actividades proyecto 2.....	116
Tabla 9: Presupuesto estimado proyecto 2.....	118
Tabla 10: Tiempo estimado para desarrollo proyecto 2	118
Tabla 11: Cronograma de actividades proyecto 3	120
Tabla 12: Presupuesto para implementación proyecto 3	121
Tabla 13: Tiempos estimados ejecución proyecto 3.....	122

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Ejes del turismo comunitario Ecuador	19
Gráfico 2: Clasificación del turismo sostenible	22
Gráfico 3: Superestructura del Turismo	26
Gráfico 4: Clasificación de los atractivos turísticos del Ecuador	30
Gráfico 5: Clasificación de los tipos de alojamientos en el Ecuador	34
Gráfico 6: Clasificación de establecimientos de comidas y bebidas en el Ecuador	35
Gráfico 7: Clasificación del transporte turístico del Ecuador	36
Gráfico 8: Clasificación de guías de turismo en el Ecuador	37
Gráfico 9: Infraestructura básica de uso turístico	38
Gráfico 10: Elementos básicos de desarrollo turístico.....	43
Gráfico 11: Pax. Embarcados en el Tren de la Libertad durante el año 2014.	62
Gráfico 12: Hospedaje “La Casa del Turista”	67
Gráfico 13: Hospedería Comunitaria “El Palenque”	68
Gráfico 14: Centro Gastronómico “El Palenque”	69
Gráfico 15: Comedor “Don de Viky”	70
Gráfico 16: Paradero Las Cañas.....	71
Gráfico 17: Cafetería del Tren de Salinas	72
Gráfico 18: Complejo turístico Bombódromo Palenque.....	73
Gráfico 19: Plaza Artesanal	74
Gráfico 20: Presentación Cultural	75
Gráfico 21: Caminata por las principales calles de Salinas	76
Gráfico 22: Visita al Museo de Sal Barro Caliente	77
Gráfico 23: Paseo en Chiva Turística.....	78
Gráfico 24: Mujeres emprendedoras la Floresta	80
Gráfico 25: Grupo de Danza Yemaya	81
Gráfico 26: Grupo de Danza Mandela.....	82
Gráfico 27: Banda Juvenil Santa Catalina de Salinas Grupo de Salinas ..	83

Gráfico 28: Grupo de Guías Comunitarios de Salinas.....	84
Gráfico 29: Asociación de Papel reciclado Palenque	85
Gráfico 30: Grupo Musical de Niños Los Cimarrones	86
Gráfico 31: Confecciones Luchando por la Vida.	87
Gráfico 32: Género de los visitantes	90
Gráfico 33: Procedencia de los visitantes	91
Gráfico 34: Rango de edad de los visitantes.....	91
Gráfico 35: Presentación de Danza	93
Gráfico 36: Cafetería del tren.....	94
Gráfico 37: Plaza artesanal.....	95
Gráfico 38: Restaurante El palenque	96
Gráfico 39: Satisfacción en general	97
Gráfico 40: ¿Recomendaría a sus familiares y amigos que visiten la parroquia de Salinas?	98
Gráfico 41: ¿Regresaría a la Parroquia Santa Catalina de Salina?.....	99
Gráfico 42: Ubicación de la parroquia Santa Catalina de Salinas	108
Gráfico 43: Portada de la propuesta	109
Gráfico 44: Programas y módulos temáticos.....	110
Gráfico 45: Diseño de Tótem para las entradas principales de la parroquia Santa Catalina de Salinas.....	116
Gráfico 46: Señalética	117
Gráfico 47: Página web	124
Gráfico 48: Página web 2.....	125
Gráfico 49: Página web 3.....	126
Gráfico 50: Página web 4.....	127
Gráfico 51: Página web 5.....	128
Gráfico 52: Página web 6.....	130
Gráfico 53: Página web 7.....	131
Gráfico 54: Página web 8.....	131
Gráfico 55: Página web 9.....	132
Gráfico 56: Página web 10.....	133

Gráfico 57: Página web 11.....	134
Gráfico 58: Página web 12.....	135
Gráfico 59: Página web 13.....	136

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Ficha de inventario de productos y servicios turísticos.....	142
Anexo 2: Encuesta dirigida a turistas que visitaron la parroquia Santa Catalina de Salinas.....	144
Anexo 3: Fichas de observación aplicadas a los productos y servicios turísticos ofertados en la parroquia Santa Catalina de Salinas.	150
Anexo 4: Entrevista dirigida al Presidente GAD Parroquial de Santa Catalina de Salinas.....	164
Anexo 5: Entrevista dirigida al Ing. Anderson David Maldonado. Coordinador de la Organización Comunitaria Bombódromo Palenque.....	165
Anexo 6: Entrevista dirigida a la Ing. Mariela Mina Representante de la Fundación “Sembrando Nuestro Futuro”.....	166
Anexo 7: Entrevista dirigida a la Lic. Estefanía Vallejo.....	167
Anexo 8: Entrevista dirigida a Gastón Andrango.....	168
Anexo 9: Certificación socialización	169

RESUMEN

El presente proyecto muestra un estudio realizado a los productos y servicios turísticos que se ofertan en la Parroquia Santa Catalina de Salinas, y a la gestión que realizan las empresas turísticas públicas y privadas para publicitar los productos y servicios que se desarrollan en la misma, esto con el propósito de mejorar la oferta turística del sector e incentivar la visita de turistas a la localidad. Para cumplir con lo planteado se formularon los siguientes objetivos: Identificar los productos y servicios turísticos que se desarrollan en la parroquia, diagnosticar el nivel de calidad de la experiencia turística percibida por los demandantes, conocer los medios publicitarios que emplean las empresas turísticas públicas y privadas que opera en la parroquia y elaborar un programa de mejoramiento de la oferta turística local. El marco teórico está constituido por temas referentes a: Turismo, clasificación de servicios turísticos, calidad de servicios turísticos, publicidad turística y además consta de un glosario de términos que facilitan la comprensión de los temas mencionados. La metodología aplicada en esta tesis de grado se fundamentó en descriptiva, analítica y sintética, y se utilizó técnicas como: la observación, encuesta, entrevista, para recabar información referente al tema de estudio. El estudio permitió determinar que la parroquia Santa Catalina de Salinas cuenta con 2 establecimientos que ofertan el servicio de alojamiento, 4 establecimientos que ofertan el servicio de alimentación, 2 establecimientos que ofertan el servicio de esparciendo y 4 establecimientos que ofertan servicios turísticos complementarios, también se logró determinar que 8 de estos servicios son de carácter comunitario y están asociados a la organización comunitaria Bombódromo Palenque. Se determinó además que el 63% de los visitantes que llegan a Salinas son de origen nacional y el 37% son de origen extranjero, además se logró determinar que el 87% de turistas encuestados no consideran satisfactoria la experiencia turística experimentada en Salinas y el 80% de los mismo opinan que la calidad de servicio de alimentación necesita atención urgente ya que el servicio ofertado es malo, En cuanto a publicidad se logró determinar que no existe publicidad que dé a conocer la parroquia por los productos y servicios ofertados en la misma, sino que la publicidad existente hasta el momento corresponde directamente a material publicitario utilizado por la empresa pública ferrocarriles del Ecuador. En la propuesta planteada se establece el diseño y aplicación de 4 proyectos enfocados en mejorar la oferta turística de Salinas para incentivar la visita de nuevos clientes a la localidad.

SUMMARY

The present project shows a study made to the products and tourist services offered in the parish Santa Catalina de Salinas, also to management applied by public and private tourism companies in publicity of the products and services that develop in the parish, all of this in order to improve the touristic offer of this location and incentivize the visit of new tourists. To make this investigation was necessary to propose the following objectives: Identify services and touristic products offered in Salinas, Define the tourist quality experience that visitors gets, staying in parish Santa Catalina de Salinas, and know if the touristic companies public and privates apply publicity to advertise the touristy activities that people can make in Salinas. The theoretical framework was based on the descriptive, analytical and synthetic methodology was applied techniques such as observation, survey, and interview, gather relevant information that led to the problem of study. This investigation determined that in the parish of Santa Catalina de Salinas are: 4 places that offer food and beverages services, 2 places that offer the lodging service, 2 places that offer recreational services and offer 4 places of touristic support services. About the satisfaction with this investigation was possible to determine that tourists at the end of the extrusion on Salinas, do not feel satisfied enough, because the quality of the service of alimentation offered on the restaurants are not correct. The parish of Santa Catalina de Salinas does not have an advertising program to raise awareness of the touristic activities and services offered on the location. That is why this investigation recommends applying 4 programs in order to improve in the quality of the touristic services offered and being one of the most visited places in Imbabura.

INTRODUCCIÓN

En casi todos los países del mundo, el turismo representa una parte importante de su economía, así como el comercio y la industria son esenciales para el desarrollo de las sociedades, el turismo representa una fuente de ingreso constante, que requiere no solo de la inversión, sino de su fomento y difusión.

Ecuador tiene grandes posibilidades para desarrollarse mediante el turismo, pues su ubicación geográfica estratégica, sus características territoriales únicas, la variedad de climas y microclimas, su flora y fauna singulares, a más de su historia compleja y apasionante, y de la diversidad cultural y étnica configuran una gran potencialidad para mostrarse al mundo.

El Ecuador, cuya economía ha sido históricamente petrolera y agro exportadora, actualmente está siendo reorientada a fortalecer la actividad turística como alternativa para el desarrollo económico ya que representa una importante fuente de empleo y captación de divisas, a través de conocer y darse a conocer frente a otros pueblos y culturas.

El objetivo de este proyecto se centró en determinar aspectos que permitan a la Parroquia de Salinas de Ibarra ser un destino turístico con una oferta diferencial y con personalidad propia procurando crear una imagen de destino, en la que se desarrollen aspectos tales como: la cultura, tradición, patrimonio, gastronomía, entre otros.

La diversificación de la oferta es uno de los logros a alcanzar como medio para lograr el desarrollo económico de la zona, el cual permita el mantenimiento de la población frenando la regresión demográfica,

elevando el nivel económico de la población y el bienestar social de los habitantes.

El presente trabajo de grado está estructurado en los siguientes capítulos:

Capítulo 1:

Contiene antecedentes, planteamiento del problema, formulación del problema, delimitación, objetivos: general, específicos, interrogantes de investigación y Justificación.

Capítulo 2:

Describe la fundamentación teórica, posicionamiento teórico personal, glosario de términos, interrogantes y matriz categorial.

Capítulo 3:

Detalla la metodología de investigación, métodos, técnicas, población y muestra.

Capítulo 4:

Comprende el análisis de resultados de la investigación con las respectivas tablas, figuras e interpretación de datos.

Capítulo 5:

Contiene conclusiones y recomendaciones planteadas en base a los resultados obtenidos.

Capítulo 6:

Describe la propuesta, sus fundamentos, objetivos, ubicación, desarrollo de la misma, los impactos generados, la bibliografía y anexos.

CAPÍTULO I

1. El problema de investigación

1.1. Antecedentes

El Ecuador es un país situado al noroeste de Sudamérica, está ubicado en una región privilegiada del planeta el hecho de estar situado justo en el equinoccio y atravesado por la Cordillera de los Andes, lo que ha dado lugar a algunos de los más variados y ricos entornos del mundo, en estos parajes diversos se ha desarrollado un pueblo de milenaria tradición, en la que conviven más de una docena de culturas, 18 nacionalidades indígenas y 14 pueblos con tradiciones diversas y su propia cosmovisión, que expresan su riqueza en las coloridas artesanías, la algarabía de las fiestas populares y los tradicionales mercados, todas estas características han permitido que el Ecuador sea un país eminentemente turístico.

Políticamente el Ecuador está dividido en 24 provincias, agrupadas en 10 regiones como lo dictamina, la actual administración política según la actual Constitución, que dio lugar al nacimiento de la SEMPLADES. En la actualidad estas provincias están netamente involucradas en la actividad turística ya que uno de los objetivos principales del PLAN DE TOUR 2020 es dinamizar la economía del país mediante el desarrollo del turismo, mejorar la calidad de vida de la población y satisfacer las necesidades de la demanda turística, un claro ejemplo de esto es Imbabura, una provincia ubicada en el norte de la serranía ecuatoriana, la capital de la provincia es la ciudad de Ibarra.

Ibarra está formada por parroquias urbanas (Caranqui, Alpachaca, La Dolorosa, El Sagrario, San Francisco) y rurales (Ambuquí, Angochagua, La Esperanza, La Carolina, Lita, San Antonio y Santa Catalina de Salinas.

Actualmente el Gobierno del Ecuador mantiene una campaña internacional para atraer al turista extranjero, denominada All You Need Is Ecuador, estrategia que marcó un hito sin precedentes en el registro histórico del turismo ecuatoriano. Más de 455 millones de personas alrededor del mundo han sido impactadas por esta poderosa campaña que logró posicionar al destino Ecuador a escala internacional.

Dentro de esta gran campaña publicitaria, se incluye la promoción de los atractivos naturales, con los que cuenta el país. Entre ellos se incluye al tren como un recurso activo para atraer turistas y garantizar que su estancia sea placentera. De esta manera los comentarios de los visitantes atraerán más visitas, como respuesta a los múltiples lugares y experiencias que al visitar Ecuador se obtendrán.

La parroquia Santa Catalina de Salinas, en los últimos años se ha destacado en el desarrollo turístico, ya que en ella se encuentra la estación del tren de Salinas y parte del Sistema Férreo Ecuatoriano que fue rehabilitado a partir del año 2008 que el ferrocarril fue declarado Patrimonio histórico de la nación de uso turístico.

En la provincia de Imbabura el tren volvió a operar en enero del 2012, después de 40 años, considerando que en el año de 1975 inicio la decadencia del tren, desde esa fecha se realizaron varios intentos por recuperarlo, el más notorio fue en 1992, sin embargo fue el actual gobierno quien lo logro, con una considerable inversión, que ha permitido rehabilitar varios tramos a partir de esta fecha.

Salinas al ser el destino turístico del tren dinamiza la economía de su pueblo a través del desarrollo de actividades turísticas. Los pobladores de Santa Catalina de Salinas se han agrupado en varios proyectos relacionados con: música, danza, gastronomía y artesanías tradicionales de la comunidad afro, con el objetivo de compartir con los visitantes sus costumbres y generar ingresos económicos para sus familias.

Salinas es uno de los sectores que debe ser aprovechado turísticamente ya que cuenta con un patrimonio turístico diferenciado integrado por atractivos naturales, culturales competitivos frente a otros destinos turísticos de la provincia de Imbabura, por eso es fundamental que los actores que se involucren en la actividad turística del sector conozcan de ciertos conceptos que ayudan a mejorar la visión y desarrollo de esta actividad en la parroquia.

1.2. Planteamiento del Problema

La parroquia de Santa Catalina de Salinas a partir del 18 de Enero del 2012, es considerado un destino turístico del Ecuador al que acuden cada semana, aproximadamente 700 visitantes entre nacionales y extranjeros.

La parroquia de Santa Catalina de Salinas ha tomado impulso en los últimos años, actualmente la situación del turismo en el sector es preocupante debido a la inadecuada administración y operación del turismo por parte de los actores turísticos de la parroquia, ha provocado estancamiento y monotonía del turismo en el sector.

La limitada diversificación de la oferta turística local, ha provocado saturación y deterioro de los pocos atractivos turísticos con los que cuenta la parroquia, este hecho genera en los visitantes insatisfacción durante su estadía. La inadecuada prestación de servicios turísticos y la inexistente

segmentación de la demanda, deterioran la imagen de la parroquia frente a posibles nuevos visitantes.

Santa Catalina de Salinas no cuenta con una adecuada planificación turística que permita identificar deficiencias en la ejecución de objetivos, estrategias y metas, lo que impide el desarrollo turístico. Los aspectos mencionados son los principales elementos que limitan la dinamización de la economía del sector y a su vez no aporta a la planificación del desarrollo turístico del país.

1.3. Formulación del Problema

¿Cuál es la situación actual del desarrollo turístico de la Parroquia Santa Catalina de Salinas, cantón Ibarra?

1.4. Delimitación

1.4.1. Delimitación espacial

El área de estudio en el que se llevó a cabo la investigación fue en la Parroquia rural de Santa Catalina de Salinas perteneciente al cantón Ibarra.

En una superficie de 7.718.72 Ha (siete mil setecientos dieciocho con setenta y dos hectáreas), superficie correspondiente a el barrio La Esperanza, La Floresta, Central, San Martín y San Miguel, las comunidades de San Luis, Cuambo y el Caserío El Consejo.

1.4.2. Delimitación temporal

La presente investigación se desarrolló en el periodo 2013 - 2014.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Elaborar un estudio situacional del desarrollo turístico de la Parroquia Santa Catalina de Salinas cantón Ibarra, para proponer Mejoras en la oferta turística local.

1.5.2. Objetivos específicos

- Identificar los productos y servicios turísticos que se desarrollan en la parroquia Santa Catalina de Salinas.
- Determinar el nivel de calidad de la experiencia turística percibida por los demandantes.
- Identificar los medios publicitarios que emplean las empresas turísticas públicas y privadas que operan en la Parroquia Santa Catalina de Salinas para promocionar sus productos y servicios.
- Diseñar un plan de mejoramiento de la oferta turística existente en Salinas, que contemple estándares de calidad que satisfaga las necesidades turísticas del visitante que acude a la parroquia.

1.6. Justificación

Santa Catalina de Salinas es una parroquia rural perteneciente al cantón Ibarra, posee una gran riqueza cultural e histórica ya que ha sido escenario donde se han desarrollado aspectos relevantes que forman parte importante de la historia de Ecuador.

Durante muchos años los habitantes de la parroquia de Salinas se han dedicado al cultivo y producción de caña de azúcar como alternativa de economía local, malgastando el alto potencial turístico que tiene la zona, y que ejercería como una notable fuente de ingreso y de empleo para la población, en actividades ligadas al turismo.

Desde inicios del año 2007 que el Gobierno Nacional precedido por el economista Rafael Correa inicia los estudios de la rehabilitación del sistema férreo del Ecuador para uso turístico, las autoridades de la parroquia ponen en marcha un plan integral turístico, ya que por su territorio atraviesa parte del sistema férreo ecuatoriano y posee una estación de tren.

Entre el año 2007 y el año 2012 que el ferrocarril inicia su operación en el norte de país, el GAD parroquial de Salinas se dedicó a capacitar a los habitantes de la localidad en el ámbito turístico con la finalidad de crear asociaciones que se dediquen a prestar servicios turísticos.

Durante el año 2012 y 2013 el GAD parroquial de Salinas conjuntamente con las asociaciones creadas, aplican un circuito turístico organizado, dirigido a los pasajeros del tren, mismo que integró actividades recreacionales basadas en aspectos relevantes de la localidad en cuanto a historia y cultura del pueblo afrodescendiente.

El contacto directo con los turistas que se transportaban en tren al desempeñarme como guía turística de la ruta Tren de la Libertad y el haber escuchado de la mayoría de los turistas opiniones negativas de la experiencia turística vivenciada en la Parroquia, nace la necesidad de identificar los factores que generan insatisfacción en el turista y deterioran el desarrollo de la actividad turística en Salinas, con la finalidad de plantear estrategias que permitan: Dinamizar la oferta turística existente

en Salinas, Mejorar la calidad de los servicios turísticos ofertados e incentiven la visita de nuevos turistas a la localidad.

Los beneficiados de este proyecto investigativo son: los habitantes de Salinas, los emprendedores turísticos comunitarios - privados y el GAD Parroquial.

CAPÍTULO II

2. Marco teórico

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Definiciones de turismo

El turismo es necesario definirlo con el objeto de apreciar sus características, para lo cual se cita algunas de las definiciones que expertos en la actividad han formulado, con el fin de extraer de ellas los elementos comunes que nos permitan conocer con más claridad en qué consiste esta actividad.

De acuerdo al máximo rector del turismo la OMT (1994), define:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros” (p. 11).

Conforme a lo estipulado comprendemos que el turismo es un movimiento de masa de personas motivados por diferentes factores, como trabajo, ocio, salud, religión, educación, nostálgico entre otros, para que un movimiento sea considerado turismo debe tomarse en cuenta el tipo de gasto, el conjunto de actividades y periodo de estancia que el individuo realiza durante su desplazamiento.

Para Cabarcos N. (2010)

“El turismo es el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos en distintos lugares diferentes a su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos” (p.2).

El turismo está dado por 3 aspectos como: el viaje a otros lugares fuera del entorno habitual, la motivación de los viajeros, y las actividades que se desarrollen en el destino.

2.1.2. Clasificación del turismo

El turismo puede ser clasificado de distintas maneras de acuerdo con ciertas características: según el motivo del viaje, según la forma del viaje, según el tipo de viaje, según el tipo de operación y según la permanencia en el lugar de destino.

2.1.2.1. Según la forma de viaje

En este caso, el turismo, independientemente del tipo de arreglo efectuado por el turista para realizar el viaje, de acuerdo a (Fusda, 2014), se puede clasificar como:

- **Turismo convencional o de tipo vacacional:** es el que obedece a motivaciones relacionadas con la educación, el placer, el descanso o con la recreación.
- **Turismo especializado:** es el que responde a motivaciones ligadas con las expectativas de emoción y aventura o con el interés científico.

- **Turismo de afinidad o de interés común:** es el que se encuentra ligado a motivaciones de índole profesional, religiosa o filosófica.

2.1.2.2. Según la forma de viaje

La clasificación del turismo según la forma de viajar está dado por:

- Turismo individual.
- Turismo de grupo.

El turismo individual es aquel que realiza una sola persona y toma la iniciativa por sí solo; el turismo en grupo formado por varias personas para visitar un lugar turístico.

2.1.2.3. Según el tipo de operación

De acuerdo a (Cabarcos, 2010, pág. 3), el turismo según la operación se subdivide en:

- **El turismo interno:** comprende a los residentes de la misma zona que viajan a un destino distinto al de su residencia habitual por un periodo de tiempo no superior a un año. El turismo interno es aquel que se da en el mismo lugar de residencia, este puede ser en una ciudad, o cantón.
- **Turismo receptor:** incluye a los no residentes en un determinado país o región, que viajan a otro país que no es el suyo, por un periodo no superior a un año. El turismo receptivo es aquel que llega al destino donde la empresa está establecida y presta sus servicios, independientemente del punto de origen del visitante.

- **Turismo emisor:** engloba a los residentes de un país que se desplazan a otro país distinto al suyo. Por turismo emisor se entiende aquel que tiene su origen en el lugar donde está establecida la empresa o situado en sus alrededores, y que tiene como destino cualquier punto del territorio nacional o del extranjero.

2.2. Productos y servicios turísticos parroquia Santa Catalina de Salinas.

2.2.1. Turismo nacional

Según Acereza (2011) afirma que:

“Turismo nacional es cuando lo practican los habitantes de un país, dentro de los límites de su propio territorio y Turismo extranjero se designa a las corrientes de viajeros que traspasan los límites de su país para internarse en otro” (p. 41).

El turismo nacional es la principal fuente de valoración y empoderamiento de los recursos turísticos con los que cuenta el Ecuador, con una conciencia conservacionista que permita rehabilitar, preservar y reforzar la cadena turística nacional, para poderla explotar de manera internacional, por tanto el movimiento turístico nacional es de vital importancia para todos ser portavoces del potencial turístico local, sectorial y nacional.

2.2.2. Turismo itinerante

Para Chuco. (2009)

“El turismo itinerante se caracteriza por mantener una permanencia muy corta en el lugar de destino y, normalmente, está

relacionada con un tour, un package-tour o con un circuito, aunque, de hecho puede dirigirse solamente a un único destino” (p. 78)

El turismo itinerante, denota una corta duración en el destino pero debido al principal motivo que es conocer y regirse por un circuito previamente determinado hace que este sea reconocido como un movimiento turístico, tal y cual se hace en la parroquia Santa Catalina, un conjunto de actividades cortas que forman un paquete turístico.

2.2.3. Turismo residencial o de estadía

El turismo residencial o de estadía es definido por, De la Torre O. (2011) quien menciona:

“Se caracteriza por mantener una mayor permanencia en el lugar de destino y, generalmente, está asociado al uso de sistemas de alojamiento extra hoteleros (residencias, apartamentos y condominios)” (p. 26).

Este tipo de turismo se puede dar con mayor frecuencia se las puede ver en los sectores rurales, donde la motivación y la tipología del visitante son variadas, pero con un mismo fin conocer y experimentar diferentes estilos de vida los cuales satisfagan sus necesidades, además se caracteriza por gastar un mayor tiempo en un solo destino.

2.2.4. Turismo de masas

Se caracteriza por el gran número de personas que lo realiza turismo, permite que grandes sectores de la población tengan acceso al turismo, y ocupen grandes lugares para satisfacer sus necesidades.

Según Quesada R. (2010), el turismo masivo recibe su nombre debido

al volumen de personas que componen ese amplio grupo, constituido por las mayorías. Es el de mayor magnitud, no solo por su tamaño, sino también por la gran diversidad de servicios existentes para satisfacer los más variados gustos y niveles socioeconómicos que conforman este grupo (p. 26).

En concordancia con lo que se expone al turismo de masa se las puede observar claramente en los lugares habituales o de mayor tendencia turística como son los de playa, por su diversidad en ofertas turísticas y por tener todos los elementos para su explotación tanto en infraestructura, servicios y atractivos.

2.2.5. Turismo alternativo

Para Vélez L. (2014):

“El turismo alternativo se ha constituido en una nueva forma de disfrutar del tiempo libre. El contacto con la naturaleza, la paz del paisaje y la agreste del terreno provocan que el visitante se ubique en otra perspectiva para comprender el mundo que los rodea y también para redescubrirse a sí mismo” (p. 65).

Se refiere a toda una gama de alternativas de viaje que tienden a apartarse de las características que presenta el turismo masivo. Dichas alternativas de viaje incluyen, entre otras, al turismo cultural, al turismo de aventura, al turismo rural, al turismo ecológico o ecoturismo y al turismo comunitario.

En el Ecuador Actualmente este es el tipo de turismo que los gobiernos provinciales y municipales están adoptando, para fomentar la actividad turística del país.

2.2.5.1. Turismo cultural

El Turismo Cultural, puede ser entendido como aquel en que la principal motivación es conocer aspectos de la cultura (costumbres; arquitectura; manifestaciones artísticas; gastronomía; etc.) de los antiguos y/o actuales habitantes del lugar visitado. Este se puede dar tanto en el medio urbano como rural.

Para Quesada R. (2012) turismo cultural es

“Conjunto de ideas, técnicas y costumbres, y artísticas que configuran el estado de desarrollo material y social de un pueblo de un grupo étnico o del conjunto de la humanidad” (p. 90).

Esta es una de las modalidades de turismo alternativo que está surgiendo con gran fuerza ganando espacio en el mercado, por su composición natural que expone experiencias nuevas que el turista puede conocer desde un punto de vista muy cercano, con respeto mutuo entre visitante y anfitrión.

2.2.5.2. Turismo de aventura

Para Sánchez (2011) el turismo de aventura es:

“Una forma de hacer turismo en el que se incluyen diferentes actividades deportivas – recreativas en diferentes niveles de dificultad, en donde se participa de la armonía con el ambiente, respetando el patrimonio natural, cultural e histórico” (p.284).

Como denota el autor el turismo de aventura está ligada a la naturaleza y el deporte, donde se ha valido del ingenio del hombre para realizar deportes de variados niveles de adrenalina y riesgo, dependiendo del tipo

de motivación que tenga el visitante, en este tipo de turismo se puede emplear cualquier espacio natural, sea en las corrientes del agua, lagunas, montañas, riscos.

Según la OMT el turismo de aventura corresponde a "actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y, en ocasiones, entrañan verdadero riesgo, entre las actividades aludidas se encuentran por ejemplo: descenso de cursos de agua en balsas; Montañismo; pesca deportiva; caminatas en la naturaleza, entre otras.

2.2.5.3. Turismo rural.

Para Crosby A. (2009), dice que

“El turismo rural incluye: una gama de actividades, productos y servicios turísticos proporcionados por agricultores y campesinos, vale decir, la gente que vive en las áreas rurales para atraer a los turistas y visitantes a su área para generar ingresos complementarios para sus oficios, en contraposición y en competencia con el tradicional turismo del sol y playa y/o turismo urbano” (p. 284)

Esta dado por la visita a lugares del sector rural, es decir en los lugares alejados a la ciudad, respetando la naturaleza y el entorno.

Este turismo es realizado por personas con gustos y motivaciones distintas al de solo ocio, sino también con la motivación del trabajo social, educativo y de intercambio.

Los principales escenario donde se da este tipo de turismo, es en los sectores rurales con costumbres, tradiciones, o donde se pueda ver una identidad cultural propia del sector, con los servicios básicos para la ejecución de esta actividad.

De igual forma Pulido F. en su libro “El Turismo Rural” (2008), define

“Un destino turístico es un sistema territorial de características singulares, que cuenta con unos componentes básicos que configuran su atractivo y otros que facilitan el consumo, al tiempo que goza de una imagen que le otorga un determinado símbolo social“. (p. 262, 263).

El turismo rural, explota todo el potencial que tiene un sector creando ambientes de distracción que fortalezcan y dinamicen el sector.

2.2.5.4. Ecoturismo.

De acuerdo a Jiménez (2013) el ecoturismo

Ha sido relacionado frecuentemente con el turismo de aventura, el cual, en la mayoría de los casos ha sido utilizado para designar actividades de índole ecológica, que en ocasiones han permitido llamar la atención de las personas que aspiran practicar una verdadera actividad ecoturística. Esta situación hace del ecoturismo una forma más del turismo masivo corriente, desvirtuando su esencia, así como los objetivos y beneficios que ofrece a las comunidades, in situ, o aledañas a las áreas protegidas y a los turistas, al igual que la conservación de los recursos naturales y la protección ambiental (p. 1).

El ecoturismo es aquel que agrupa actividades de aventura en espacios ecológicos, admirando y respetando la flora y fauna.

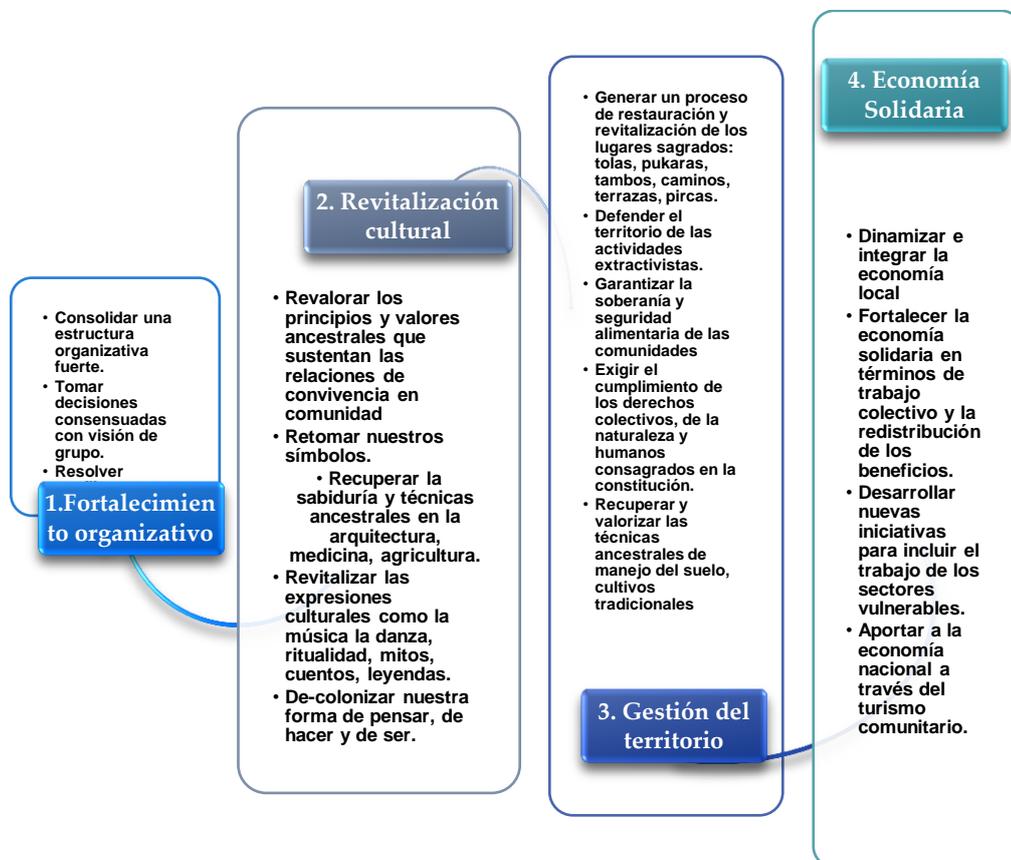
El ecoturismo nace de la necesidad de conservar los espacios verdes en su forma natural, lo mayormente posible, para de esta forma no solo conservar el ambiente intacto sino además obtener beneficios con un

mínimo impacto ambiental, al ecoturismo se le puede aplicar actividades como la caminata, paseos, fotografía, avistamiento de aves, ciclismo y ciertos deporte de aventura que no alteren su entorno auditivo y visual.

2.2.5.5. Ejes del turismo comunitario en el Ecuador

La Federación Plurinacional de turismo comunitario del Ecuador, es la organización que rige los lineamientos y ejes del desarrollo de esta actividad en el Ecuador.

Gráfico 1: Ejes del turismo comunitario Ecuador



Fuente: (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, 2013).

De acuerdo a los lineamientos que se debe seguir, al momento de ejecutar la actividad del turismo comunitario se fija en cuatro grandes ejes que son;

- **Fortalecimiento organizativo.**

El cuál es el primer paso, para la toma de decisiones importante, sino se tiene un consenso general de trabajo, apoyo, liderazgo y seguimiento no se podría desarrollar el turismo comunitario ya que en esta actividad todos dependen de todos, pues no solo se busca el beneficio individual sino colectivo, ya que esta es la prestación de un servicio donde la amabilidad y calidez humana hacen que la estancia del visitante sea placentera.

- **Revitalización cultural.**

Muy importante, a pesar de tener el componente cultural, es importante revivir toda clase de manifestación cultural, dándole la connotación que se merece, desde el pensamiento de empoderamiento de la cultura hasta la forma de expresar, valorando la sabiduría de los adultos, costumbres, espacios ancestrales, historia, arquitectura, agricultura, idioma y vestimenta no simplemente por el momento de obtener ingresos monetarios sino de mantener la cultura viva, la cual le dará el valor que se merece.

- **Gestión del territorio.**

Es el empoderamiento que tiene el individuo con su cultura y su ambiente, ya que muchas de las etnias se identifican con su territorio, donde se desarrolló su historia, esto no implica simplemente el espacio territorial sino también recuperar los derechos como individuos gestores

de la economía y valores humanos, generalmente estos grupos han sido marginados por el colonialismo, por lo cual sus pensamientos han sido denigrados los cuales ahora deben ser valorados para ser explotados de una manera justa, para su propio beneficio.

- **Economía solidaria.**

Como resultado del trabajo mancomunado, de la valoración y reivindicación de los sectores hoy en día vulnerables, se puede lograr aportar a las familias en incrementando un cierto porcentaje en su economía, pero todo depende del manejo justo, legal y honorable con que se desarrolle la actividad, con el cual se da valor económico, social y étnico a la actividad del turismo comunitario.

2.2.5.6. Turismo sostenible

Quesada M. (2010), denota que

El turismo sostenible procura que con el aprovechamiento de sus recursos exista poco impacto ambiental y cultural. A su vez, proporciona la activa participación de las comunidades en su protección y en la activa participación de las comunidades en su protección y en la exaltación de los valores autóctonos, para que de este modo se obtenga un mayor beneficio socioeconómico de la actividad turística (p.112).

Aquellas actividades turísticas respetuosas con el medio natural, cultural y social, y con los valores de una comunidad, que permite disfrutar de un positivo intercambio de experiencias entre residentes y visitantes, donde la relación entre el turista y la comunidad es justa y los beneficios de la actividad es repartida de forma equitativa, y donde los visitantes tienen una actitud verdaderamente participativa

en su experiencia de viaje.

Gráfico 2: Clasificación del turismo sostenible



Fuente: (Gutierrez, Bracamonte, & Paz, 2009)

La conservación del medio ambiente, debido a los diferentes factores de consumo de los recursos de materia prima de la naturaleza hace que el equilibrio de este, cuelgue de una balanza que cada vez va mermando al medio ambiente, por lo cual surge el turismo sostenible, con el cual se pretende salvaguardar este entorno mediante la elaboración de programas y actividades donde se emplee los recursos naturales con mínimos impactos ambientales.

De esta manera el turismo sostenible, aporta a la conservación del medio en que se ejecuta la actividad, la conservación no se limita simplemente al medio ambiente sino también a los valores culturales, bienes arqueológicos y símbolos arquitectónicos, entre otros, el turismo emplea estrategias y planes primordiales los cuales mantengan el

atractivo y que puedan ser valorados de generación en generación.

De acuerdo a (Gutierrez, Bracamonte, & Paz, 2009), el turismo sostenible se clasifica de la siguiente manera:

- **Turismo Científico:** El objetivo principal del viajero que elige este tipo de turismo es abrir más sus fronteras para la investigación de ciertas áreas, para ampliar y complementar sus conocimientos.
- **Turismo de Aventura:** Es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno.
- **Ecoturismo:** Se acompaña por códigos éticos y un enorme grupo de viajeros internacionales, estudiantes, pensadores y el apoyo de los gobiernos de algunos países industrializados.
- **Turismo Cultural:** Corresponde a los viajes que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.
- **Turismo Agrícola (Agroturismo):** El turismo rural contribuye a diversificar la oferta de productos y a sostener la economía de las comunidades rurales.
- **Turismo Histórico:** Es aquel que se realiza en aquellas zonas cuyo principal atractivo es su valor histórico.
- **Turismo Gastronómico:** Es una forma de hacer turismo en la que la gastronomía del país visitado es parte de la actividad

preponderante durante su visita.

La OMT, (2006), ha dado una definición completa de turismo sostenible:

El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas'. "Hacer al turismo más sostenible significa tener en cuenta esas repercusiones y necesidades en la planificación, el desarrollo y la operación del turismo. Se trata de un proceso continuo de mejora que implica tanto al turismo en ciudades, como en complejos, zonas rurales y costeras, montañas y áreas protegidas. Se puede aplicar a todas las formas de turismo de negocio y de ocio (p. 12).

2.2.6. Información turística

Para Oriol R. (2011)

Acerca de la información turística: se distingue por su utilidad en el entorno de la actividad turística. Así podemos considerar información turística tanto la información de la oferta turística de un destino y de sus precios como aquella que nos explica las tendencias de la demanda para el verano. La información turística necesita de un emisor, un receptor y un canal (p. 77)

La información turística debe ser clara y veraz, cuando el turista decida visitar el lugar que le informaron quede satisfecho y cumpla con sus expectativas.

Está encargada de proveer información a los turistas potenciales y turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias

negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico. La oficina de turismo suele ser de carácter público y sin fines de lucro, dependiente de organismos públicos con el fin de mantener la neutralidad y calidad de la información.

La información otorgada incluye datos de contacto de prestadores de servicios turísticos (oferta turística: alojamientos, agencias de viajes, guías, restaurantes, transportes y otros como hospitales, cabinas de Internet y teléfonos, vacunas), atractivos, lugares, eventos y actividades de interés, horarios de atención, tarifas, rutas, sugerencias de seguridad y otros datos relevantes para el turista.

2.2.7. Sistema Turístico

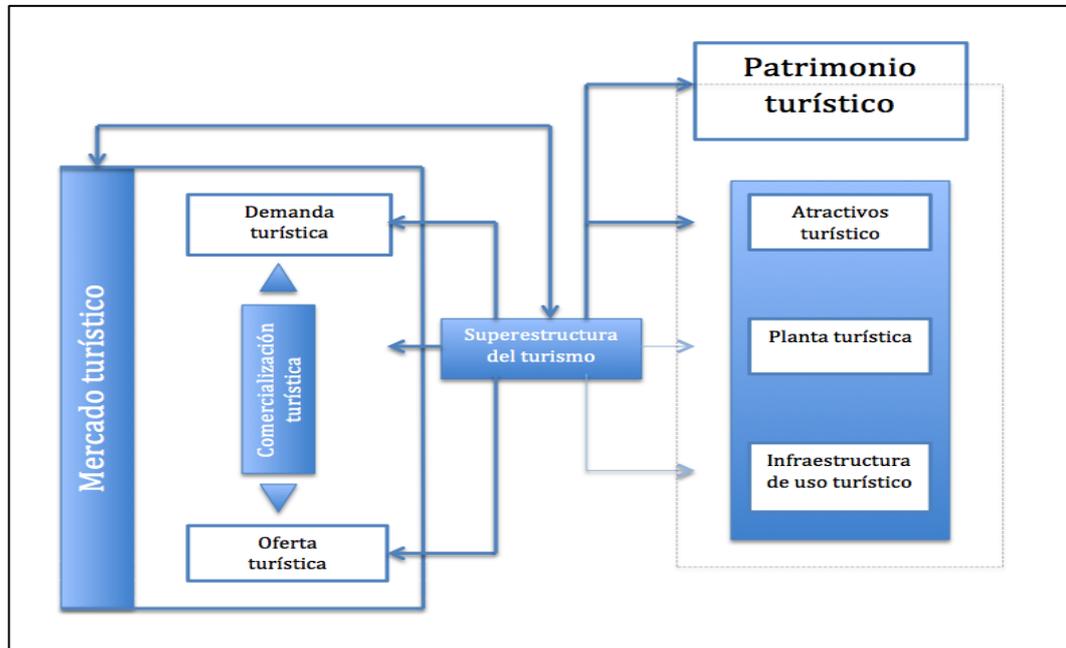
El turismo es un sistema abierto de cinco elementos, en donde constan los atractivos turísticos, la planta turística, infraestructura de uso turístico, la demanda y oferta turística.

Para Boullon R. (2011) afirma que: “el turismo es una actividad que resulta de la suma de recursos naturales, culturales, sociales y económicos y es por eso que su campo de estudio es amplio, complejo y multicausal” (p.54).

Estos factores son causa y efectos mediadores, y no se pueden afirmar con seguridad, ante mera especulación simplista, cuales son los que determinan la actividad turística y cuales no la determinan.

Para organizar este inmenso complejo de factores es necesario tener un cuadro referencial dinámico, flexible, adaptable, de fácil lectura, comprensión, y que al mismo tiempo integre toda esta colosal complejidad y la represente por entero en sus combinaciones.

Gráfico 3: Superestructura del Turismo



Fuente: (Manual de Emprendedor Turístico, 2009)

2.2.8. Elementos del sistema turístico

2.2.8.1. Mercado Turístico

El ministerio de turismo del Ecuador en el Manual de Emprendedor Turístico Modulo I (2009) define al mercado turístico como:

El conjunto de compradores - visitantes (demanda) y vendedores (oferta) de una muy extensa gama de servicios. La compra o venta (transacción comercial) puede realizarse entre una empresa y el consumidor final o entre empresas. Estas relaciones están reguladas por normas, leyes y reglamentos (superestructura) que buscan que todos estos actores funciones en armonía con sus entornos.

El mercado turístico está dado por oferentes y demandantes turísticos.

2.2.8.2. Oferta turística

Dentro del (Manual de Emprendedor Turístico, 2009)

La oferta turística también conocida como patrimonio turístico, es el conjunto de bienes y servicios que motivan una actitud de compra por parte del consumidor, Al mismo tiempo, la oferta está regulada por un sinnúmero de normas, reglamentos y leyes que buscan ordenar el ejercicio profesional y lograr su sostenibilidad (p.5).

En la oferta turística los oferentes ponen a disposición todos los atractivos y servicios turísticos para que las personas se sientan atraídas y acudan a demandarlos.

2.2.8.3. Demanda turística

Rodríguez M. (2008) define a la demanda turística como.

El conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) requieren a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones. Además opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios, todo lo cual sucede en el marco de un libre juego de oferta y demanda. (p.59)

Es el: “conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado (los públicos) piden a los operadores turísticos, para satisfacer

determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.

La demanda turística está compuesta por todo lo que los turistas utilizan y requieren en un espacio determinado.

- **Factores determinantes de la demanda turística**

Son aspectos que las personas consideran para la realización de algún viaje, estos se clasifican en factores internos o directos y externos o indirectos.

- a) Factores internos o directos.
- b) Factores externos o indirectos.

2.2.8.4. Motivaciones

Para Willian A., Buswell H., (2003), en su obra Mercado Turístico dice

“Con carácter general las motivaciones turísticas son un reflejo de libertad de elección, de libertad de valoración y de la subjetividad intrínseca por acometer las acciones preferidas de cada uno” (p.116).

2.2.8.5. Tendencias

Entre las tendencias de crecimiento cualitativo importante se pueden señalar las siguientes según MINCETUR-PERU, en su artículo de orientación al turismo 2010 presenta lo siguiente.

- Crece el número de turistas que desean participar en actividades recreativas, deportivas y de aventura, y conocer la historia, cultura,

naturaleza y vida silvestre de las zonas que visitan. Hoy día los turistas son más activos física e intelectualmente que antes.

- Son cada día más los turistas que desean cultivar sus intereses y hobbies personales.
- Hay muchos tipos de turismo especializado basado en la naturaleza y la vida silvestre, sitios históricos, pautas culturales, actividad económica e intereses profesionales.
- El turismo de raíces étnicas por parte de quienes visitan sus países de origen está adquiriendo importancia en muchos lugares. El turismo de naturaleza, cultura y aventura está registrando un fuerte crecimiento.

2.2.9. Atractivos Turísticos

El Ministerio de Turismo del Ecuador en el cuaderno de síntesis del (Manual de Emprendedor Turístico, 2009), menciona que:

Un atractivo es un bien tangible o intangible que provoca una motivación de visitación por parte de la demanda turística. Una micro empresa tendrá mayor oportunidad de éxito en el sector turístico cuando más auténtico sea el atractivo que desea poner en valor.

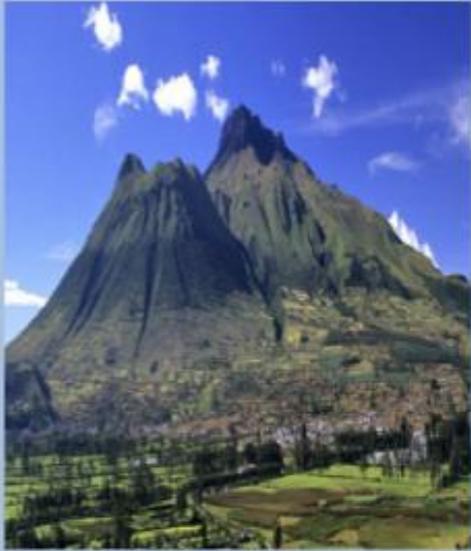
Es un lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión.

La atractividad es un elemento crucial en la motivación del turista a viajar y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera tanto actividad económica conexas (hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros) como desarrollo

de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico (aeropuertos, rutas, señalización, etc.).

La clasificación de los atractivos turísticos en el Ecuador es la siguiente:

Gráfico 4: Clasificación de los atractivos turísticos del Ecuador

Categoría	Tipo
<p>1. Sitios Naturales</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Montañas 1.2 Planicies 1.3 Desiertos 1.4 Ambientes lacustres 1.5 Ríos 1.6 Bosques 1.7 Aguas Subterráneas 1.8 Fenómenos espeleológicos 1.9 Fenómenos geológicos 1.10 Costas o litorales 1.11 Ambientes marítimos 1.12 Tierras insulares 1.13 Sistema de áreas protegidas.
<p>2. Manifestaciones Culturales</p> 	<ul style="list-style-type: none"> 2.1 Históricas 2.2 Etnográficas 2.3 Realizaciones técnicas y científicas. 2.4 Realizaciones artísticas contemporáneas.

Fuente: (Manual de Emprendedor Turístico, 2009)

Elaborado por: Bonilla, Rosa, 2014

Ecuador es un país que cuenta con un sin número de atractivos turísticos, entre ellos montañas, lagos, historia, playas, monumentos, paisajes, entre otros; son atractivos que hacen que turistas nacionales y extranjeros visiten los lugares para su recreación.

2.2.9.1. Jerarquización de los atractivos

La jerarquización de los atractivos turísticos está dada por la relación de orden entre los elementos de del conjunto de atractivos.

Tabla 1: Matriz asignación de valores a variables y factores

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

Fuente: (Manual de Emprendedor Turístico, 2009)

Elaborado por: Bonilla, Rosa, 2014

La evaluación se determina mediante la suma de los valores asignados a cada factor y en función del “puntaje” resultante se determina la jerarquización que se asigna a cada atractivo, lo que se expresa en la siguiente tabla:

Tabla 2: Jerarquización de los atractivos de acuerdo a valores

Jerarquización de los Atractivos		
Jerarquías de los atractivos	Rango Valor de Factores	Descripción
Jerarquía IV	76 a 100	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	51 a 75	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	26 a 50	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	1 a 25	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

Fuente: (Metodología para inventarios de Atractivos Turístico., 2013)

Elaborado por: Bonilla, Rosa, 2014

2.2.10. Planta turística hotelera

El ministerio de turismo del Ecuador en el (Manual de Emprendedor Turístico, 2009, pág. 12), plantea que:

La planta turística está compuesta por todas las empresas y demás servicios que actúan directamente e indirectamente en la prestación del producto turístico. Directamente están involucradas todas las empresas de alojamiento, alimentación, y transporte turístico. Indirectamente están los guías de turismo, las empresas tentadoras de equipamientos y de vehículos, bares y centros de diversión, que aumentan la gama de servicios en un lugar y la torna más atractivo para el visitante (p.12).

A continuación se destacan los servicios turísticos más importantes:

La planta turística son aquellas empresas que facilitan al turista la permanencia en el lugar de destino (alojamiento, restauración, esparcimiento, desplazamiento, etc.). Estos servicios suelen darse en el destino a excepción de las agencias de viajes emisoras, que actúan en el lugar de origen.

La Infraestructura permite el buen uso y funcionamiento de recursos turísticos y planta turística, ya que incluye las infraestructuras relativas al transporte (carreteras, ferrocarriles, puertos, aeropuertos...), comunicaciones (telefónicas...) energía, agua potable, alcantarillado, recogidas de basuras...

El transporte corresponde a los medios terrestres, aéreos y acuáticos disponibles en la zona turística.

2.2.10.1. Alojamiento

Según el (Reglamento General de la Actividad Turística del Ecuador, pág. 8), dice que: Son alojamientos los establecimientos dedicados de modo habitual, mediante precio, a proporcionar a las personas alojamiento con o sin otros servicios complementarios”.

Los alojamientos se clasifican en los siguientes grupos:

Gráfico 5: Clasificación de los tipos de alojamientos en el Ecuador

Grupo	Subgrupo	
Grupo 1: Alojamientos hoteleros 	Subgrupo 1.1 Hoteles 1.1.1. Hotel (de 5 a 1 estrellas doradas) 1.1.2 Hotel Residencia (de 4 a 1 estrella doradas) 1.1.3 Hotel apartamento (de 4 a 1 estrellas doradas)	
	Subgrupo 1.2 Hostales y Pensiones 1.2.1 Hostales de (3 a 1 estrellas planteadas) 1.2.2 Hostales Residenciales (de 3 a 1 estrellas planteadas) 1.2.3 Pensiones (de 3 a 1 estrellas planteadas)	
	Subgrupo 1.3 Hosterías, Moteles, Refugios y Cabañas. 1.3.1 Hosterías (de 3 a 1 estrellas planteadas) 1.3.2 Moteles (de 3 a 1 estrellas planteadas) 1.3.3 Refugios (de 3 a 1 estrellas planteadas) 1.3.4 Cabañas (de 3 a 1 estrellas planteadas)	
	Grupo 2: Alojamientos extrahoteleros. 	Subgrupo 2.1 Complejos Vacacionales (de 3 a 1 estrellas planteadas)
	Subgrupo 2.2 Campamentos (de 3 a 1 estrellas planteadas)	
	Subgrupo 2.3 Apartamentos (de 3 a 1 estrellas planteadas)	

Fuente: (Manual de Emprendedor Turístico, 2009)

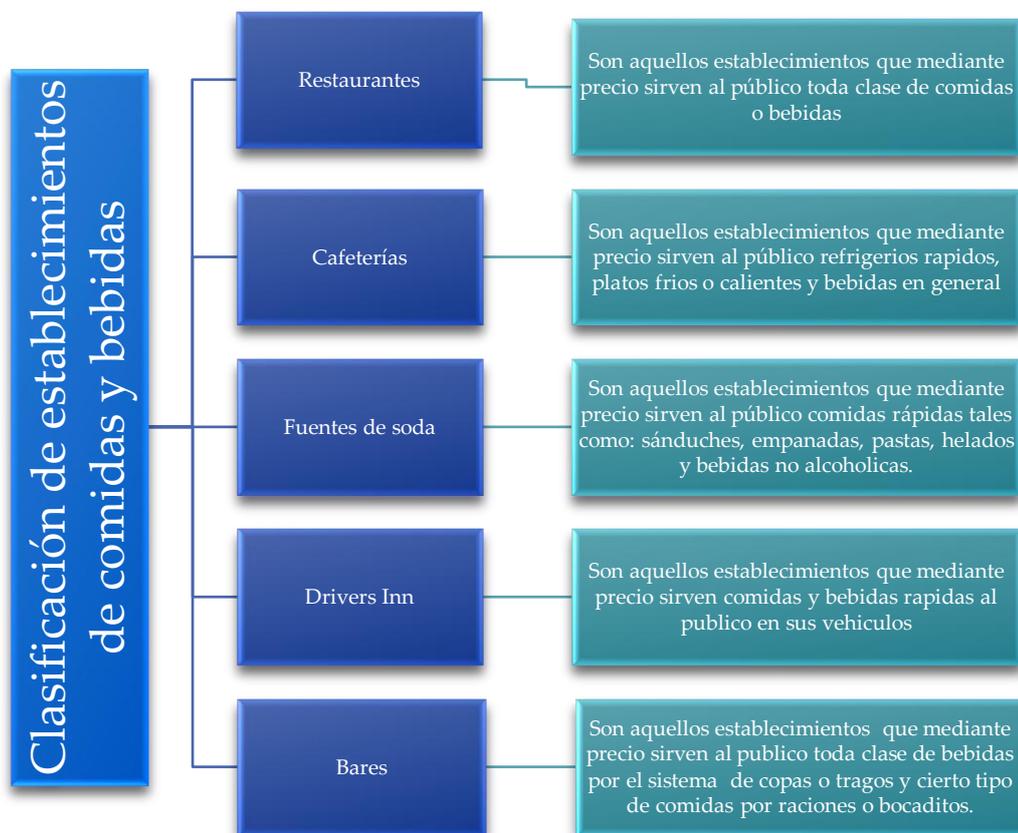
Elaborado por: Bonilla, Rosa, 2014

2.2.10.2. Alimentos y bebidas

El reglamento general de la actividad turística del Ecuador, define que:

“Son todos los establecimientos que de modo habitual y mediante precio proporcionan comida y/o bebidas con o sin otros servicios de carácter complementario” (p.108).

Gráfico 6: Clasificación de establecimientos de comidas y bebidas en el Ecuador



Fuente: (Manual de Emprendedor Turístico, 2009)

2.2.10.3. Transporte

El capítulo II artículo 5 de la ley de turismo (2008), señala que los transportes

“Constituyen una actividad turística y consisten en prestar servicios de transporte de personas o arrendar medios de transporte, de modo habitual y mediante tarifa o precio, con o sin otros servicios de carácter complementario” (p.8)

Gráfico 7: Clasificación del transporte turístico del Ecuador



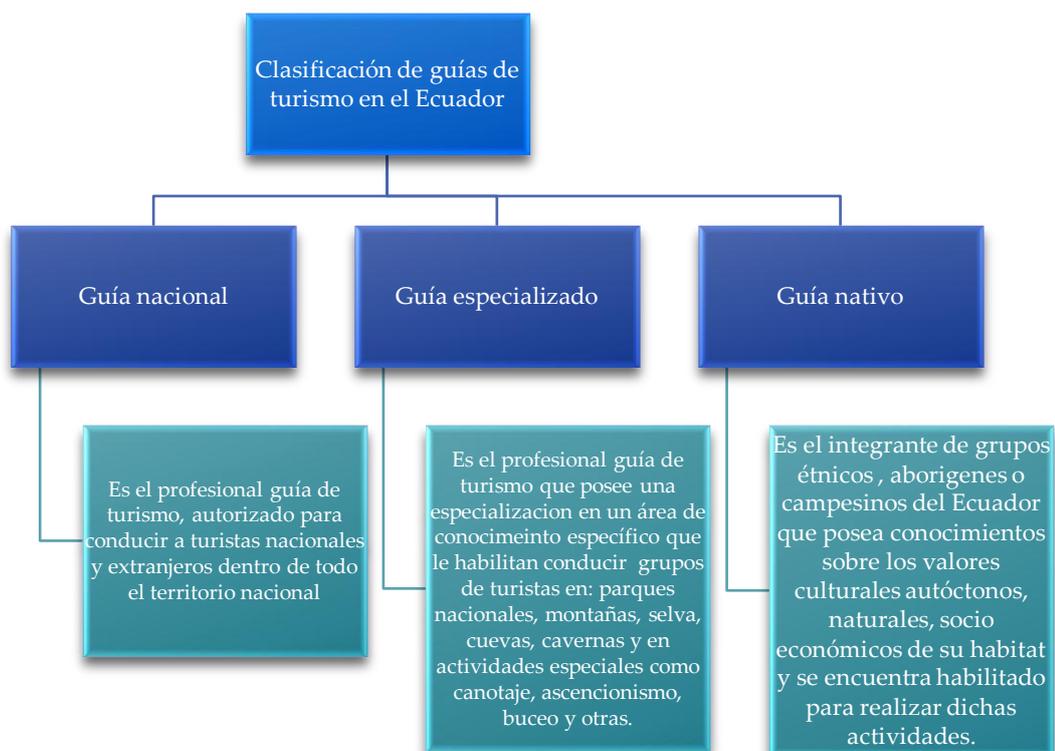
Fuente: (Manual de Emprendedor Turístico, 2009)

2.2.10.4. Guías profesionales de turismo

El Reglamento General de la Actividad Turística del Ecuador, en la sección tres, capítulo 4 artículo 118 dice que los guías de turismo:

“Son personas debidamente formadas en instituciones educativas reconocidas y legalmente facultadas para ello, que conducen y dirigen a uno o más turistas, nacionales o extranjeros, para mostrar, enseñar, orientar e interpretar el patrimonio turístico nacional y, procurar una experiencia satisfactoria durante su permanencia en el lugar visitado. Los guías profesionales de turismo, para ejercer sus actividades deberán contar con la correspondiente licencia de ejercicio profesional (p.94).

Gráfico 8: Clasificación de guías de turismo en el Ecuador



Fuente: (Manual de Emprendedor Turístico, 2009)

2.2.11. Infraestructura básica de uso turístico

Es un campo mayoritariamente de gestión gubernamental, el cual es el impulsor de tareas a favor del desarrollo turístico y constituyen la base para las estructuras requeridas por los turistas.

Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad tales como:

Gráfico 9: Infraestructura básica de uso turístico



Fuente: (Manual de Emprendedor Turístico, 2009)

2.2.12. Producto turístico

El producto turístico es la unión de bienes y servicios específicos con características diferentes destinados a ofrecerse al mercado en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista.

El producto turístico es el conjunto de combinaciones e interacción sinérgica de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio (destino) deseado, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos.

Por otro lado Philip K. (2011), afirma que el producto turístico es:

Todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad o un deseo, está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista (p.76).

2.2.12.1. Calidad en el turismo.

Tomado de tesis de grado Herrera E. donde enuncia a Villacís (2004) quien sugiere diez actividades de mejoramiento que deberían formar parte de toda empresa, sea de gran magnitud o pequeña:

- **Compromiso de la Alta Dirección:** El proceso de mejoramiento debe comenzarse desde los principales directivos y progresa en la medida al grado de compromiso que éstos adquieran.

Para el mejoramiento no se puede exigir simplemente a los que se exponen directamente con el turista sino desde la cabeza, máximas autoridades, se necesita el compromiso de mejora en todos los niveles.

- Consejo Directivo del Mejoramiento: Constituido por un grupo de ejecutivos de primer nivel, quienes estudian el proceso de mejoramiento productivo y buscan adaptarlo a las necesidades de la empresa.

Crear un grupo de trabajo que se dedique completamente al mejoramiento, creando estrategias, dando propuestas, no señalando el error más bien genere aires de cambio y den la mano para el crecimiento personal y grupal.

- Participación de los Empleados: Cuando el equipo de administradores esté capacitado, se darán las condiciones para involucrar a los empleados incluidos el gerente o supervisor de cada departamento, quien es responsable de adiestrar a sus subordinados, empleando las técnicas que él aprendió.

El compromiso de todos, independientemente del rol o función que cada uno desempeña dentro del proceso de ejecución del producto deben estar relacionadas y sometidas aun proceso constante de actualización para un mejoramiento continuo de la actividad.

- Actividades con Participación de los Proveedores: Para el éxito del proceso de mejoramiento se debe tomar en cuenta a las contribuciones de los proveedores.

El producto sus involucrados serán los mejores y bien capacitados pero se debe tomar en cuenta que instituciones o que medios son los que

ofertan el producto fuera, ya que estos pueden estar dando una información distorsionada o poco verídica del producto afectando así la imagen del destino.

- Aseguramiento de la Calidad: Los recursos deberán reorientarse hacia el control de los sistemas que ayudan a mejorar las operaciones y así evitar que se presenten problemas.

Calidad en el servicio, hace que un producto o destino turístico sea apreciado dentro y fuera del país, si se tiene un excelente atractivo pero no se fija en la normas de calidad y seguridad, el destino puede llegar al fracaso.

- Planes de Calidad a Corto Plazo y Estrategias de Calidad a Largo Plazo: Esto deberá llevarse a cabo para asegurar que todo el grupo administrativo comprenda la estrategia de manera que sus integrantes puedan elaborar planes a corto plazo detallados, que aseguren que las actividades de los grupos coincidan y respalden la estrategia a largo plazo.

Trazarse metas de mejora a corto tiempo, hace que los resultados de lo que se espera sea visible y no un esfuerzo tedioso, hace que la mejora llegue más rápido al visitante y se nota satisfacción.

- Sistema de Reconocimientos: Existen dos maneras de reforzar la aplicación de los cambios deseados: castigar a todos los que no logren hacer bien su trabajo todo el tiempo, o premiar a todos los individuos y grupos cuando alcancen una meta que aporte al proceso de mejoramiento. (p. 43).

Incentivar el mejoramiento mediante la gratitud, crea un ambiente de armonía.

2.2.13. El diagnóstico situacional

El diagnóstico de la situación turística es un documento que refleja la realidad turística, territorial y administrativa en base a la información que se obtenga de la investigación de campo que se realizara como base para partir el estudio con el cual obtenemos resultados claros y veraces del nivel de satisfacción del visitante ya que de esto se trata al crear un producto, si el turista se siente satisfecho el trabajo se está desarrollando de una buena manera.

2.2.13.1. Elementos imprescindibles en un estudio situacional

- **Entorno Territorial.**

Es un análisis multidimensional del territorio que se pretende investigar.

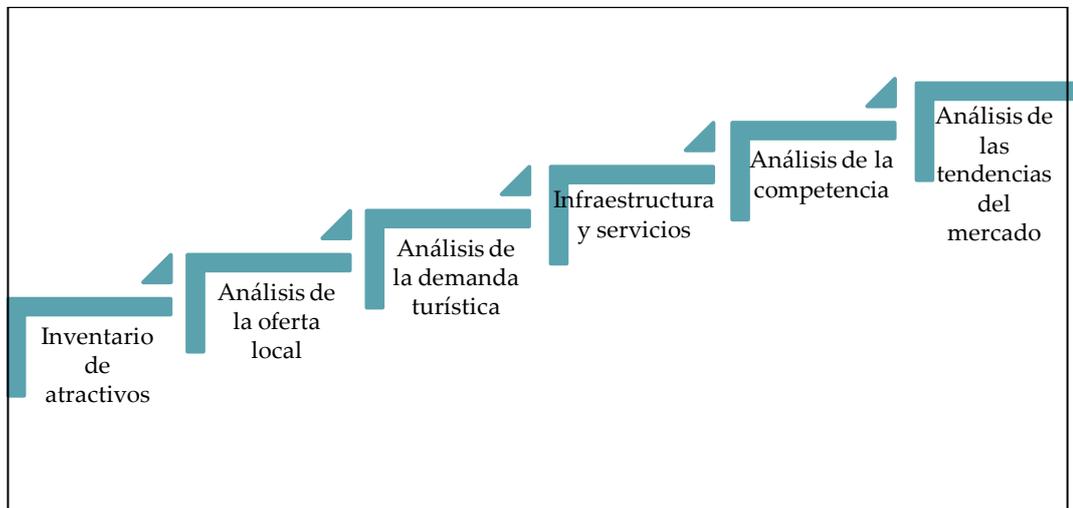
En este bloque de información se describe y analiza la situación geográfica, ambiental, población, sectores productivos, empleo institucionalidad, etc., dando a este análisis un enfoque relacionado con el papel que el turismo juega en el socio economía de este territorio.

- **Análisis de la situación turística.**

Este apartado permite el conocimiento de la situación actual potencial y los puntos críticos de todos los aspectos que explican el desarrollo turístico de la zona a investigar, lo que permitirá detectar las áreas fundamentales en las que actuar incluyendo tanto recursos como todos los

aspectos de la demanda y la oferta básica, la competencia su promoción y comercialización, etc.

Gráfico 10: Elementos básicos de desarrollo turístico



Fuente: (Manual de Emprendedor Turístico, 2009)

Como resultado de éste análisis se obtendrá un informe correspondiente al diagnóstico del turismo de la zona investigada, lo que permitirá definir un conjunto de acciones y proyectos eficaces, variables y con bases sólidas que permitan el desarrollo integral del turismo.

2.2.14. El Ferrocarril patrimonio turístico del Ecuador

INPC-EFE, (2009) El 1 de abril de 2008, mediante Acuerdo No. 028, la Red Ferroviaria del Ecuador fue declarada bien perteneciente al patrimonio cultural ecuatoriano y proyecto emblemático del Gobierno Nacional. Bajo esta declaratoria, el ferrocarril se convirtió, según el mismo documento, en “Monumento Civil y Patrimonio Histórico, Testimonial, Simbólico”. El objetivo de la rehabilitación del sistema ferroviario es “recuperar y poner en valor la red ferroviaria ecuatoriana para contribuir al desarrollo territorial y económico local, así como el fortalecimiento de la unidad e identidad nacional (p. 34).

El ferrocarril del Ecuador forma parte del patrimonio e historia del país, su remodelación ha permitido que turistas nacionales y extranjeros tengan la oportunidad de viajar en él.

INPC-EFE, (2009) La Rehabilitación integral del sistema ferroviario ecuatoriano, con enfoque patrimonial de uso turístico, se plantea, en concordancia con lo establecido en el Art. 3, numeral 5 de la Constitución Política del Ecuador, (2008) que señala como deber primordial del Estado “promover el desarrollo nacional, erradicar la pobreza, promover el desarrollo sustentable y la redistribución equitativa de los recursos y la riqueza, para acceder al buen vivir (p. 34).

2.2.14.1. El Tren de la Libertad y el turismo en Santa Catalina de Salinas

El ferrocarril del Ecuador se consolidó como un servicio turístico después de la rehabilitación integral del sistema ferroviario nacional. Un siglo más tarde de la construcción de las vías ferroviarias, en el gobierno del General Eloy Alfaro, se logró recuperar el Ferrocarril del Ecuador como un patrimonio histórico contemporáneo.

La ruta Tren de la Libertad (Ibarra-Salinas-Ibarra) es uno de los ocho destinos turísticos de los ferrocarriles del Ecuador. La rehabilitación de su vía de 30 km, y de las estaciones de Ibarra y Salinas, se cumplió durante el 2011 y el 18 de enero de 2012 se reinauguró la ruta.

A partir de ésta fecha la zona norte del Ecuador se ha visto beneficiada por la gran afluencia de turistas que llegan desde diferentes partes del mundo para conocer este histórico sueño de Eloy Alfaro, que hoy se levanta como una nueva alternativa para la generación de recursos a través de turismo.

Actualmente los pobladores de la parroquia Santa Catalina de Salinas han creado varios proyectos relacionados con la música, la danza, la gastronomía y artesanías tradicionales de la comunidad afro ecuatoriana, con el objetivo de generar nuevas fuentes de empleo permitiendo el desarrollo de la economía local a través del turismo. (Ministerio de Turismo, 2014)

2.2.15. Promoción turística

2.2.15.1. Marketing mix al turismo.

El marketing mix es denominado como las 4 P's, mezcla de marketing, mezcla de mercadotecnia o mix comercial. Está compuesto por cuatro variables que permiten direccionar una actividad económica, partiendo de las necesidades de conocer y llegar a los consumidores. Las cuales son:

- **Producto o servicio.**

El producto debe estar perfectamente elaborado sea este tangible o inmaterial, al ser tangible, este debe estar hecho con los mejores elementos, en caso de los inmateriales o intangibles, vendría a ser el producto turístico que a más de brindar servicios estos deben llenar o superar las expectativas del consumidor, ya que esta no puede ser llevada o trasladada como un souvenir, el servicio turístico debe quedar impregnado en la memoria del visitante, por lo cual para dar un servicio debe tomarse en cuenta que esta no es una actividad empírica ni al azar, sino elaborada, planificada y previamente estudiada, pues se puede tener los elementos necesarios y de gran calidad tanto natural y en infraestructura, pero si no se la hace con la responsabilidad que se debe, se estará haciendo un daño al destino.

- **La Plaza o Distribución.**

Conocer nuestro mercado, es saber distinguir en que ofrecemos y a que tipología de visitante queremos llegar, esto implica conocer el segmento de mercado, mediante un estudio de casos con el cual ayuda a identificar nuestro espacio en el turismo y que medios emplearemos para llegar a estos.

- **El Precio.**

El precio depende del nivel de calidad con que se elabore, ofrezca y se brinde tal producto, en el caso del turismo también existen normas de calidad, las cuales se deben seguir para hacer la estancia del visitante satisfactoria, no se puede fijar el precio al azar, ya que puede generar de egresos económicos que afecten al negocio haciéndolo no rentable, o se puede exagerar haciendo que el turista no se sienta conforme con lo recibido, por lo cual calidad en la atención, buen trato, equilibrio en el precio harán que el turista regrese o difunda el destino.

- **Promoción.**

Como lo destaca Sierra, A. (2002),

“Uno de los principales propósitos de la promoción es difundir información. Permitirles a los compradores potenciales enterarse de la existencia del producto, de su disponibilidad y de su precio. Otra finalidad de la promoción es la persuasión” la promoción parte fundamental del proceso de marketing, ya que al tomar los medios adecuados de promoción hacemos que nuestro producto sea expuesto y atraiga consumidores, si se selecciona los medios y la forma adecuada de promoción podemos entrar al subconsciente del cliente generando expectativas y la curiosidad de conocer o consumir cierto producto.

2.2.15.2. Medios de promoción o publicidad turística.

Nina Hualla (2012), sostiene que:

“Si se quiere empezar a operar con cualquier servicio de turismo, será necesario empezar primero con la investigación de mercados para saber, quien compra servicios turísticos, cuando compra, donde compra, y por qué compra, para conocer sobre un segmento determinado” es decir trata de determinar el perfil del turista, para que las políticas y estrategias en promoción sean eficaces y eficientes. (p. 15)

- **Escritos.**

Dentro de los medios escritos se hace muy efectiva la promoción de la oferta turística, pero de la variedad de elementos se debe seleccionar los que tengan mayor impacto dependiendo del producto y mercado al que se quiere llegar entre algunos de estos medios tenemos: Afiches, Trípticos, Periódico, Revistas, Libros.

- **Audiovisual.**

Los audio visuales son los medios más completos por los cuales se logra promocionar un producto, la diferencia es que pueden ser muy costosas encontrar los medios en los cuales colocar estos audiovisuales, ya que para algún producto turístico rural estaría fuera del alcances del presupuesto, para lo cual se deberá generar estrategias dentro de programas o segmentos de investigación para que realicen un reportaje así obtener un espacio no duradero pero que llegara a mucha gente posibles consumidores.

- **Redes.**

Las redes sociales en la actualidad, son el medio más rápido para ponerse en contacto con el mundo, dentro de estas podemos encontrar varios sitios web o redes sociales en los cuales se puedan difundir los productos

- **Señalética.**

Una adecuada señalización, hace que sea más fácil la llegada de visitantes y no se frustren al intentar llegar haciendo tediosa la estadía desde la llegada,

2.3. Posicionamiento teórico personal

En Imbabura el turismo constituye una actividad socio-económica importante que dinamiza la economía local a través del aprovechamiento adecuado de los recursos naturales y culturales.

De igual forma Pulido F. en su libro “El Turismo Rural” (2008), define “un destino turístico es un sistema territorial de características singulares, que cuenta con unos componentes básicos que configuran su atractivo y otros que facilitan el consumo, al tiempo que goza de una imagen que le otorga un determinado símbolo social”. (p. 262, 263).

Durante la última década, el turismo en Imbabura ha diversificado la oferta de servicios y actividades turísticas, proponiendo un nuevo enfoque y modalidad operativa que se aparta de los esquemas tradicionales del turismo buscando un acercamiento e intercambio cultural directo entre turistas y pobladores locales.

A este nuevo enfoque lo conocemos como turismo comunitario y se caracteriza por estar basado en el principio de equidad, donde los visitantes se interrelaciona con la comunidad, participan de actividades culturales, artesanales, agrícolas, místicas, gastronómicas, medicinales etc., auténticas de la localidad, manejando adecuadamente los recursos naturales, el patrimonio cultural y la distribución equitativa de los beneficios obtenidos de esta actividad.

En el caso de la parroquia de Salinas, desde inicios del año 2012 ésta actividad ha tomado un gran impulso, debido a la apertura de las operaciones del sistema ferroviario, el número de excursionistas que llegan a la parroquia ha aumentado notablemente, por lo que los habitantes de la parroquia han visto la necesidad de crear productos y servicios turísticos que satisfagan las necesidades de los visitantes.

Para lograr que los visitantes tengan una experiencia satisfactoria es necesario un adecuado manejo, planificación y administración de los atractivos naturales y culturales, como también de la calidad de los servicios turísticos que presta los habitantes de la comunidad.

2.4. Glosario de términos

Atractivo turístico.

Conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante. (Ascania Guevara, 2009, pág. 21)

Autogestivo.

Autogestivo es el uso de cualquier método, habilidad y estrategia a través de las cuales los partícipes de una actividad puedan dirigirse hacia el logro de sus objetivos con autonomía de gestión. (Ascania Guevara,

2009, pág. 25)

Contaminación.

Alteración de las condiciones normales de un medio a través de agentes físicos, químicos o biológicos ajenos al mismo que causa efectos nocivos sobre el medio. (Gallego Picó, Alejandrina, y otros, 2012, pág. 31)

Contaminación Acústica.

Alteración de las condiciones de un medio debida a fuentes de sonido excesivamente fuertes o desagradables. (Gallego Picó, Alejandrina, y otros, 2012, pág. 33)

Contaminación Lumínica

Pérdida de la visión del cielo nocturno por las numerosas fuentes de iluminación en los núcleos urbanos. (Gallego Picó, Alejandrina, y otros, 2012, pág. 34)

Desarrollo sostenible.

Se llama desarrollo sostenible aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Intuitivamente una actividad sostenible es aquélla que se puede mantener. Por ejemplo, cortar árboles de un bosque asegurando la repoblación es una actividad sostenible. Por contra, consumir petróleo no es sostenible con los conocimientos actuales, ya que no se conoce ningún sistema para crear petróleo a partir de la biomasa. (Cervantes Torre - Marín, 2012, pág. 6)

Economía.

Es la ciencia social que estudia la extracción, producción, intercambio, distribución, consumo de bienes y servicios. La forma o medios de satisfacer las necesidades humanas mediante los recursos disponibles,

que siempre son limitados. Con base en los puntos anteriores, la forma en que individuos y colectividades sobreviven, prosperan y funcionan. (Galindo Martín, 2009, pág. 69)

Ecoturismo.

Es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los viajeros. Aunque existen diferentes interpretaciones, por lo general el turismo ecológico se promueve como un turismo "ético", en el cual también se presume como primordial el bienestar de las poblaciones locales, y tal presunción se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas, y cooperativas que se dedican a ofrecer tal servicio. (Jiménez Bulla, 2013, pág. 13)

Emprendimiento.

La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto, término que después fue aplicado a empresarios que fueron innovadores o agregaban valor a un producto o proceso ya existente. (Galindo Martín, 2009, pág. 76)

Empresa.

Es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones. (Galindo Martín, 2009, pág. 79)

Equilibrio biológico.

Condición en la cual las interacciones entre las diferentes especies de animales y vegetales es de tal orden que la estructura y la función de un ecosistema se mantienen constantes. El hombre es el elemento principal en la modificación de ese equilibrio. (Jiménez Bulla, 2013, pág. 35)

Explosión Demográfica.

Es un aumento súbito de la cantidad de habitantes en una determinada región. Este incremento de la población tiene consecuencias importantes y genera cambios socioeconómicos. La noción de explosión demográfica también puede entenderse a partir de un incremento sostenido del número de habitantes hasta el punto en que la infraestructura y los sistemas ya no dan abasto para satisfacer las necesidades de las personas. (Nebel & Wright, 2009, pág. 39)

Turista.

Un turista es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico. (Barrera, 2010, pág. 30)

Turismo comunitario.

Es una forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de distracción y atraer turistas con la naturaleza, y principalmente con paisajes cultivados. (Riveros & Blanco, 2010, pág. 27)

2.5. Matriz Categorial.

Concepto	Categoría	Dimensión	Indicador		
Está formado por unos varios componentes tanto en infraestructura, equipamiento, servicios públicos, servicios turísticos que son determinados por las motivaciones y tendencias del mercado además de valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias.	Clasificación del turismo	Según la forma de viaje	Turismo convencional o de tipo vacacional		
			Turismo especializado		
			Turismo de afinidad o de interés común		
		Según el tipo de operación	El turismo interno:		
			Turismo receptor		
			Turismo emisor:		
		Productos y servicios turísticos	Turismo nacional		
			Turismo itinerante		
			Turismo residencial o de estadía		
			Turismo de masas		
			Turismo alternativo		
		El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos. Donde se sitúa el turismo alternativo	Turismo alternativo	Elementos del sistema turístico	Turismo cultural
					Turismo de aventura
Turismo rural					
Ecoturismo.					
Ejes del turismo comunitario en el Ecuador					
Turismo sostenible					
Turismo Científico					
Turismo de Aventura					
Ecoturismo					
Turismo Cultural					

que promueve novedosas ofertas como la restauración del tren de la libertad no como transporte sino como un atractivo turístico muy apreciado.		Turismo Agrícola (Agroturismo):
		Turismo Histórico:
		Turismo Gastronómico
		Información turística
		Sistema Turístico
		Mercado Turístico
	Factores determinantes de la demanda turística	La oferta turística
		Demanda turística
		Motivaciones
		Tendencias
	Atractivos Turísticos	Planta Turística Hotelera
		Alojamiento
		Alimentos y bebidas
		transporte
		Guías de turismo
	Infraestructura básica de uso turístico	
	Calidad en el turismo.	Entorno Territorial
El Tren de la Libertad	Análisis de la Situación Turística	
Promoción turística	Marketing mix al turismo	
	Medios de promoción o publicidad turística.	

Elaborado por: La autora

CAPÍTULO III

3. Metodología de la investigación

Para el desarrollo consecuente del presente trabajo de grado se tomó como referencia principal de investigación la “Metodología para el estudio de casos” fundamentada en explorar, describir, explicar y transformar la realidad de una problemática a partir de la experiencia personal.

Las técnicas y tipos de investigación se trazaron de acuerdo a cada uno de los objetivos específicos planteados con la intención de orientar y ordenar las etapas de la investigación facilitar la recopilación de datos y, alcanzar el objetivo general de la investigación que fue determinar un diagnóstico real de la situación actual del desarrollo turístico de la parroquia de Santa Catalina de Salinas.

3.1. Tipo de Investigación

3.1.1. Investigación de campo

La investigación de campo se basa en obtener información a partir de la realidad que el investigador experimenta en un área específico de estudio.

En este trabajo de grado se consideró fundamental la investigación de campo ya que permitió determinar la situación actual de aspectos turísticos, culturales, organizativos de la parroquia Santa Catalina de Salinas a través de visitas planificadas en las que se aplicó técnicas de investigación como: la encuesta, la entrevista, el fichaje y la observación.

La investigación de campo se aplicó en 60 visitas a la parroquia Santa Catalina de Salinas, visitas en las que se pre diseño técnicas con la finalidad de: determinar la zona de estudio, crear vínculos con los gestores y habitantes de la parroquia, identificar los actores y asociaciones involucradas en la actividad turística, identificar los servicios turísticos existentes y determinar la calidad de los servicios ofertados en salinas de acuerdo a la experiencia vivenciada por el investigador.

Las visitas fueron fijadas de acuerdo a las necesidades de la investigación entre los meses de Enero a Diciembre del 2014.

3.1.2. Investigación descriptiva

Con este tipo de investigación se logra caracterizar un objeto de estudio o una situación concreta, señalar sus particularidades y propiedades, sirve para ordenar, agrupar o sistematizar los aspectos u objetos involucrados en el trabajo indagatorio, esta forma de investigación requiere la combinación de métodos como: análisis, deducción e inducción.

En este documento se recalca este tipo de investigación en el proceso de tabulación y evaluación de los datos obtenidos en las encuestas realizadas a los turistas, también se utilizó este tipo de investigación al elaborar el inventario de servicios turísticos existentes en Salinas y al caracterizar a cada uno de estos con los datos obtenidos en las fichas de inventario.

3.1.3. Investigación bibliográfica

Constituye la primera etapa de la investigación científica, ya que proporciona el conocimiento de investigaciones ya existentes teorías,

hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas acerca del tema o problema que el investigador se propone indagar o resolver.

Como dice su definición, la investigación bibliográfica fue la base para empezar el trabajo de grado.

La principal actividad que se consideraron dentro de este tipo de investigación fue la revisión de libros, folletos, revistas, artículos, tesis monografías relacionadas al tema de investigación, en bibliotecas y páginas de internet.

Las bibliotecas que contribuyeron a generar conocimiento fue la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte, la Biblioteca de la Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra, el repositorio digital de la Universidad de Especialidades Turísticas y el repositorio digital de la universidad Nacional de Loja.

Otras fuentes de datos importantes que proporcionaron información referente al tema de investigación fueron: los proyectos, folletos, estudios de entidades involucradas en la actividad turística de la Parroquia de Salinas como: La Empresa Pública Ferrocarriles del Ecuador Filial Norte, El GAD parroquial de Salinas, la Fundación de Cooperación al Desarrollo y Promoción de Actividades Asistenciales CODESPA y El Ministerio de Turismo del Ecuador, de estas entidades se obtuvieron documentos entre los que destacaremos: EL Plan maestro del ferrocarril del Ecuador, Estudio de cadenas de valor turístico de Imbabura, Consolidado del número de pasajeros que viajaron en el Tren de la Libertad durante el año 2012 y 2013, y el Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia Santa Catalina de Salinas. (GAD Salinas, 2012)

Al analizar estos documentos se alcanzó datos que permitieron fortalecer la investigación y definir los lineamientos que tuvieron que ser considerados en la presentación de este trabajo de grado.

La investigación bibliográfica contribuyó directamente en el planteamiento y establecimiento del Marco teórico de este documento y en la obtención de datos que permitieron calcular la muestra.

3.2. Métodos

3.2.1. Cualitativo

Este método permitió analizar, identificar y clasificar los servicios turísticos existentes en la Parroquia de Santa Catalina de Salinas de acuerdo a la tabla de servicios turísticos expuesta por el Ministerio de Turismo del Ecuador, permitió además determinar la calidad de los productos, servicios ofertados y el nivel de satisfacción de los turistas al finalizar la excursión en la parroquia.

3.2.2. Cuantitativo

A través de este método se calculó la muestra del universo que, en esta investigación fue los visitantes que llegaron a Salinas a través del Tren de la Libertad y participaron de la excursión turística en la parroquia.

3.2.3. Sintético

Aplicando este método se sistematizó datos relevantes y esenciales obtenidos a través de las encuestas, fichas técnicas, entrevistas, visitas de observación y documentos utilizados en el proceso de investigación en

forma de redacción, cuadros sinópticos y tablas que facilitaron el ordenamiento e interpretación de la información.

3.2.4. Deductivo

El método deductivo fue empleado sustancialmente en la formulación del problema de investigación, y en el desarrollo del capítulo VI que corresponde a la propuesta que el investigador considera pertinente luego del análisis de los resultados obtenidos en todo el proceso de la investigación.

La propuesta contempla mejorar la oferta turística de la parroquia Santa Catalina de Salinas y por ende incrementar la demanda turística a la localidad.

3.3. Técnicas

Para la ejecución del proyecto de investigación se aplicó las siguientes técnicas:

3.3.1. Observación

Ésta técnica se empleó en cada visita de campo que se realizó a la zona de estudio, pero fundamentalmente en las visitas que se realizaron a los establecimientos que ofertan servicios turísticos en la parroquia.

La técnica de observación y la tabla de clasificación de servicios turísticos contribuyeron a la caracterización de los servicios ofertados y la caracterización de las asociaciones involucradas en la operación turística en Salinas.

Las fichas diseñadas y utilizadas para la obtención de datos de diferentes ámbitos de la investigación se encuentran adjuntas en los anexos de este documento.

3.3.2. Encuesta

En el presente trabajo se diseñó un formato de encuesta dirigida a turistas que visitaron la Parroquia Santa Catalina de Salinas en los meses de Junio a Diciembre del año 2014.

El objetivo principal de la encuesta fue conocer el nivel de calidad de los servicios y productos turísticos ofertados en Salinas y el nivel de satisfacción vivenciado por los turistas en su estancia en la parroquia

El sitio donde se aplicó la mayor cantidad de encuestas fue en los alrededores de la estación del tren de Salinas, en un horario de 2:00 a 2:45 minutos, tiempo en que los turistas esperaban embarcar el tren para retornar a la ciudad de Ibarra.

Cabe mencionar que para aplicar las encuestas en los sitios mencionados se solicitó por escrito una previa autorización al Abg. Raúl Maldonado presidente del GAD parroquial de Salinas. Documento de solicitud, aceptación y formato de encuesta adjunto en los anexos de este documento.

3.3.3. Entrevista

Con la finalidad de conocer aspectos administrativos y de gestión turística publicitaria que utilizan las instituciones gubernamentales que operan en la parroquia Santa Catalina de Salinas, se utilizó un cuestionario de entrevista previamente diseñado a los siguientes

representantes: Abg. Raúl Maldonado presidente del GAD parroquial Santa Catalina de Salinas, al Ing. Anderson Maldonado representante de la Organización comunitaria Bombódromo Palenque, a la Ing. Mariela Mina Presidenta de la Fundación Sembrando Nuestro Futuro, a la Lic. Estefany Vallejo comunicadora Social de Ferrocarriles del Ecuador y al Ing. Gastón Andrango coordinador del departamento de Arte y Cultura del Municipio de Ibarra.

3.4. Instrumentos

Para la ejecución de las técnicas anteriormente mencionadas se utilizaron los siguientes instrumentos diseñados por la autora para uso exclusivo de esta investigación.

- Ficha de inventario de productos y servicios turísticos.
- Ficha de observación para cada actividad turística vivenciada.
- Ficha de análisis de calidad.
- Encuesta dirigida a turistas.
- Entrevista dirigida a gestores turísticos que operan en la parroquia.

En el desarrollo de la investigación se empleó además instrumentos bibliográficos como: Libros, revistas, tesis monografías y mapas de la zona de estudio con la finalidad de recabar suficiente información referente al tema de estudio.

Los materiales tecnológicos que contribuyeron con el proceso de la investigación y con elaboración de este apartado son: Laptop, impresora, pen drive, cámara digital y grabador de voz.

3.5. Población

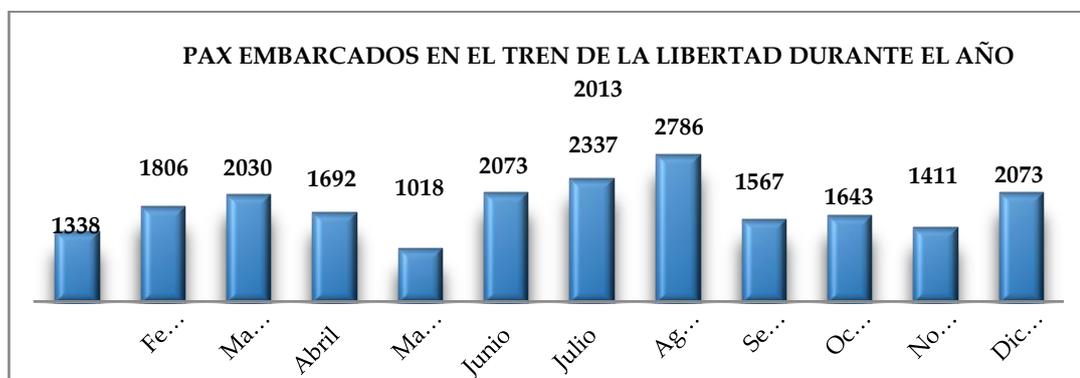
Esta investigación contempló los siguientes universos.

- **Universo 1:** Establecimientos que ofertan productos y servicios turísticos.
- **Universo 2:** Turistas que visitan la Parroquia Santa Catalina de Salinas.
- **Universo 3:** Asociaciones e instituciones involucradas en el desarrollo turístico de la parroquia.

3.5.1. Muestra

En esta investigación se empleó la fórmula matemática para calcular la muestra, solo en el Universo 2 (21.774 pasajeros.), que corresponde al número de turistas que fueron trasladados desde Ibarra hacia Salinas en la ruta tren de la Libertad durante el año 2013.

Gráfico 11: Pax. Embarcados en el Tren de la Libertad durante el año 2013.



Fuente: (Informe de Actividades FEEP – Filial Norte, 2014)

Elaborado por: Bonilla Rosa, 2014

Para el cálculo de la muestra se utilizó la siguiente fórmula.

$$n = \frac{N d^2 z^2}{N - 1 E^2 + d^2 z^2}$$

En donde:

- n = tamaño de muestra que es lo que se quiere calcular
- N = tamaño de la población a estudiarse en la investigación corresponde a 21.774
- d^2 = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5 que es el valor utilizado en las dos encuestas.
- z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, equivale a 1,96 (como más usual).
- E = Límite aceptable de error de muestra que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09).

En este caso se utilizó el valor de 0.05 para realizar el cálculo de la muestra.

$$n = \frac{21774 \cdot 0.5^2 \cdot 1.96^2}{21774 - 1 \cdot 0.05^2 + 0.5^2 \cdot 1.96^2}$$

$$n = \frac{(21774) (0.25) (3.8416)}{21773 \cdot 0.0025 + (0.25) (3.8416)}$$

$$n = \frac{20911.7496}{54.4325 + 0.9604}$$

$$n = \frac{20911.7496}{55.3929}$$

$$n = 377$$

Las encuestas se realizaron a 377 turistas entre los meses de Junio a Diciembre del 2014.

CAPÍTULO IV

4. Análisis e interpretación de resultados

El presente capítulo refleja los resultados obtenidos de la investigación y el análisis minucioso que la investigadora efectuó en los mismos para dar cumplimiento tanto al objetivo general como a los objetivos específicos de la investigación, los resultados se plasmaron de forma práctica utilizando cuadros, gráficos, imágenes y tablas didácticas con la intención de facilitar la sistematización de datos obtenidos en la investigación y facilitar la comprensión de resultados a los lectores.

4.1. Productos y servicios turísticos existentes en la Parroquia Santa Catalina de Salinas

La parroquia Santa Catalina de Salinas desde el año 2008 que el Gobierno Nacional presidido por el Economista Rafael Correa Delgado inició el proyecto de rehabilitación del Ferrocarril Ecuatoriano, experimentó un cambio en la matriz productiva de su localidad ya que se convirtió en un destino turístico del Ecuador.

El GAD parroquial de Santa Catalina de Salinas liderado por el Abg. Raúl Maldonado, junto con la intervención de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública Filial Norte, representado por la Ing. Ana Villareal, y la Fundación Sembrando Nuestro Futuro, representado por la Ing. Mariela Mina, se involucró en el ámbito turístico para hacer frente a la llegada masiva de turistas consecuencia de la activación de la ruta Tren de La Libertad, para lo cual tuvo que estructurar un plan de acción que contempló: el rescate de la cultura y tradición del pueblo afro descendiente, la creación de infraestructura turística, el desarrollo de

capacidades y talentos de los habitantes de la parroquia, la creación y consolidación de estructuras organizativas comunitarias y la gestión de recursos económicos en entidades nacionales e internacionales que apoyan el fortalecimiento de las actividades turísticas en sectores rurales de países en vías de desarrollo.

Este proceso de involucramiento social hizo posible la creación y fortalecimiento de 11 asociaciones comunitarias y varios emprendimientos privados, los mismos que ofrecen servicios de alojamiento, alimentación, recreación y esparcimiento a los visitantes que llegan a la parroquia.

En esta investigación se lograron identificar los siguientes productos y servicios ofrecidos en la comunidad.

Tabla 3: Productos y servicios turísticos existentes en la Parroquia Santa Catalina de Salinas

SERVICIO OFERTADO	NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO O PRODUCTO
Alojamiento	Hostal “La casa del turista”
	Hospedería comunitaria “El Palenque”
Alimentación	Centro gastronómico “El palenque”
	Don de Vicky
	Paradero las cañas
	Cafetería del Tren Salinas
Esparcimiento	Complejo turístico Bombodromo “Palenque”
	Plaza artesanal
Complementarios	Presentación Cultural
	Caminata cultural por las principales calles de Salinas.
	Visita al Museo de Sal
	Paseo en chiva turística

Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.1.1. Descripción de los establecimientos que brindan servicio de Alojamiento en Salinas.

4.1.1.1. Hostal “La Casa del Turista”.

Este establecimiento se dedica a brindar el servicio de hospedaje, está ubicado frente al parque central de Salinas, tiene la capacidad de acoger a 12 personas, cuenta con dos habitaciones matrimoniales, una habitación doble, tres habitaciones individuales y una habitación triple, los clientes de este establecimiento son en su mayoría profesionales que trabajan de forma permanente en la parroquia. Los propietarios del establecimiento no aplican ningún tipo de publicidad para dar a conocer su servicio.



Gráfico 12: Hospedaje “La Casa del Turista”

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.1.2. Hospedería Comunitaria “El Palenque”

La hospedería comunitaria El Palenque es un establecimiento que brinda servicio de alojamiento, se encuentra ubicado en el Barrio San Martín, tiene la capacidad para acoger a 5 personas, cuenta con una habitación matrimonial, una habitación doble, una cocina y una sala, sus principales clientes son familias que están de paso por la parroquia, es parte de la Organización Comunitaria Bombódromo Palenque, misma que para dar a conocer sus servicios utiliza medios publicitarios como volantes y trípticos.



Gráfico 13: Hospedería Comunitaria “El Palenque”

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.2. Descripción de los establecimientos que brindan servicio de Alimentación en Salinas.

4.1.2.1. Centro Gastronómico “El Palenque”

El Centro Gastronómico Palenque, es un restaurante acogedor y llamativo, presta el servicio de alimentación, ofrece únicamente almuerzos tipo menú con comida tradicional de la zona. Su principal clientela, es el flujo de pasajeros que viajan en la Ruta Tren de la Libertad, tiene la capacidad para acoger aproximadamente a 80 personas, cuenta con baterías sanitarias para damas y caballeros. Es parte de la Organización Comunitaria Bombodromo Palenque, misma que para dar a conocer sus servicios utiliza medios publicitarios como volantes y trípticos.



Gráfico 14: Centro Gastronómico “El Palenque”

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.2.2. Don de Viky

Don de Viky, es un comedor de cuarta categoría, presta el servicio de alimentación, ofrece únicamente almuerzos tipo menú con comida tradicional de la zona. Su principal clientela es gente de la localidad y en ciertas ocasiones pasajeros que viajan en la Ruta Tren de la Libertad, tiene la capacidad para acoger aproximadamente a 30 personas, cuenta con baterías sanitarias para damas y caballeros. Es un emprendimiento privado, el único material publicitario que utiliza para dar a conocer su servicio es el rotulo ubicado en la parte exterior del establecimiento.



Gráfico 15: Comedor “Don de Viky”

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.2.3. Paradero Las Cañas

Paradero las cañas, es un comedor de cuarta categoría, presta el servicio de alimentación, ofrece almuerzos tipo menú y platos a la carta Su principal clientela es gente que se encuentra de paso por la localidad tiene la capacidad para acoger aproximadamente a 20 personas, cuenta con baterías sanitarias unificadas. Es un emprendimiento privado, el único material publicitario que utiliza para dar a conocer su servicio es el rotulo ubicado en la parte exterior del establecimiento.



Gráfico 16: Paradero Las Cañas

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.2.4. Cafetería del Tren

La cafetería del Tren de Salinas, se encuentra ubicada en la parte interna de la estación del tren de Salinas, es un servicio complementario que Ferrocarriles del Ecuador Empresa Publica ha concebido para que el turista que viaja en tren o que visita las estaciones férreas pueda contar con servicio de calidad, en espacios cómodos con identidad cultural.

Esta cafetería es administrada y adquirida como franquicia por un grupo de mujeres que se denominan Mujeres Unidas, ofrecen productos elaborados a base de frutos de la localidad, tiene capacidad para acoger aproximadamente a 34 personas, es un emprendimiento que cuenta con material publicitario para darse a conocer a nivel nacional e internacional



Gráfico 17: Cafetería del Tren de Salinas

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.3. Descripción de establecimientos que brindan servicio de esparcimiento en Salinas

4.1.3.1. Complejo turístico Bombódromo Palenque

El Complejo Turístico “Bombódromo Palenque” es un emprendimiento comunitario administrado por el GAD parroquial de Salinas y un representante de cada comunidad y barrio de la parroquia, esta dividido en 3 áreas: área de protección de la cultura, de conservación de recursos naturales y área recreativa. Los principales usuarios de este complejo son los habitantes de la localidad, el establecimiento se da a conocer a través de volantes y trípticos



Gráfico 18: Complejo turístico Bombódromo Palenque

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.3.2. Plaza Artesanal

La Plaza Artesanal es un establecimiento dedicado a la exposición y venta de productos artesanales elaborados con materiales de la zona, concebido como franquicia por la agrupación Mujeres La floresta a FEEP. Tiene la capacidad para acoger a 15 personas, se beneficia del material publicitario que ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública aplica para dar a conocer la ruta Tren de la libertad.



Gráfico 19: Plaza Artesanal

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.4. Descripción de productos complementarios que se desarrollan en Salinas.

4.1.4.1. Presentación Cultural

La Presentación Cultural es un producto que se ofrece a todos los pasajeros de la ruta Tren de la Libertad a la llegada del tren a la parroquia, se lleva a cabo de miércoles a domingo durante 30 minutos en la parte externa de la estación del tren de Salinas donde los pasajeros disfrutan del baile y música típica del pueblo afro descendiente del norte del Ecuador. Es un producto promovido por la Fundación Sembrando nuestro Futuro, que es representante y responsable de las presentaciones que realicen la Banda Juvenil, los Cimarones y los grupos de danza Mandel, Yemaya e Icanti,



Gráfico 20: Presentación Cultural

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.4.2. Caminata Cultural por las principales calles de Salinas y visita al museo de Sal.

Este producto es un recorrido guiado que se ofrece a los pasajeros de la ruta Tren de la Libertad, dura aproximadamente 40 minutos, en este tiempo el guía comunitario se encarga de dar a conocer a los pasajeros del tren, aspectos culturales e históricos relevantes del pueblo afro descendiente, para esto se ayuda de murales que se encuentran pintados en distintas viviendas de la cabecera parroquial.

La guía se realiza únicamente en el idioma español.



Gráfico 21: Caminata por las principales calles de Salinas

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.4.3. Visita al Museo de Sal “Barro Caliente”

La visita al museo de Sal Barro Caliente, es un producto turístico concebido por el grupo de guías comunitarios de Salinas y el GAD parroquial de Salinas. En este sitio se realiza una demostración del proceso que se seguía antiguamente para obtener sal proveniente de la tierra, es un sitio amplio donde además se exhiben los instrumentos que permiten la obtención de la sal.



Gráfico 22: Visita al Museo de Sal Barro Caliente

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.4.4. Paseo en Chiva Turística

Es un producto que los guías comunitarios de Salinas y el GAD parroquial ofrece a las agencias y tour operadoras que frecuentan la Ruta Tren de la libertad, consiste en trasladar a los pasajeros desde la

parroquia de Salinas hacia emprendimientos comunitarios del Valle del Chota y la Cuenca del Río Mira, el recorrido dura aproximadamente una hora treinta minutos. Los pasajeros van acompañados de un guía comunitario que viaja haciendo la interpretación de todo lo que se observa el recorrido. Tiene la capacidad de transportar a 40 pasajeros. 20 en la parte inferior y 20 en la parte superior, es un producto poco conocido ya que no aplican ningún tipo de publicidad para dar a conocer el servicio.



Gráfico 23: Paseo en Chiva Turística

Fuente: Bonilla R. (2014)

La mayoría de productos y servicios expuestos anteriormente son posibles gracias a la intervención de organizaciones de jóvenes y mujeres de la localidad, creados expresamente para fomentar la oferta turística de la parroquia y generar ingresos económicos a los habitantes de la localidad mediante la actividad turística.

A continuación se detallan las organizaciones comunitarias que se lograron identificar en esta investigación.

Tabla 4: Organizaciones Turísticas Comunitarias de Salinas

Organizaciones Turísticas Comunitarias de Salinas	Actividad Turística
Mujeres Emprendedoras la Floresta	Venta de artesanía elaboradas por diferentes emprendimientos de Salinas
Grupo de danza Yemaya	Servicio de un espectáculo de Danza Afro-Choteña. Rescate de la cultura y de la danza mediante la actividad turística.
Grupo de danza Icanti.	Servicio de espectáculo de Danza afro-Choteña.
Grupo de Danza Mandela.	Servicio de espectáculo de Danza afro-Choteña.
Banda Juvenil de Sta. Catalina de Salinas.	Servicio de música Bomba con el fin de recuperar y fomentar la música mediante la actividad turística
Grupo de Guías de Salinas	Guianza en la zona de Salinas. Promover los espacios históricos y geográficos de la parroquia.
Tallados Resiarte	Elaboración de productos artesanales a base de resina.
Asociación de Papel Reciclado Palenque	Elaboración, confección, venta y exhibición de artesanías en tela y papel reciclado.
Confecciones Palenque	Elaboración de bolsos, camisetas alusivas al Tren de la Libertad
Grupo de Guías de Salinas	Guianza en la zona de Salinas. Promover los espacios históricos y geográficos de la parroquia.
Grupo Musical de Niños "Cimarrones"	Servicio de música bomba afro-Choteña, integrado por niños de la Parroquia.

4.1.5. Organizaciones involucradas en la actividad turística de la Parroquia Santa Catalina de Salinas

4.1.5.1. Mujeres Emprendedoras “La Floresta”

Este grupo está integrado por 5 emprendedoras que se dedican a la elaboración una variedad de bisutería a base de perlas, semillas y madera de diferentes tipos y materiales de la zona. Sus productos son exhibidos y vendidos en la Plaza artesanal de Salinas y en ferias locales.



Gráfico 24: Mujeres emprendedoras la Floresta

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.5.2. Grupo de Danza “Yemaya”

El grupo dancístico Yemaya está integrado por 10 jóvenes afro descendientes, ofrecen presentaciones culturales en la Estación de Salinas de Ibarra a la llegada del tren y en diferentes eventos a los que

son contratados. Es un grupo legalmente constituido que trata de beneficiarse económicamente, dando a conocer el baile típico de su localidad.



Gráfico 25: Grupo de Danza Yemaya

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.5.3. Grupo de Danza “Icanti”

Este grupo artístico está integrado por 6 mujeres jóvenes de la parroquia Santa Catalina de Salinas, ofrecen presentaciones culturales en la parroquia Santa Catalina de Salinas en eventos planificados, ya que en su mayoría son estudiantes.

4.1.5.4. Grupo de Danza “Mandela”

Este grupo artístico está integrado por 8 mujeres jóvenes de la parroquia Santa Catalina de Salinas, ofrecen presentaciones culturales en la Estación de Salinas a la llegada del tren y en diferentes lugares a los que son contratadas.



Gráfico 26: Grupo de Danza Mandela

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.5.5. Banda Juvenil de Sta. Catalina de Salinas

La banda juvenil en la actualidad está integrada por 12 jóvenes, iniciaron su agrupación cuando eran niños y se presentaban en continuamente, es uno de los atractivos más representativos en la parroquia de Salinas ya que interpretan de forma.



Gráfico 27: Banda Juvenil Santa Catalina de Salinas Grupo de Salinas

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.5.1. Grupo de guías comunitarios Sta. Catalina de Salinas

Este es un grupo integrado por 6 jóvenes de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, se dedican principalmente a la guía de los pasajeros del tren de la libertad que llegan a la estación de Salinas, a quienes ofrecen una pequeña excursión en la que interpretan imágenes que se encuentran pintadas en las paredes de algunas viviendas de los

barrios principales del sector y explican el proceso e importancia que la sal tenía en la antigüedad en el Museo de Sal Barro Caliente.



Gráfico 28: Grupo de Guías Comunitarios de Salinas

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.5.2. Asociación de Papel reciclado Palenque

El grupo del papel reciclado y serigrafiado llamado Palenque, están conformado por 10 integrantes, y se dedican a elaborar papel reciclado y derivados de éste, también realizan serigrafiado de diferentes objetos. Sus productos comercializan principalmente a la operadora Kleinturs y en menor número a los turistas que llegan a la parroquia.



Gráfico 29: Asociación de Papel reciclado Palenque

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.5.3. Grupo musical de Niños “Cimarrones”

Este grupo musical está integrado por 10 niños que se dedican a la interpretación de la música bomba con instrumentos de la zona. Sus presentaciones las realizan en el Restaurant Palenque y en lugares cercanos a donde son contratados.



Gráfico 30: Grupo Musical de Niños Los Cimarrones

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.1.5.4. Confecciones Luchando por la Vida

Este es un emprendimiento integrado por mujeres amas de casa, se dedica a la confección de diferentes prendas de vestir, las cuales comercializan fuera y dentro de la parroquia, especialmente en la plaza artesanal que visitan los turistas a la llegada del tren y también realizan algunos trabajos específicos para algunas operadoras turísticas.



Gráfico 31: Confecciones Luchando por la Vida.

Fuente: Bonilla R. (2014)

4.2. Diagnóstico de calidad de la experiencia turística percibida por los visitantes de la parroquia Santa Catalina de Salinas.

La excursión turística denominada Tren de la Libertad es un producto que Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública oferta en el norte del país. Este recorrido empieza en la ciudad de Ibarra y su destino es la parroquia Santa Catalina de Salinas.

De acuerdo al documento de rendición de cuentas que Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública (Informe de Actividades FEED – Filial Norte, 2014) difundió a inicios del año 2015 se puede observar que, el tren transportó durante el año 2014 a 25.646 pasajeros, muchos de los cuales, a su llegada a Salinas, fueron partícipes de un circuito turístico organizado por el GAD de Salinas, las asociaciones comunitarias y los emprendedores involucrados en la actividad turística de la parroquia.

Al término de dicho circuito, una parte de los visitantes fueron encuestados con la finalidad de diagnosticar el nivel de calidad de la experiencia turística recibida durante su estadía en la parroquia Santa Catalina de Salinas.

De acuerdo a los datos extraídos de la encuesta se ha logrado determinar que, el perfil mayoritario del visitante son mujeres en un 63% frente a un 37% de visitantes hombres, de los cuales el 80% son de origen nacional, con edad comprendida entre los 36 y 50 años, además se ha logrado determinar que el 53% de los encuestados son empleados privados y el 20% restante es el porcentaje de extranjeros que llegan al lugar..

De las preguntas relacionadas con la calidad de los productos y servicios turísticos ofertados durante la estadía de los visitantes en la parroquia de Salinas se extraen las siguientes valoraciones:

4.2.5. Presentación de Danza.

Más de un 50% de los visitantes valora positivamente la vestimenta y apariencia de los integrantes del grupo de danza, así como la originalidad de música y coreografía. Sin embargo más del 70% no valora tan positivamente la vigorosidad, coordinación y armonía de las danzas interpretadas.

4.2.6. Cafetería de la estación del Tren de Salinas.

Más del 82% de los visitantes ven de forma positiva la limpieza y comodidad del establecimiento, la presentación y originalidad de los productos ofertados, al igual que califica de forma positiva la eficiencia en la atención y la amabilidad cortesía y respeto recibida por parte del

personal. Por el contrario alrededor del 58 % considera insuficiente la variedad de productos ofertados, así como la relación calidad precio de los mismos.

4.2.7. Plaza artesanal del Tren en Salinas.

Alrededor del 77% de los encuestados consideran que existe limpieza y orden en las instalaciones del emprendimiento, así como eficiencia y amabilidad en el personal. Por otra parte alrededor del 60% no consideran adecuado el diseño, presentación, originalidad, variedad y relación calidad precio de los productos ofertados.

4.2.8. Guía local.

El 80% de los encuestados consideran que la capacidad de transmisión, la uniformidad en el vestuario y apariencia del guía son aceptables, sin embargo el mismo porcentaje de encuestados no consideran aceptable la organización, manejo del grupo, liderazgo y carisma que el guía transmite a los turistas.

4.2.9. Restaurante El Palenque.

El 91% de los encuestados demuestran que existe deficiencia en el servicio ofertado, Entre el 87 y el 90% valora como mala la higiene, calidad, presentación de la comida, variedad del menú y relación calidad de los productos ofertados, el mismo porcentaje de encuestados califica como regular la comodidad del establecimiento, la actitud, uniformidad y apariencia del personal.

4.2.10. Satisfacción en general.

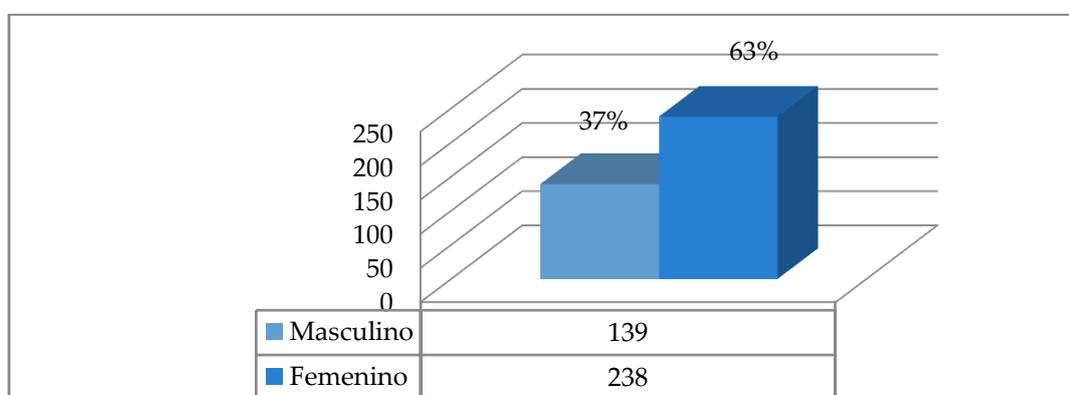
El 94% de los encuestados consideran que la amabilidad, seguridad y limpieza ofertada en la localidad son positivas. Por el contrario se observa una valoración negativa de más del 75% en cuanto a la señalización de sitios turísticos y la experiencia turística vivenciada. Al término de su visita en la localidad el 70% de los encuestados, sí recomendaría a sus familiares y amigos que visiten la parroquia, y regresarían si se mejorara la actividad turística ofertada.

4.3. Resultados estadísticos de la encuestas.

A continuación se presenta los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a un total de 377 visitantes que fueron partícipes de la experticia turística en la parroquia de Santa Catalina de Salinas, durante el año 2014.

4.3.5. Género

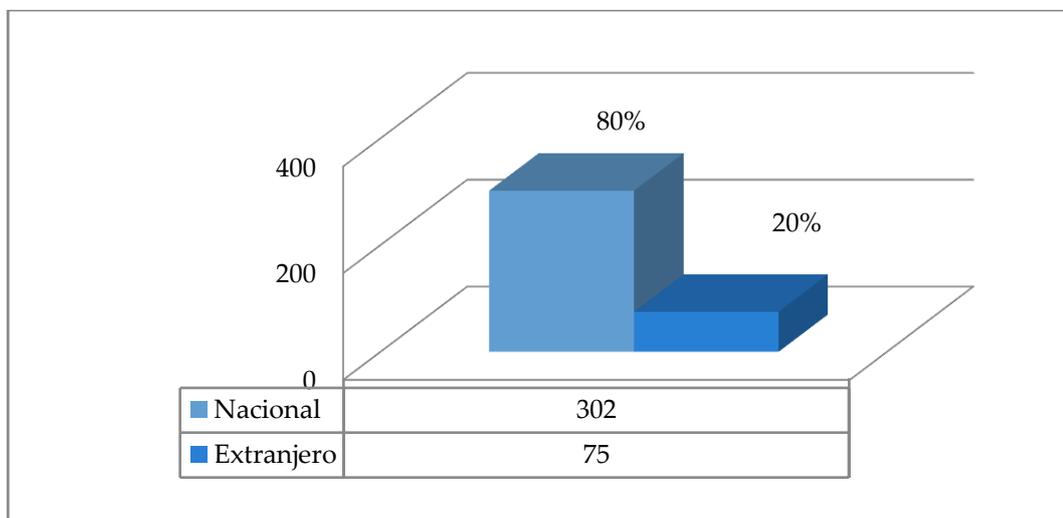
Gráfico 32: Género de los visitantes



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.3.6. Procedencia

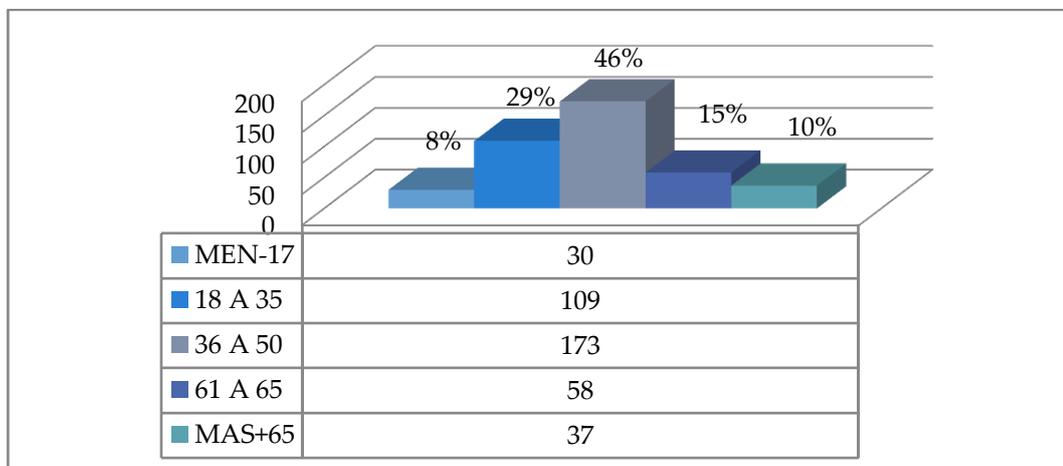
Gráfico 33: Procedencia de los visitantes



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.3.7. Edad

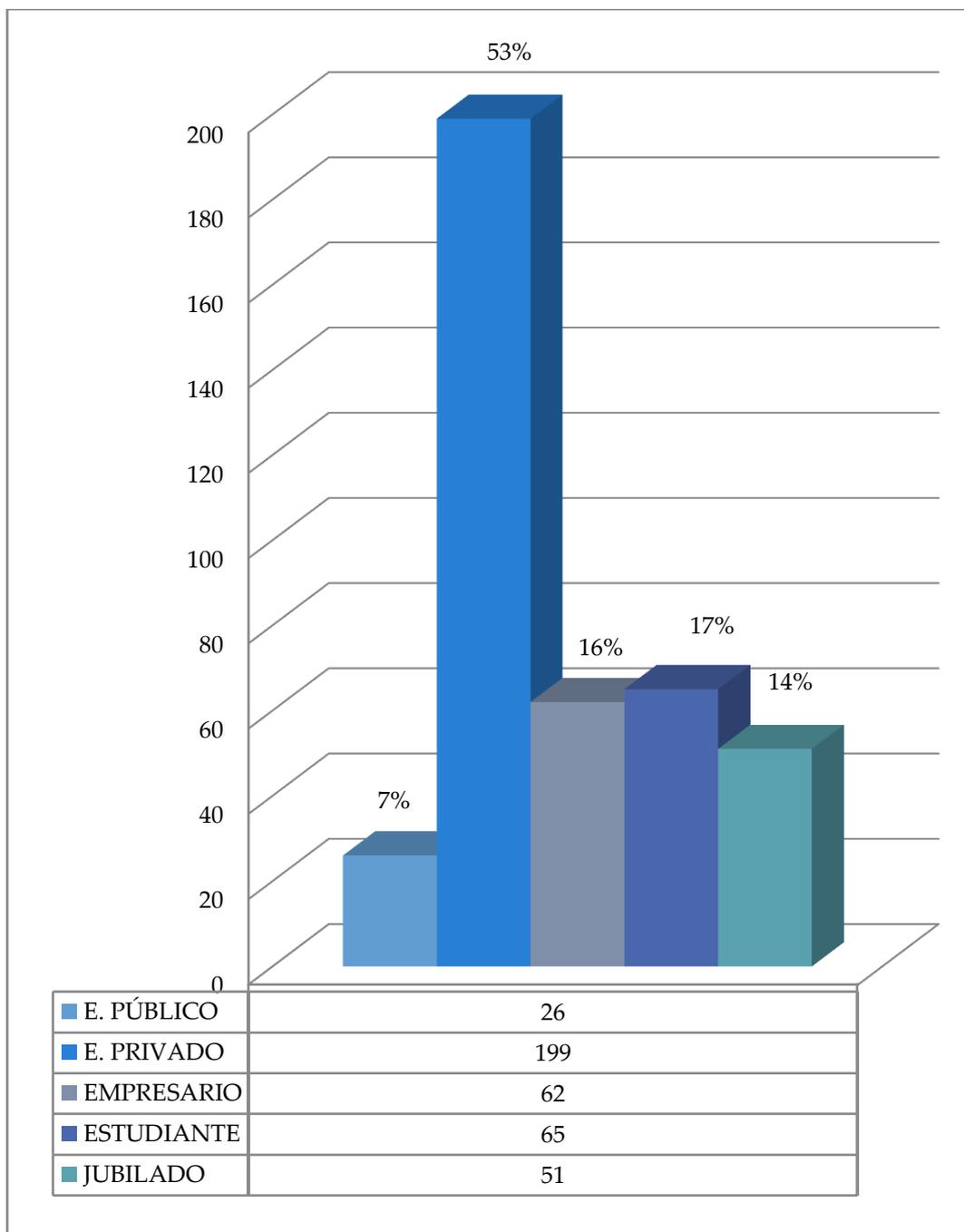
Gráfico 34: Rango de edad de los visitantes



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.3.8. Ocupación

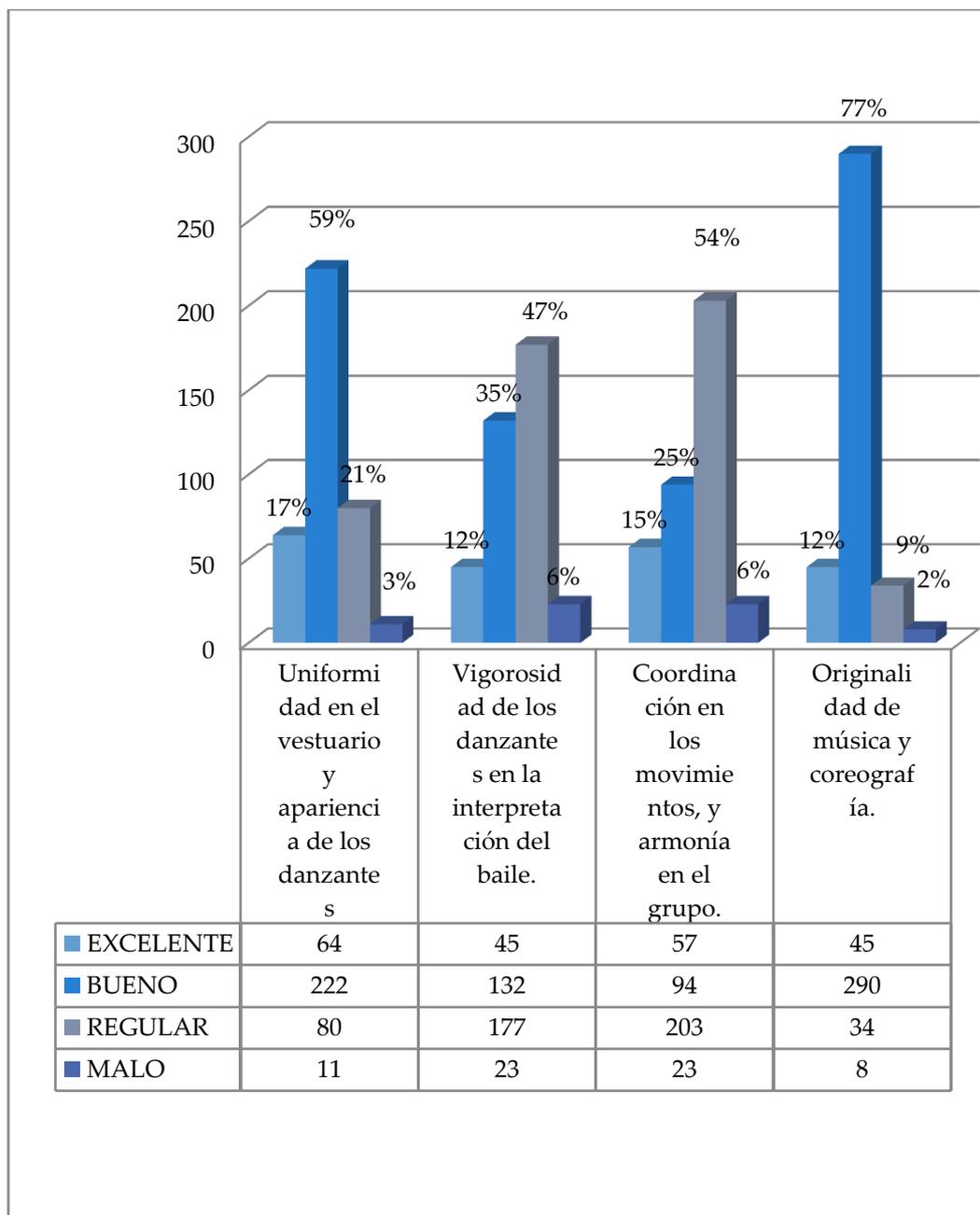
Gráfico N° 1 Ocupación del visitante



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.3.9. Presentación de danza

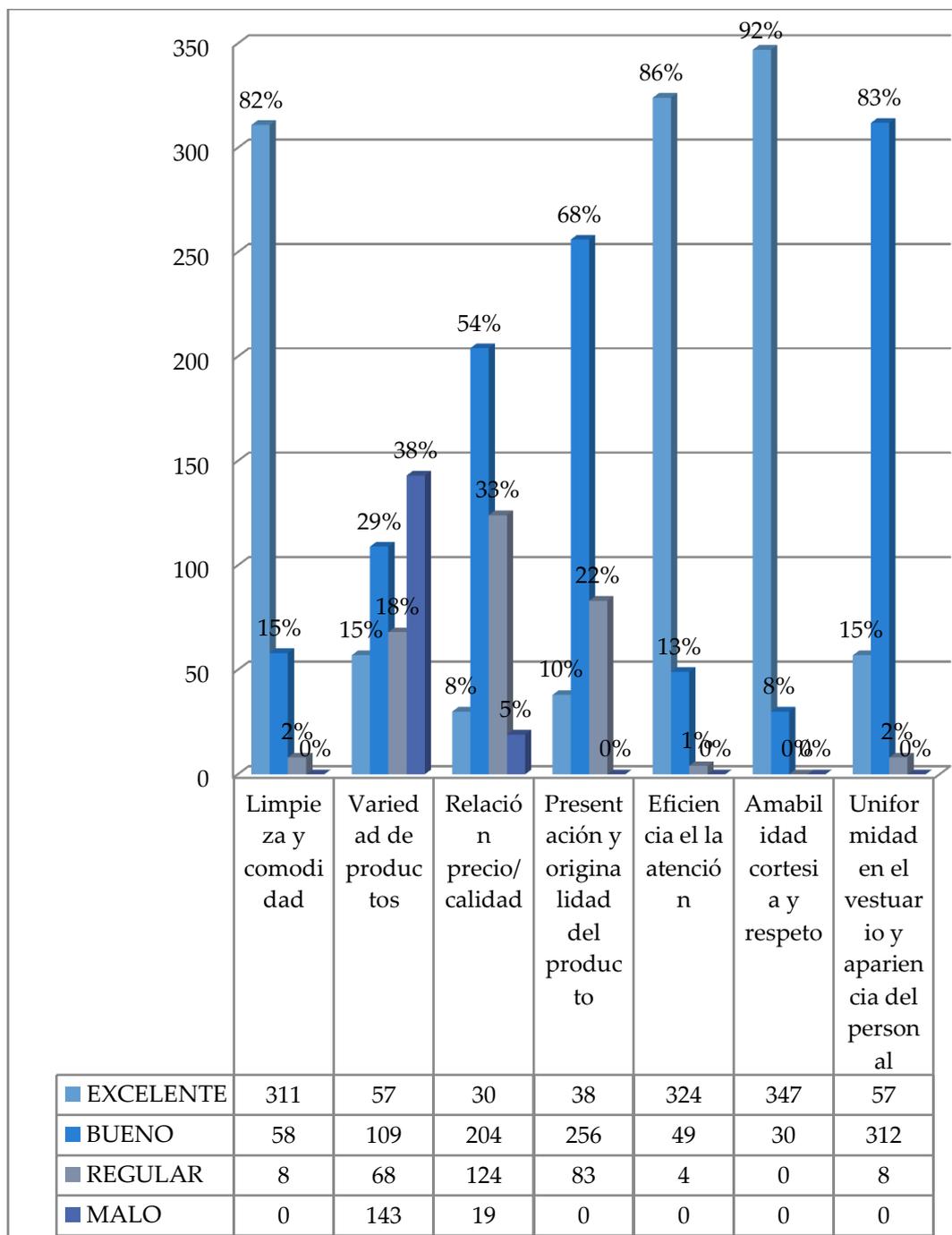
Gráfico 35: Presentación de Danza



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.3.10. Cafetería del Tren

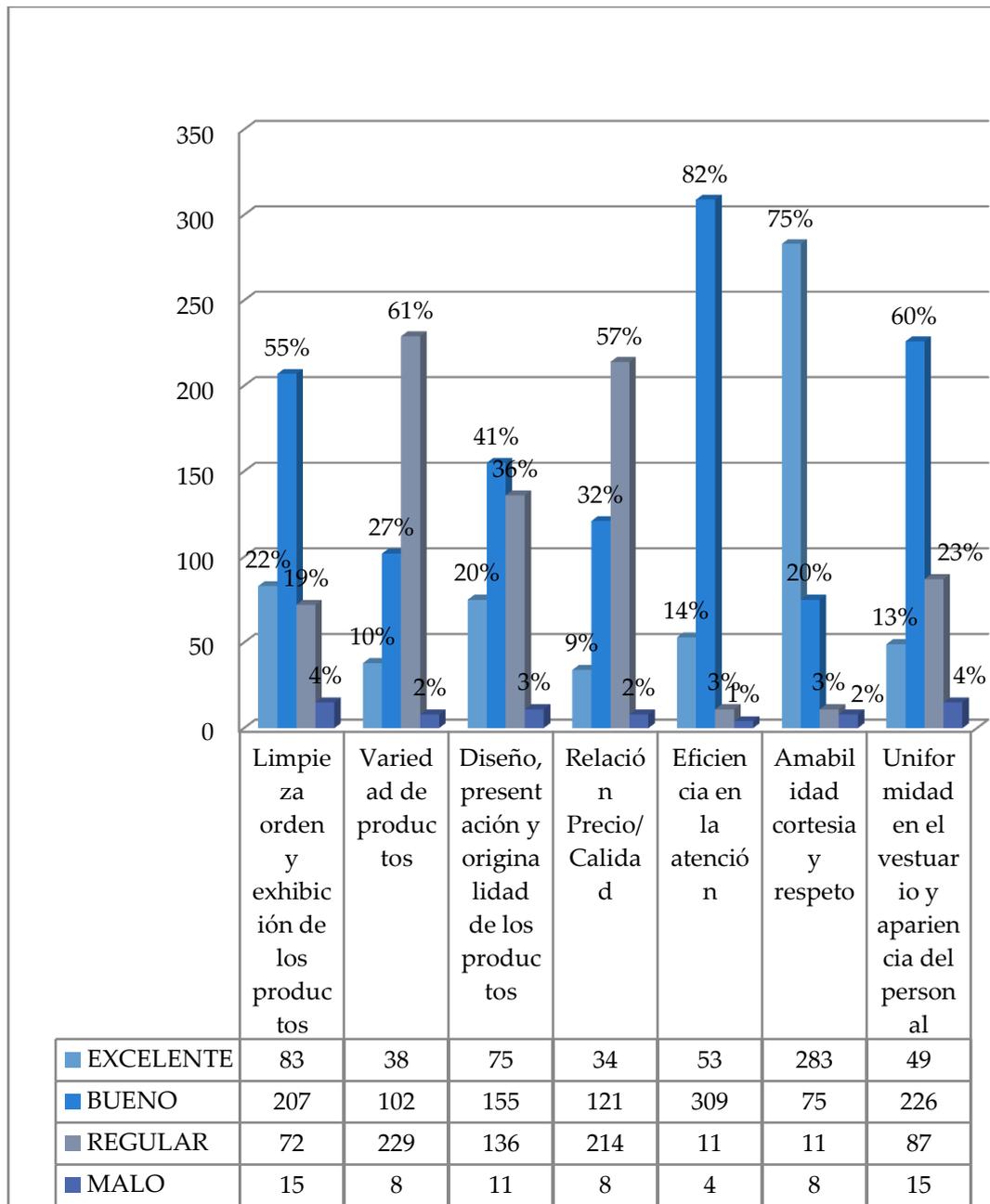
Gráfico 36: Cafetería del tren



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.3.11. Plaza artesanal

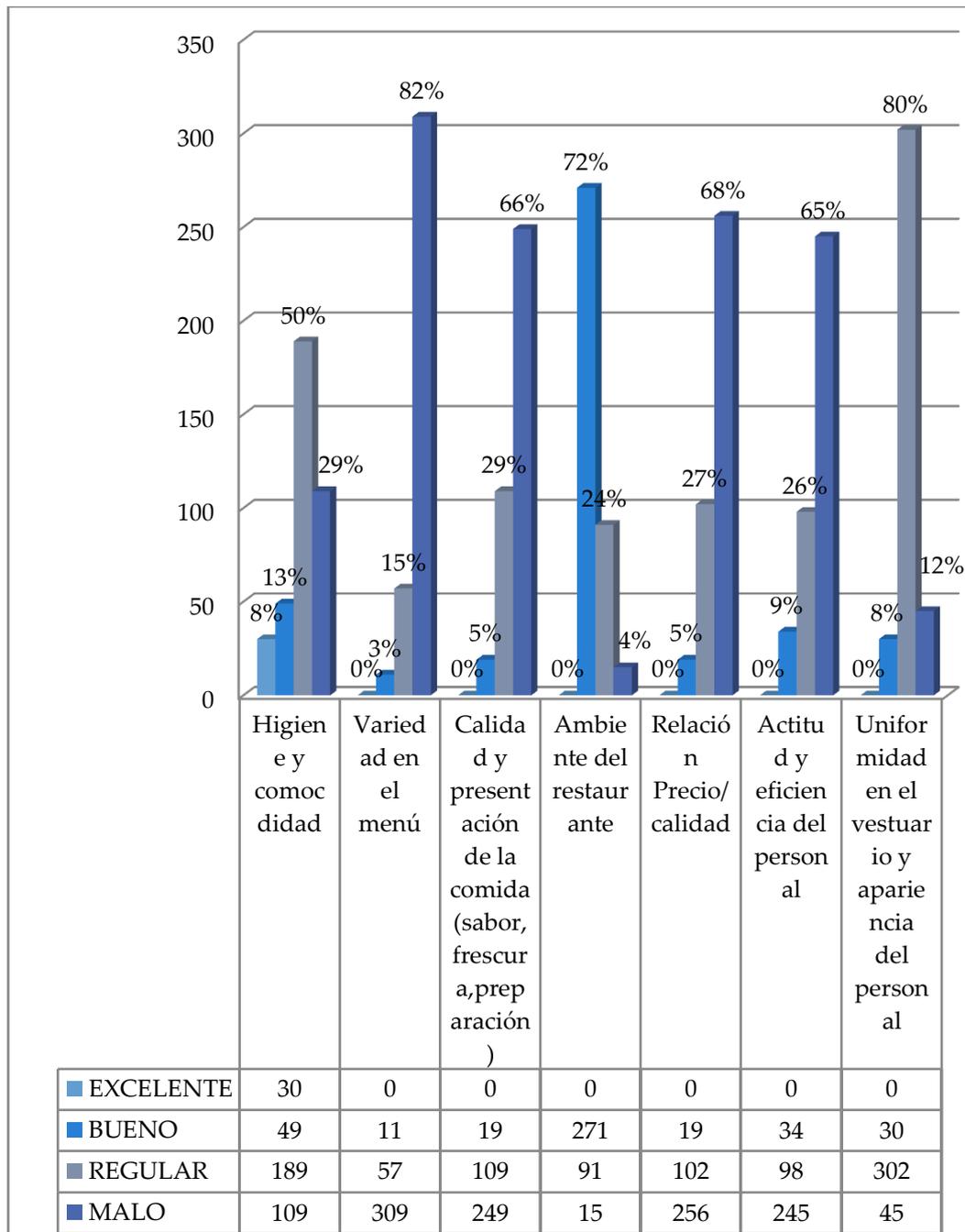
Gráfico 37: Plaza artesanal



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.3.12. Restaurante el Palenque

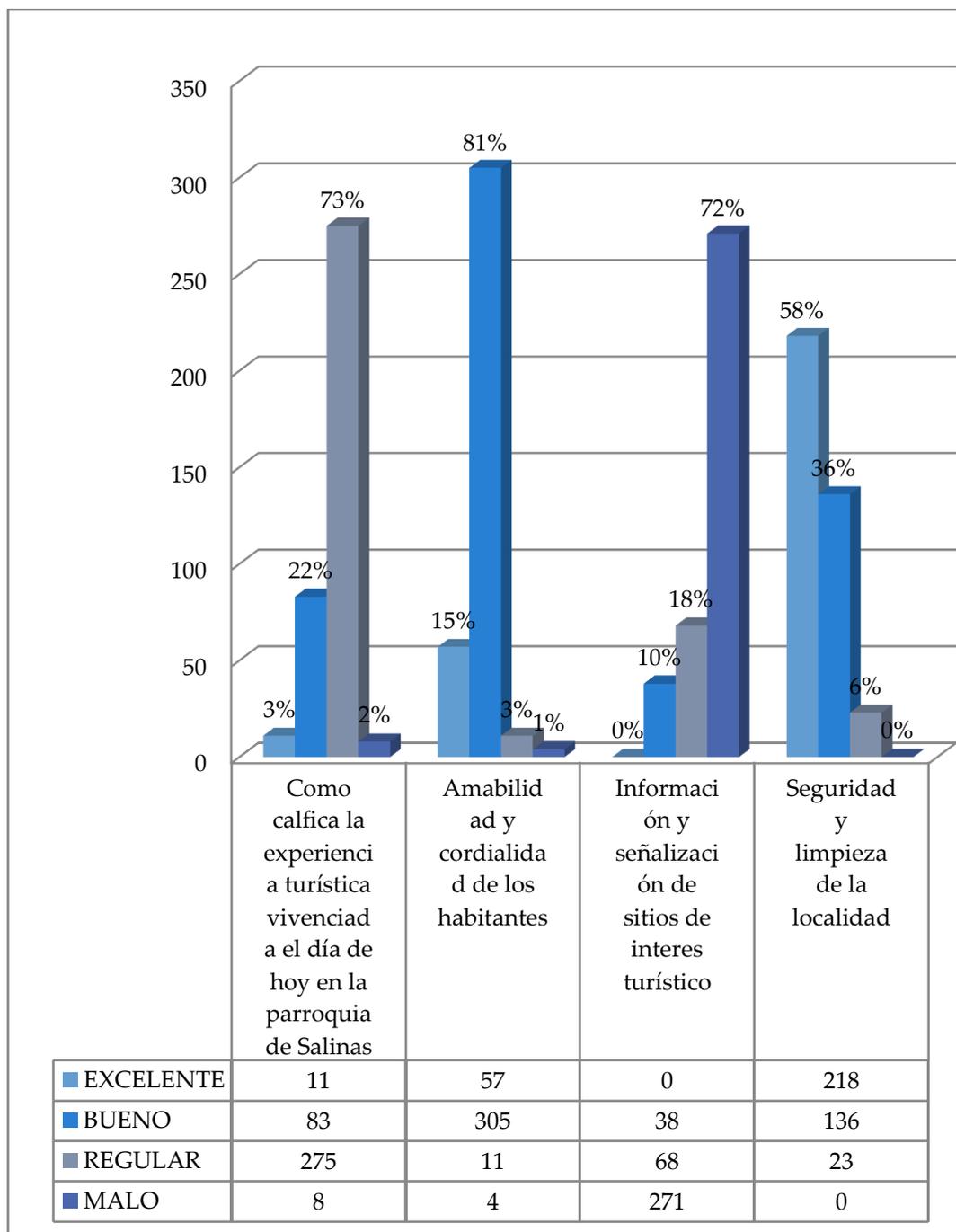
Gráfico 38: Restaurante El palenque



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.3.13. Satisfacción en general

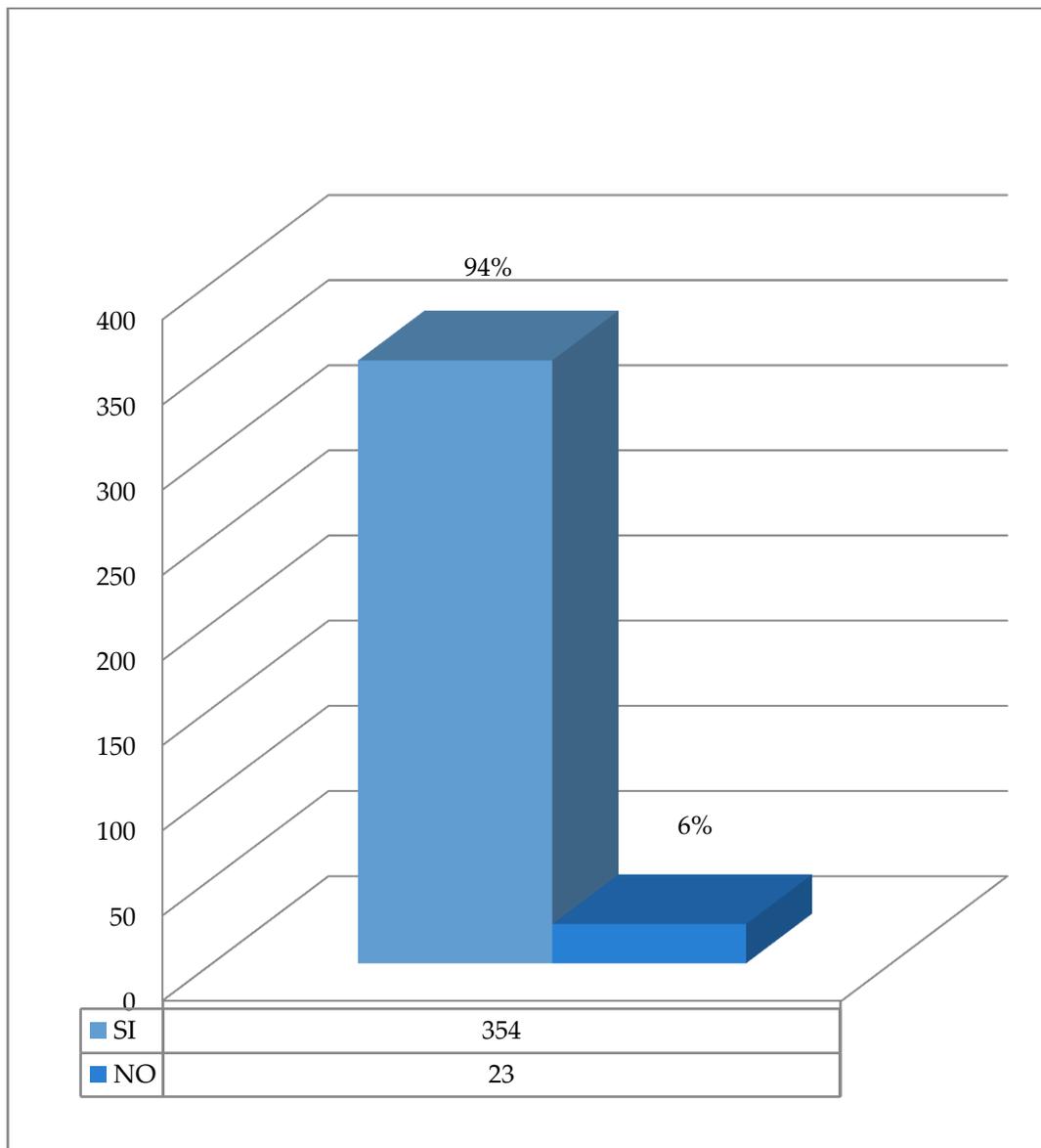
Gráfico 39: Satisfacción en general



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.1.2.1. ¿Recomendaría a sus familiares y amigos que visiten la parroquia?

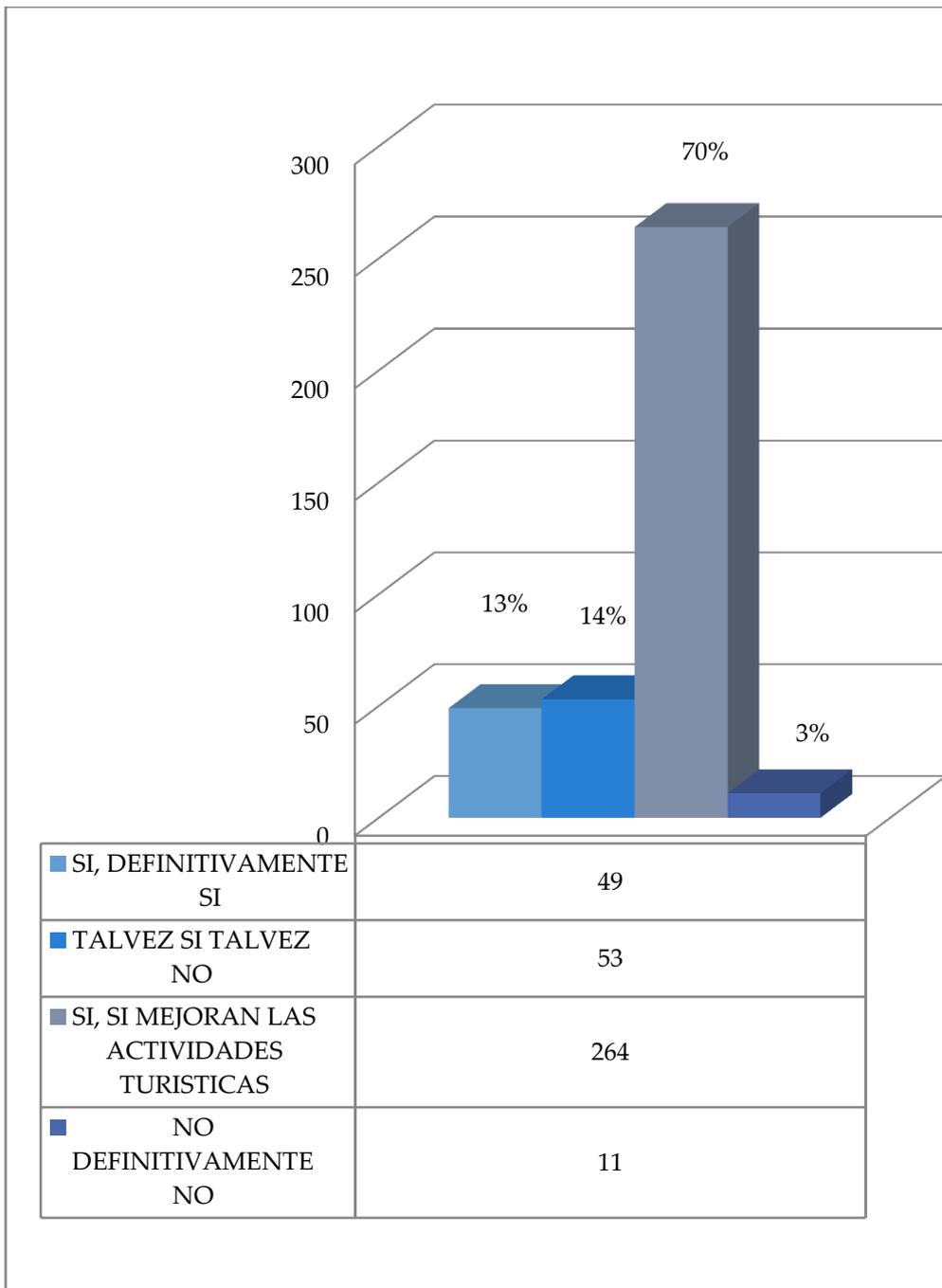
Gráfico 40: ¿Recomendaría a sus familiares y amigos que visiten la parroquia de Salinas?



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.1.2.2. ¿Regresaría a la Parroquia Santa Catalina de Salinas?

Gráfico 41: ¿Regresaría a la Parroquia Santa Catalina de Salina?



Elaboración: Bonilla R. (2014)

4.2. Análisis de la entrevista realizadas.

Durante el desarrollo de esta investigación, se han realizado entrevistas a diferentes actores importantes dentro de la actividad turística en Salinas. De dichas entrevistas podemos extraer en líneas generales que, existe una promoción turística por parte de las entidades gubernamentales locales sólo en lo referente a los distintos eventos que se desarrollan dentro de la parroquia, pero existe una carencia en cuanto a la planificación general de la promoción turística a nivel global.

En la entrevista realizada al Abg. Raúl Maldonado Presidente del GAD parroquial de Santa Catalina de Salinas, nos da a conocer que durante los últimos tres años las actividades ejecutadas por el GAD parroquial, se han centrado en transformar el pensamiento de los habitantes de Salinas en el tema de turismo y en buscar convenios que permitan a los habitantes emprender en negocios turísticos, mas no en la realización de actividades de promoción y difusión turística de la localidad.

También supo manifestar que actualmente han empezado a dar importancia a la promoción turística y través de medios físicos, como trípticos, y medios de comunicación como la radio comunitaria 89.9 la voz de los afros, publicitan de forma local las actividades turísticas que se pueden hacer en esta parroquia.

Durante la entrevista dirigida al Ing. David Maldonado, presidente de la Organización comunitaria Palenque, nos comenta que desde la organización se viene trabajando lento en el plano de la promoción turística ya que es un tema nuevo para ellos. Sin embargo a través de alianzas con comunidades cercanas e instituciones públicas han diseñado volantes informativos, spots publicitarios, han participado en ferias

ciudadanas y han solicitado notas de prensa para difundir la realización de eventos como el carnaval.

De la conversación mantenida con la Lic. Estefany Vallejo comunicadora social de Ferrocarriles del Ecuador Empresa Pública Filial Norte, logramos conocer que esta institución, para publicitar el producto Tren de la Libertad a nivel nacional e internacional, incorpora información turística referente a la parroquia de Salinas en todo el material publicitario que diseña, como por ejemplo en la página www.treecuador.com, la edición trimestral de las revistas denominadas colorín colorriel dirigida a niños y las revistas guardavía dirigida a adultos.

La Ing. Mariela Mina Presidenta de la Fundación Sembrando Nuestro Futuro, en la entrevista realizada, supo manifestar que la contribución de la fundación al desarrollo turístico se ha centrado principalmente en capacitar al 60% de las mujeres Salinenses en la asociación y creación de emprendimientos turísticos como fuente de ingresos para sus hogares, en el ámbito turístico publicitario, son los creadores de la Radio Salinerita, 89.9 la cual utilizan para promocionar las actividades turísticas y acciones que se llevan a cabo en la parroquia.

Por su parte el señor Gastón Andrango, a través de la entrevista manifestó que la dirección de arte y cultura ha trabajado en Salinas como en todos los sectores rurales y urbanos de la ciudad de Ibarra impulsando la realización de eventos con identidad cultural del cantón. La radio, los medios impresos y las redes sociales son los medios que generalmente usamos en la promoción y difusión de eventos organizados en Salinas y en distintos lugares del cantón.

CAPÍTULO V

5. Conclusiones y recomendaciones

5.1. Conclusiones

- La Parroquia Santa Catalina de Salinas actualmente recibe un gran número de visitantes pero los productos y servicios turísticos ofertados son limitados y no cumplen con las expectativas de los turistas, provocando descontento en los mismos y deteriorando la imagen de la parroquia frente a la posible llegada de nuevos visitantes.
- La calidad de la experiencia turística ofertada en la parroquia Santa Catalina de Salinas no contempla los estándares mínimos requeridos por los visitantes. Dichos estándares de calidad se basan en la limpieza, en la actitud del personal, en la formación de los guías y en la originalidad de los productos elaborados con materiales e ingredientes locales.
- Los emprendimientos turísticos existentes en Salinas al igual que los gobiernos locales involucrados no consideran a la publicidad como un medio eficaz para dar a conocer sus servicios e incentivar la afluencia de nuevos visitantes a la localidad.
- La mayor parte de los visitantes que acuden a la Parroquia Santa Catalina de Salinas son de nacionalidad ecuatoriana, debido a que los escasos medios publicitarios utilizados son de alcance local y no están enfocados hacia el mercado extranjero.

5.2. Recomendaciones

- Identificar los principales atractivos turísticos naturales y culturales existentes en la parroquia Santa Catalina de Salinas, señalarlos y crear una ruta auto guiada con la finalidad de ampliar la oferta turística local y mejorar la experiencia del visitante.
- Implementar un plan de capacitación turística dirigida a las personas involucrados en el desarrollo de la actividad turística de Salinas, destinado de manera global a mejorar la calidad de los productos y servicios ofertados.
- Diseñar una campaña de promoción y difusión turística de la Parroquia Santa Catalina de Salinas para potenciar el turismo y fomentar el conocimiento de sitios turísticos gastronómicos y culturales de la localidad
- Crear una página web en diferentes idiomas que dé a conocer a nivel global el patrimonio natural y cultural existente en la Parroquia Santa Catalina de Salinas que permitirá llegar al mercado nacional e internacional de forma sencilla y económica.

CAPÍTULO VI

6. Propuesta alternativa

6.1. Título

“PLAN DE MEJORAMIENTO DE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS”

6.2. Justificación

Santa Catalina de Salinas es una parroquia de gran belleza, rodeada de entornos naturales y gran riqueza cultural, que atraen a propios y extraños. De miércoles a domingo la parroquia de Santa Catalina de salinas acoge aproximadamente a 500 visitantes, transportados hacia esta localidad a través de la ruta del Tren de la Libertad, que realiza el recorrido desde la estación de Ibarra hasta la estación de Salinas; de no ser por la existencia y apertura en el año 2012 del tren turístico, muchos visitantes no lograsen conocer la diversidad en cuanto a paisajes naturales, gente, cultura y gastronomía existente en esta zona.

Ante el evidente potencial de explotación turística de la parroquia Santa Catalina de Salinas, pone en evidencia la necesidad de elaborar un “Plan de Mejoramiento de la Oferta Turística”, dirigido a todos los emprendimientos que dedican sus actividades a satisfacer las necesidades de los visitantes.

Los servicios y actividades que presta la parroquia no son conocidos por gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros, por tanto es esencial la creación de un programa que contenga proyectos que le

permitan a la misma dar a conocer todos sus atractivos, brindar mejor atención al visitante y turista, mantener espacios llamativos, señalizados y vistosos, además de actividades nuevas que permitan a todas las personas de todas las edades disfrutar de momentos agradables.

Una de las preocupaciones del gobierno actual es la de mantener niveles altos de crecimiento y por consiguiente de desarrollo, tanto a nivel urbano como rural, lo cual es posible siempre que exista la colaboración conjunta de los actores sociales: población, GAD parroquial y demás personas y entidades que juegan un papel significativo para que la sociedad se motive, forme y progrese para su propio bienestar y mejoramiento de la calidad de vida. Por tanto se presenta una propuesta que se desarrolló en base a una investigación previa en la que se determinó la necesidad de plantear un programa que contenga proyectos sostenibles y sustentables que podrán ser ejecutados por los involucrados en el turismo de la localidad de Santa Catalina de Salinas.

6.3. Fundamentación

6.3.2. Plan

“Se entiendo por plan desde una forma de actividad social organizada con un objetivo concreto, limitado en el tiempo y en el espacio, hasta un conjunto interdependiente de proyectos”. (Cobb W, Aguilar Villanueva, & Barbara J, 2009, pág. 34)

El propósito del investigador es diseñar un plan que incluya varias actividades y estrategias que direccionen el desenvolvimiento de los emprendimientos, respecto al nivel de satisfacción de los visitantes, durante su estancia en la parroquia Santa Catalina de Salinas.

6.3.3. Promoción

“Promoción, del latín promotio, es la acción y efecto de promover (impulsar un proceso o una cosa, tomar la iniciativa para realizar algo, elevar a alguien a un cargo superior al que tenía). El término puede utilizarse para nombrar a las actividades que buscan dar a conocer o incrementar las ventas de algo” (Ramos Farroñán, 2013)

Dentro del plan, se contempla la creación de un proyecto específico para las actividades de promoción, con la finalidad de difundir a nivel local, nacional e internacional, el alto potencial turístico que la parroquia San Catalina de Salinas posee.

6.3.4. Difusión

“Se denomina la acción de comunicar en forma organizada y permanente, noticias e información que llegando al consumidor final, despierten el adecuado interés y deseo por conocer determinados atractivos y productos. Se integra en el contexto de las estrategias de comunicación integrada del Estado”. (SECTUR, 2014)

Una adecuada difusión de las actividades y recursos turísticos que posee la parroquia Santa Catalina de Salinas, es indispensable si lo que se busca, es posicionar en la preferencia de los turistas, esta localidad.

6.3.5. La organización local para la ejecución

“Consiste en la identificación y creación de todas las instancias o estructuras requeridas al nivel local y de desarrollo de las capacidades necesarias en las mismas, para su funcionamiento en apoyo del proyecto. Comprende tanto acciones de carácter interno a la unidad de proyecto, como de carácter externo con organizaciones y

autoridades existentes en el medio local". (Unidad Regional de Asistencia Técnica, 2003)

Para que cualquier programación, actividad, plan o proyecto alcance el éxito esperado y se evidencien los resultados esperados, es indispensable promover la organización de las partes involucradas, considerando que de un adecuado trabajo cooperativo depende que la parroquia Santa Catalina de Salinas, se posicione como una fuerza o referente del sector turístico, en la zona 1.

6.4. Objetivos

6.4.2. General

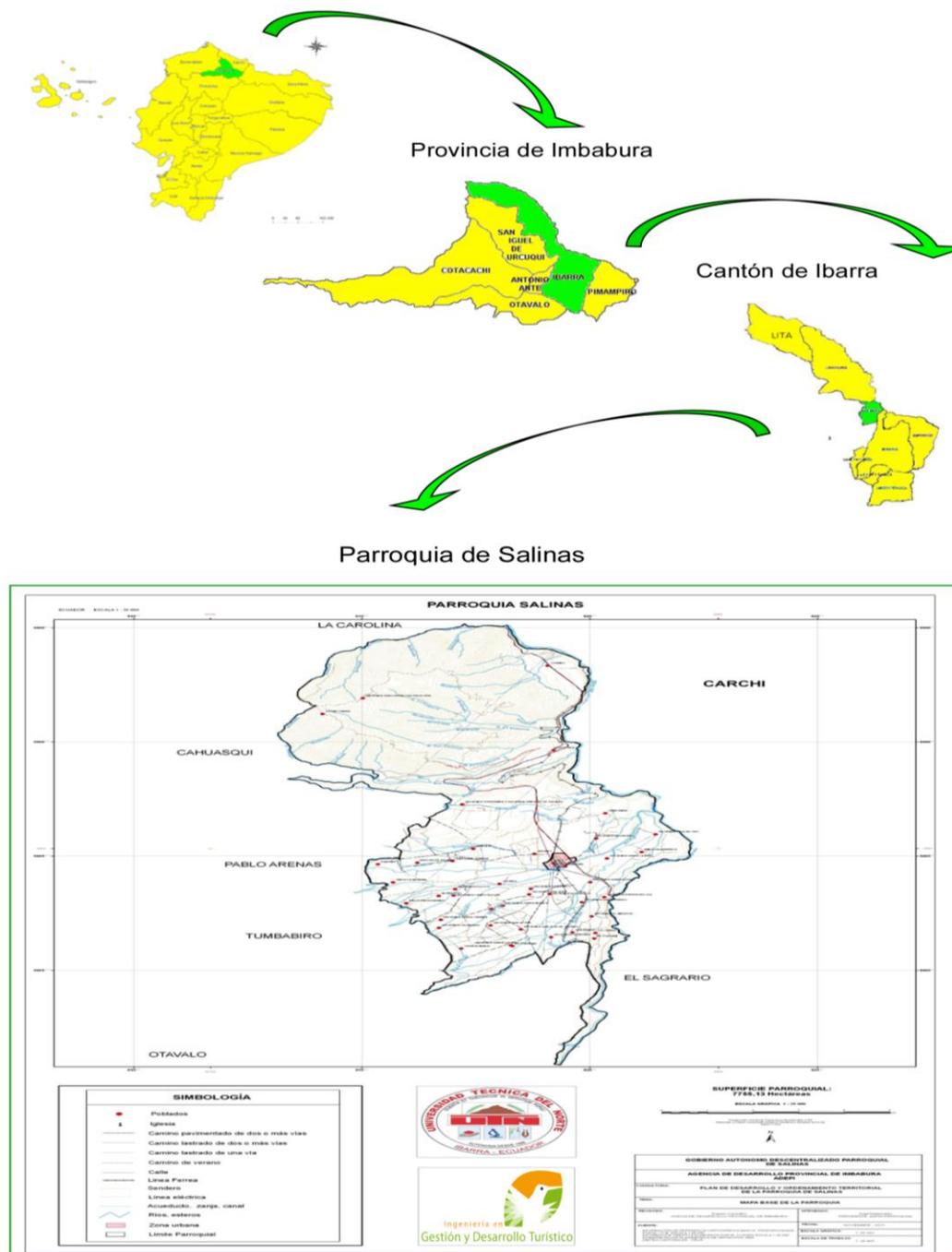
Diseñar un plan de mejoramiento de la oferta turística existente en la Parroquia Santa Catalina de Salinas, mediante la propuesta de proyectos que integre y beneficie a la población involucrada.

6.4.3. Específicos

- Diseñar talleres de capacitación para los actores sociales involucrados, con la finalidad de que se empoderen del desarrollo turístico de la parroquia.
- Implementar el uso del internet como un canal de promoción y comercialización turística a través de la creación del portal [www. salinasdeibarra.com](http://www.salinasdeibarra.com)

6.5. Ubicación sectorial y física

Gráfico 42: Ubicación de la parroquia Santa Catalina de Salinas



Elaborado por: Autora de la Investigación

6.6. Desarrollo de la propuesta



Gráfico 43: Portada de la propuesta

Elaborado por: La autora

6.6.1. Proyecto 1:

“Capacitación turística dirigida a prestadores de servicios turísticos de la Parroquia Santa Catalina de Salinas”.

a. Objetivo

Proporcionar los conocimientos y técnicas necesarias para lograr una gestión y operación competitiva de los negocios y actividades turísticas que se desarrollan en la parroquia.

• Participantes del proyecto

- ✓ Propietarios de emprendimientos turísticos existentes en la parroquia.
- ✓ Asociaciones comunitarias involucradas en la prestación de productos y servicios turístico turísticos dentro de la parroquia.
- ✓ Gestores del desarrollo turístico de la parroquia.

• Programa y módulos temáticos

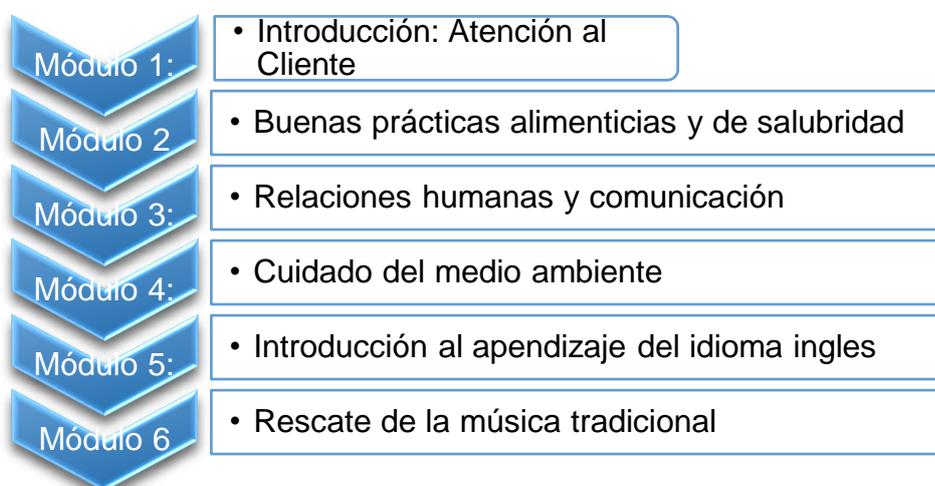


Gráfico 44: Programas y módulos temáticos

Elaborado por: El autor

- **Estructura programa y contenidos**

El proyecto esta organizado en seis secciones modulares complementarias, que van de lo general a lo específico, y de lo conceptual a lo instrumental.

Tabla 5: Temas a desarrollar para cada una de las capacitaciones

Módulo	Contenido de módulos	Recursos	
		Materiales y tecnológicos	Humanos
Atención al cliente	Identificación del tipo de cliente. Importancia del servicio al cliente Características de la atención al cliente Funciones del servicio de atención al cliente Las expectativas del cliente El tratamiento de las quejas ¿Cómo nos diferenciamos?	Área de capacitación: Centro de capacitaciones de Santa Catalina de Salinas "Sembrando"	Capacitadores en distintas áreas
Buenas prácticas alimenticias y de salubridad	Contaminación alimenticia Contaminación biológica Contaminación química Contaminación física Contaminación cruzada Enfermedades alimenticias comunes. Prevención de enfermedades comunes.	Laptop Proyector Cds. Flash Materiales didácticos Refrigerios Certificados	
Relaciones Humanas y comunicación	Qué son las relaciones humanas. Obstáculos en las relaciones humanas. Obstáculos del emisor. Obstáculos del receptor.		

Cuidado del medio ambiente	¿Cómo cuidar el medio ambiente? Reduce Reúse Recycle ¿Cómo separar los desechos?		
Inducción al aprendizaje del idioma inglés	Importancia del Idioma Inglés en la actividad turística. Introducción al inglés básico.		
Taller de música tradicional	Iniciación musical Utilización de instrumentos musicales tradicionales		

Elaborado por: La autora

- **Presupuesto**

Tabla 6: Presupuesto proyecto 1

Costo de los Recursos	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Materiales			
Materiales didácticos	46	1	46,00
Refrigerios	1	60	1.440,00
Certificados			600,00
Subtotal			2.086,00
Tecnológicos			
Cds.	0,45	24	10,80
Flash	2	8	16,00
Subtotal			26,80
Total Programa 1			2.112,80

Elaborado por: La autora

- **Fechas y horarios de trabajo, tiempo estimado**

Tabla 7: Tiempo estimado para desarrollo del proyecto 1.

Actividades	Acciones	Tiempo
Atención al cliente	Identificación del tipo de cliente. Importancia del servicio al cliente Características de la atención al cliente Funciones del servicio de atención al cliente Las expectativas del cliente El tratamiento de las quejas ¿Cómo nos diferenciamos?	2 semana
Buenas prácticas alimenticias y de salubridad	Contaminación alimenticia Contaminación biológica Contaminación química Contaminación física Contaminación cruzada Enfermedades alimenticias comunes. Prevención de enfermedades comunes.	2 semana
Relaciones Humanas y comunicación	Qué son las relaciones humanas. Obstáculos en las relaciones humanas. Obstáculos del emisor. Obstáculos del receptor.	2 semanas
Cuidado del medio ambiente	¿Cómo cuidar el medio ambiente? Reduce Reúse Recicle ¿Cómo separar los desechos?	2 semanas
Inducción al aprendizaje del idioma inglés	Importancia del Idioma Inglés en la actividad turística. Introducción al inglés básico.	2 semanas
Taller de música tradicional	Iniciación musical Utilización de instrumentos musicales tradicionales.	3 semanas

Elaborado por: Autora la investigación

- **Involucrados**

- ✓ Emprendedores
- ✓ Visitantes
- ✓ Población de la Parroquia Santa Catalina de Salinas
- ✓ Miembros del GAD Parroquial de Salinas

- **Financiamiento**

El financiamiento puede desarrollarse a través de convenios con el SECAP (Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional), “Instituto tecnológico Luis Ulpiano de la Torre”, (especialistas en el arte musical de la región norte del país) y Asociación de Extranjeros Residentes en Cotacachi”, solicitados por el GAD parroquial de Salinas, conjuntamente con los propietarios de pequeños y medianos emprendimientos de manera gratuita, por tanto la GAD parroquial de Salinas únicamente pagaría los costos que se detallaron en la tabla anterior (\$2.112,8).

- **Beneficiarios**

- ✓ Propietarios de pequeños emprendimientos
- ✓ Familias involucradas en el turismo de la parroquia
- ✓ GAD parroquial de Salinas.
- ✓ Turistas

- **Impactos**

- ✓ **Educativo**

Al desarrollarse talleres de capacitación los participantes adquieren gran conocimiento acerca de lineamientos estratégicos para lograr que la

demanda turística quede satisfecha en los productos y servicios ofertados.

✓ **Cultural**

Conocimiento profundo acerca de la cultura de la parroquia, incremento del conocimiento de los lugares turísticos que tiene la provincia de Imbabura en particular la parroquia de Salinas e incremento de habilidades y destrezas sobre aspectos relacionados con las necesidades de los turistas.

6.6.2. Proyecto 2:

“Señalética Turística”

“Señalización de los principales atractivos turísticos, naturales y culturales existentes en la parroquia Santa Catalina de Salinas”

a. Objetivo

Dotar a los sitios de interés turístico de la parroquia Santa Catalina de Salinas de señalización coherente y uniforme con el fin de potenciar la visita de turistas a los atractivos y lograr la movilización de turistas dentro de la parroquia de forma segura y autónoma.

• **Participantes del programa**

- ✓ Participantes locales
- ✓ GAD parroquial de Salinas.

- **Cronograma de Actividades**

Tabla 8: Cronograma de actividades proyecto 2

Actividades	Acciones	Recursos	
		Materiales y tecnológicos	Humanos
Implementar la señalética en los principales sitios turístico.	Diseño y construcción de Tótems y señalética.	Latón Pintura Tubo galvanizado Cemento Arena	Diseñadores Obreros
	Convocatoria a la población para la ubicación de señalética.	Perifoneo Volantes	Población involucrada en turismo

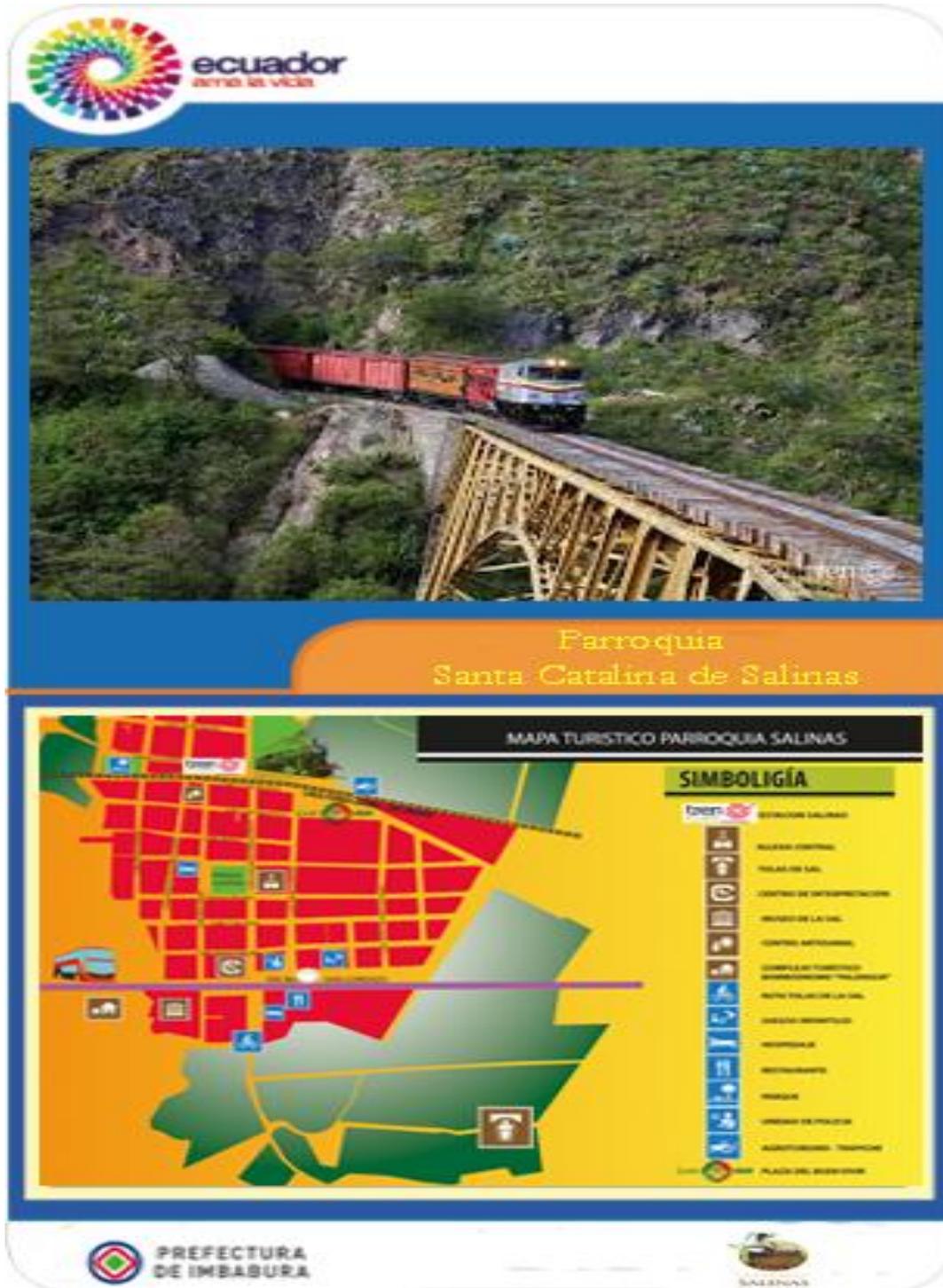
Elaborado por: La autora

Gráfico 45: Diseño de Tótem para las entradas principales de la parroquia Santa Catalina de Salinas

Diseñar e implementar una adecuada señalética en los principales sitios turísticos, garantizara que los visitantes que acudan a la parroquia Santa Catalina de Salinas, puedan movilizarse con seguridad, sin la necesidad de incurrir en gastos derivados, de la adquisición de un mapa, que en su mayoría son de difícil interpretación.

Por tanto se buscara que la señalética a emplearse sea de fácil comprensión, con un diseño atractivo y herramientas o recursos accesibles para la población.

Gráfico 46: Señalética



Elaborado por: La autora

- **Presupuesto**

Tabla 9: Presupuesto estimado proyecto 2

Costo de los Recursos	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Materiales			
Tótems	1500	3	4.500,00
Señalética	120	8	960,00
Subtotal			5.460,00

Elaborado por: La autora

- **Tiempo estimado**

Tabla 10: Tiempo estimado para desarrollo proyecto 2

Actividades	Acciones	Tiempo estimado
Implantación de íconos en los principales sitios turísticos.	Diseño y construcción de Tótems y señalética.	2 meses
	Convocatoria a la población para la ubicación de señalética.	2 meses

Elaborado por: La autora

- **Involucrados**

- ✓ Turistas
- ✓ Visitantes

- ✓ Población de la Parroquia Santa Catalina de Salinas
- ✓ Miembros del GAD parroquial de Salnas.
- ✓ Obreros y personal contratado

- **Financiamiento**

El financiamiento puede desarrollarse a través de convenios con el GPI, gobierno seccional que se encarga del mejoramiento de rutas de las zonas rurales.

- **Beneficiarios**

- ✓ Propietarios de pequeños emprendimientos
- ✓ Familias involucradas en el turismo de la parroquia
- ✓ GAD parroquial de Salnas.
- ✓ Oferta turística
- ✓ Ferrocarriles del Ecuador
- ✓ Turistas

- **Impactos**

- ✓ **Visual**

Con la implantación de señalética los turistas podrán acceder sin problemas a cada uno de los sitios y lugares turísticos existentes en la parroquia.

- ✓ **Educativo**

Se logrará mantener el respeto por las distintas áreas localizadas en cada sitio.

6.6.3. Proyecto 3:

“Promoción y publicidad”

a. Objetivo

Fomentar el conocimiento de los sitios turísticos, gastronomía y cultura de la parroquia de Santa Catalina de Salinas, para potenciar el turismo y mejorar la calidad de vida de los pobladores del sector.

b. Participantes del proyecto

- Propietarios de los emprendimientos turísticos.
- GAD parroquial de Salinas.
- Ferrocarriles del Ecuador filial Norte

c. Cronograma

Tabla 11: Cronograma de actividades proyecto 3

Actividades	Acciones	Recursos	
		Materiales y tecnológicos	Humanos
Difusión de los atractivos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas	Spot publicitarios en radio	Radios locales	Técnico encargado de la radio: La Salinera, “La voz de los Afro”.
	Video promocional que se transmita en canales locales.	Canales de la localidad: TVN y canal universitario	Delegado del GAD parroquia de Salinas
	Video promocional que se transmita en páginas	Internet: páginas web	Diseñador de páginas web contratado por

	sociales.		el GAD parroquia de Salinas
Creación de una página web.	Diseño de página web, en el que se establezca y promocióne: potenciales turísticos Cultura Gastronomía	Fotos Videos Libros Información recolectada en la investigación Internet	Diseñador Fotógrafo contratados por el GAD parroquia de Salinas
Mejoramiento de guión y murales	Rescate y perpetuación de la cultura local.	Pintura Muros	Antropólogo Diseñador de imágenes Pintor

Elaborado por: La autora

d. Presupuesto

Tabla 12: Presupuesto para implementación proyecto 3

Costo de los Recursos	Costo Unitario	Cantidad	Costo Total
Materiales			
Pintura (1 barril de 42 galones)	150	12	1.800,00
Video promocional	2000	1	2.000,00
Subtotal			3.800,00
Tecnológicos			
Radio Canela (mensual)	12,5	12	150,00
Radio Los lagos (mensual)	12,5	12	150,00
Radio Cotacachi (mensual)	12,5	12	150,00
Televisoras locales (mensual)	800	2	1.600,00
Subtotal			2.050,00
Humanos			
Diseñador de páginas web	480	1	480,00
Fotógrafo	1200	1	1.200,00
Antropólogo	4500	1	4.500,00
Diseñador de imágenes	800	4	3.200,00
Artista pintor	1200	1	1.200,00
Subtotal			10.580,00
Total Programa 1			16.430,00

Elaborado por: La Autora

Fuente: Técnicos especialistas

e. Tiempo estimado para el desarrollo de las actividades

Tabla 13: Tiempos estimados ejecución proyecto 3

Actividades	Acciones	Tiempo
Difusión de los atractivos turísticos de la parroquia Santa Catalina de Salinas	Spot publicitarios en radio	4 meses
	Video promocional que se transmita en canales locales.	4 meses
	Video promocional que se transmita en páginas sociales.	1 año
Creación de una página web.	Promoción de página web, en el que se establezca y promocióne: potenciales turísticos Cultura Gastronomía	1 año
Mejoramiento de guión y murales	Rescate y perpetuación de la cultura local.	2 meses

Elaborado por: La Autora

Fuente: Técnicos especialistas

• **Involucrados**

- ✓ Turistas
- ✓ Visitantes
- ✓ Población de la Parroquia Santa Catalina de Salinas
- ✓ Miembros del GAD parroquial de Salinas.
- ✓ Medios de comunicación locales

- **Financiamiento**

Este proyecto podrá financiarse realizando un convenio entre la oferta turística y el GAD parroquial de Salinas encargado del bienestar y desarrollo de los habitantes de Salinas.

- **Beneficiarios**

- ✓ Propietarios de pequeños emprendimientos.
- ✓ Familias involucradas en el turismo de la parroquia.
- ✓ GAD Parroquial.
- ✓ Oferta turística.
- ✓ Ferrocarriles del Ecuador
- ✓ Turistas

- **Impactos**

- ✓ **Marketing**

Difusión integral a través de los medios de comunicación y tecnológicos de: potencialidades turísticas, gastronomía, emprendimientos, paisajes naturales, murales culturales, entre otros atractivos de la localidad que aún no son conocidos por visitantes y turistas nacionales y extranjeros.

- ✓ **Social**

Incremento de la demanda de turistas nacionales y extranjeros debido a la difusión de atractivos, gastronomía y cultura de la parroquia Santa Catalina de Salinas, en medios de comunicación que tienen un alcance nacional e internacional.

6.6.4. Proyecto 4:

“Diseño de la Página Web”

a. Objetivos

- Promocionar los atractivos turísticos de la comunidad al turista nacional e internacional, a través de las nuevas tecnologías de la comunicación como es el internet.
- Ofrecer al mercado turístico de una herramienta de información turística ágil y dinámica.



Gráfico 47: Página web

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

[CONÓCENOS](#) [QUÉ HACER](#) [INFO PRACTICA](#) [CONTACTO](#) **27°C - 11°C**

CONÓCENOS > **HISTORIA**

HISTORIA

Salinas es una parroquia rural perteneciente al cantón Ibarra, su nombre completo es Santa Catalina de Salinas, está ubicada al noreste de la ciudad de Ibarra se encuentra a aproximadamente 1.600 msnm, está rodeada por haciendas y plantaciones de caña de azúcar. Las primeras noticias que se tiene de esta parroquia es que sus primeros habitantes fueron indígenas, ellos se dedicaban a extraer sal que provenía de los salitrales de este sector y lo intercambiaban con habitantes de tierras altas por productos como el oro, ají y algodón. La sal era un producto tan esencial que llegó a tener mucho valor económico por lo que distintas congregaciones religiosas como los Dominicos, los Franciscanos, los Mercedarios y los Jesuitas despojaron a los indígenas sus tierras y trajeron esclavos del África para trabajar en la extracción de sal, algodón e introdujeron la caña de azúcar al sector. Actualmente el 80% de su población es afro descendiente y se dedican al cultivo de la caña de azúcar y al turismo comunitario.



 **DÓNDE DORMIR**  **DÓNDE COMER**  **CÓMO LLEGAR**  **CONSEJOS DE VIAJE**

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones [MAPA DE SITIO](#)

Gráfico 48: Página web 2

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

[CONÓCENOS](#) [QUÉ HACER](#) [INFO PRACTICA](#) [CONTACTO](#) **27°C - 11°C**

CONÓCENOS > [MAPA](#)

MAPA TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

MAPA TURISTICO PARROQUIA SALINAS

SIMBOLIGÍA

- ESTACION SALINAS
- IGLESIA CENTRAL
- TOLAS DE SAL
- CENTRO DE INTERPRETACIÓN
- MUSEO DE LA SAL
- CENTRO ARTESANAL
- COMPLEJO TURÍSTICO BOMBODROMO "PALENQUE"
- RUTA TOLAS DE LA SAL
- JUEGOS INFANTILES
- HOSPEDAJE
- RESTAURANTE
- PARQUE
- UNIDAD DE POLICIA
- AGROTURISMO - TRÁPICHE
- PLAZA DEL BUEN VIVIR

Haga click aquí para descargar el mapa turístico de La Parroquia Salinas de Ibarra

[DÓNDE DORMIR](#) [DÓNDE COMER](#) [CÓMO LLEGAR](#) [CONSEJOS DE VIAJE](#)

Gráfico 49: Página web 3

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

Buscar

CONÓCENOS

QUÉ HACER

INFO PRACTICA

CONTACTO

27°C - 11°C

CONÓCENOS > **CÓMO LLEGAR**

CÓMO LLEGAR A SANTA CATALINA DE SALINAS

Las vías de acceso a la parroquia de Salinas se encuentran en muy buen estado por lo que se puede acceder al lugar a través de los siguientes medios de transporte.

Tren:

El destino de llegada del tren de la Libertad es la parroquia de Salinas de Ibarra.
El Tren de la Libertad opera de Miércoles a Domingo. Una sola salida diaria.

Horario de salida del tren:

Salida del tren de la estación de Ibarra: 10:30 am
Llegada del tren a la parroquia de Salinas de Ibarra : 12:00

Salida del Tren de la estación de Salinas : 15:00
Llegada del Tren a la estación de Ibarra: 16:300

Para poder viajar en tren a la parroquia es necesario realizar una reserva con 8 días de anticipación lo pueden hacer llamando al 062950390 – 062955050.

Bus:

Las cooperativas de buses que van a la parroquia de Salinas desde el terminal terrestre de la ciudad de Ibarra :

Cooperativa de Transportes Valle

Horarios de Salida
8:00 11:00 14:00 18:00

Cooperativa de Transportes Espejo

Horario de Salida
7:20 8:30 10:20 13:00 15:20 18:20

Vehículo particular:

- Desde el obelisco de la ciudad de Ibarra dirigirse hacia el este por la Av. Eugenio espejo
- Tomar la calle Juan de Velasco, girar a la izquierda en la Simón Bolívar continuar y girar a la derecha en la Rafael Troya.
- Continuar por la Av. Carchi, llegar a la Panamericana Norte girar a la izquierda.
- Continuar hasta la Y de la troncal E35 - E10, girar al lado izquierdo por la vía Ibarra San Lorenzo.
- Continuar hasta el primer semáforo donde se puede Observar una troncal de vía con un rotulo grande que dice "Bienvenido a Salinas".



Haga click aquí para ampliar el mapa



DÓNDE DORMIR



DÓNDE COMER



CÓMO LLEGAR



CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones

MAPA DE SITIO

Gráfico 50: Página web 4

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

CONÓCENOS

QUÉ HACER

INFO PRACTICA

CONTACTO

27°C - 11°C

QUÉ HACER > NATURALEZA

NATURALEZA

Las Tolas de Sal:

Las Lomas de Sal de Santa Catalina de Salinas se encuentran ubicadas en el Barrio San Miguel. En una extensión de terreno de aproximadamente 2 hectáreas, en las que se puede observar 23 lomas de tierra, construidas a mano por indígenas del pueblo Kichwa Otavalo, que antes de la llegada del pueblo afro desecantes, habitaban el sector.

Es un sitio ideal para hacer volar la cometa, caminar y ciclear.

El ingreso al atractivo es totalmente gratis, se recomienda las visitas entre las 9 am y las 5 pm.



Trapiche "San Ignacio":



DÓNDE DORMIR



DÓNDE COMER



CÓMO LLEGAR



CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones

MAPA DE SITIO

Gráfico 51: Página web 5

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

 [CONÓCENOS](#)[QUÉ HACER](#)[INFO PRACTICA](#)[CONTACTO](#)**27°C - 11°C**[QUÉ HACER](#) > [ARTE Y CULTURA](#)

ARTE Y CULTURA

Museo de sal "Barro Caliente":

Un atractivo más de la parroquia de Santa Catalina de Salinas es: El museo de Sal Barro Caliente, éste museo es fundamentalmente histórico dedicado al pueblo Salinense y a su esencia Salinera.

El museo está abierto de miércoles a domingo de 11 de la mañana a 3 de la tarde, el ingreso tiene el costo de 1 \$.



Sala etnográfica "Nuestros Ancestros":

El museo etnográfico Nuestros Ancestros, hace honor al nombre que lleva puesto, en él se da a conocer la historia del pueblo afro descendiente, desde su llegada al Ecuador hasta la actualidad, enfatiza además el actuar de líderes afros que hicieron posible la abolición de la esclavitud en el Ecuador y en diferentes partes del mundo.

El ingreso al museo tiene el costo de 1 dólar y está abierto de Miércoles a Domingo de 11 am a 15 pm.

[DÓNDE DORMIR](#)[DÓNDE COMER](#)[CÓMO LLEGAR](#)[CONSEJOS DE VIAJE](#)

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones

[MAPA DE SITIO](#)

Gráfico 52: Página web 6

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA "Puerta al Pacífico"

Buscar

CONÓCEMOS

QUÉ HACER

INFO PRACTICA

CONTACTO

27°C - 11°C

QUÉ HACER > EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS

EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS

Microempresa Santa Catalina de Salinas

La microempresa Santa Catalina de Salinas, se dedica a la elaboración de productos agroindustriales, entre ellos derivados de frutas, caña de azúcar.



Papel Reciclado y Serigrafiado "Palenque"

El grupo del papel reciclado y serigrafiado se dedican a elaborar artículos a base de papel reciclado



Confecciones "Luchando por La Vida"

El emprendimiento Luchando por la Vida, se dedica a la confección de diferentes prendas de vestir.



Bandas Juveniles de Salinas



Grupos de Danza

En la parroquia de Salinas, las habilidades culturales es un potencial, en esto resalta las presentaciones culturales de los grupos de danza, de ahí que en la actualidad se cuenta con algunos grupos, que muestran su talento a través de la cultura afroecuatoriana a los turistas.



DÓNDE DORMIR



DÓNDE COMER



CÓMO LLEGAR



CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones

MAPA DE SITIO

Gráfico 53: Página web 7

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

CONÓCENOS **QUÉ HACER** INFO PRACTICA CONTACTO 27°C - 11°C

QUÉ HACER > FESTIVIDADES

FESTIVIDADES

6 de Enero - Día de Reyes

Comparsa donde los habitantes de la localidad participan disfrazados de personajes representativos imitando de forma satírica los acontecimientos buenos, malos y feos que estas personas realizaron durante el año pasado.

Viernes Santo - Fiesta Monte Calvario

Procesión donde se escenifica la pasión y muerte de Cristo.

25 de Junio - Fiesta de Parroquialización de Santa Catalina de Salinas

Desfile por las principales calles de Salinas.

Octubre 2014						
Lun	Mar	Mié	Jue	Vie	Sáb	Dom
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

 **DÓNDE DORMIR**  **DÓNDE COMER**  **CÓMO LLEGAR**  **CONSEJOS DE VIAJE**

Gráfico 54: Página web 8

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

Buscar Q

CONÓCENOS

QUÉ HACER

INFO PRACTICA

CONTACTO

27°C - 11°C

INFO PRACTICA > ALIMENTACIÓN

ALIMENTACIÓN

Cafetería de la Estación

La cafetería del tren ofrece fundamentalmente productos como jugos de ovo de tuna, empanadas, café y helados. Opera en la estación del Tren en la parroquia de Salinas.

Contacto:
Verónica Pozo 0988418570



Parador Las Cañas

El Paradero las cañas brinda servicio de alimentación para habitantes de la localidad y turistas. Ofrecen platos típicos de la zona.
Contacto:



Centro gastronómico Palenque

El centro gastronómico Palenque, es un restaurante muy acogedor y llamativo, en donde se preparan platos típicos de la zona.

Contacto:
Jessica Ferigra 062665068



DÓNDE DORMIR



DÓNDE COMER



CÓMO LLEGAR



CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones

MAPA DE SITIO

Gráfico 55: Página web 9

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

CONÓCENOS QUÉ HACER **INFO PRACTICA** CONTACTO 27°C - 11°C

INFO PRACTICA > ALOJAMIENTOS

ALOJAMIENTOS

Hospederías comunitarias

Existe familias que se han capacitado para ofrecer al turista el servicio de hospedaje, para que exista la interrelación del turista con la familia con el propósito de intercambiar experiencias. También se está construyendo hospederías comunitarias, para incrementar la capacidad de alojamiento de Salinas



 **DÓNDE DORMIR**  **DÓNDE COMER**  **CÓMO LLEGAR**  **CONSEJOS DE VIAJE**

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones [MAPA DE SITIO](#)

Gráfico 56: Página web 10

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

CONÓCENOS

QUÉ HACER

INFO PRACTICA

CONTACTO

27°C - 11°C

INFO PRACTICA > CONSEJOS DE VIAJE

CONSEJOS DE VIAJE

Para que tu estadía en Salinas resulte lo más placentera posible, le recomendamos que siga nuestros siguientes consejos de viaje:

- Utilice ropa cómoda y ligera.
- Debido a la inexistencia de bancos y cajeros, es indispensable traer consigo dinero en efectivo.
- No olvide usar protector solar.
- Aconsejamos utilizar repelente contra mosquitos.
- Y no olvide llevar en su equipaje ganas de descubrir y conocer este lindo rincón del Ecuador.



DÓNDE DORMIR



DÓNDE COMER



CÓMO LLEGAR



CONSEJOS DE VIAJE

© Derechos Reservados © 2014 - Términos y Condiciones

MAPA DE SITIO

Gráfico 57: Página web 11

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

- CONÓCENOS
- QUÉ HACER
- INFO PRACTICA
- CONTACTO**
- 27°C - 11°C

CONTACTO

Contáctenos

Ingrese su nombre

Email

Teléfono

Comentarios

Teléfono: 0997182776 - Anderson David Maldonado

-  DÓNDE DORMIR
-  DÓNDE COMER
-  CÓMO LLEGAR
-  CONSEJOS DE VIAJE

Gráfico 58: Página web 12

Elaborado por: La autora



PARROQUIA SALINAS DE IBARRA

"Puerta al Pacífico"

- CONÓCENOS
- QUÉ HACER
- INFO PRACTICA**
- CONTACTO
- 27°C - 11°C

INFO PRACTICA > EL TIEMPO

EL TIEMPO

Ahora 23:27 CLST Fin de semana Ampliado Mes SATÉLITE

 Nubes y claros 18° RealFeel® 19° Previsión por horas	Esta noche oct 21 Nubes tornándose más espesas Mín. 14° RealFeel® 14° más	Mañana oct 22 Aclarando Máx. 28° RealFeel® 31° más	jueves oct 23 Soleado y agradable Máx. 29° RealFeel® 32° más
--	--	---	---

- DÓNDE DORMIR
- DÓNDE COMER
- CÓMO LLEGAR
- CONSEJOS DE VIAJE

Gráfico 59: Página web 13

Elaborado por: La autora

Bibliografía

- Acerenza, M. Á. (2011). *Formas de Clasificar al Turismo*.
- Anton, S., & González, F. (2010). *A propósito del turismo: La construcción social del espacio turístico*. Barcelona: Editorial UOC.
- Ascania Guevara, A. (2009). *Turismo sustentable: el equilibrio en el siglo XXI*. México: Trillas.
- Baroglio, C. F. (2011). *Diccionario de Producción Animal*. Argentina: Brujas.
- Barrera, E. (2010). *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Montevideo: UY, CINTERFOR - OIT.
- Boullón, R. (2011). *Planificación del espacio turístico*.
- Cabarcos, N. (2010). *Promoción y venta de servicios turísticos: Comercialización de servicios turísticos*. España: Ideaspropias Editorial S.L.
- Cervantes Torre - Marín, G. (2012). *Desarrollo Sostenible*. México: Upc Edicions.
- Chuco, J. (2009). Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/120097269/2-BASES-TEORICAS-CIENTIFICAS-Y-REFERENCIALES>
- Cobb W, R., Aguilar Villanueva, L. F., & Barbara J, N. (2009). *Problemas público y agenda de gobierno*. México: Paidós.
- Crosby, A. (2009). *Re-inventando el turismo rural: Gestión y desarrollo*. Barcelona: Forum Natura.
- De la Torre, O. (2011). *Turismo Sustentable*.
- Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2013).
- Ferrocarriles del Ecuador Filial Norte. (2012). *Informe de Actividades*. Ibarra.
- Fusda. (2014). *Fusda*. Obtenido de <http://www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf>

- GAD Salinas. (2012). *Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Parroquia Santa Catalina de Salinas*. Santa Catalina de Salinas: GAD Salinas.
- Galindo Martín, M. Á. (2009). *Diccionario de Economía y Empresa*. Madrid: Ecobook.
- Gallego Picó, Alejandrina, González Fernández, I., Sánchez Gimeno, B., Fernández Hernando, P., Garcinuño Martínez, R., Bravo Yagüe, J., . . . Durand Alegría, J. (2012). *Contaminación atmosférica*. Madrid: UNED.
- GFFD. (2010). *Diccionario Enciclopédico Dominicano de Medio Ambiente*. República Dominicana: Funglode.
- Gutierrez, C., Bracamonte, L., & Paz, M. (26 de 11 de 2009). *Turismo Sostenible*. Obtenido de <http://comerciointer-turismososteniblen305.blogspot.com/>
- Hattam, C., & El - Hage Scialabba, N. (2010). *Agricultura orgánica, ambiente y seguridad alimentaria*. Roma: FAO.
- Informe de Actividades FEEP – Filial Norte. (2014). Ecuador.
- INPC-EFE. (2009). Ecuador.
- Jiménez Bulla, L. H. (2013). *Ecoturismo: oferta y desarrollo sistémico regional*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Jiménez, L. H. (2013). *Ecoturismo: oferta y desarrollo sistémico regional*. Colombia: ECOE EDICIONES.
- Ley de Turismo. (2008). Ecuador.
- Manual de Emprendedor Turístico. (2009). *Modulo I*. Ecuador: Ministerio de Turismo del Ecuador.
- Metodología para inventarios de Atractivos Turístico. (2013). Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (4 de 06 de 2014). Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/author/turismo/page/82/>
- Nebel, B., & Wright, R. (2009). *Ciencias ambientales: ecología y desarrollo sostenible*. México: Pearson.

- Nina Hualla, E. M. (23 de 04 de 2012). *Plan estratégico de mercado*.
Obtenido de Monografías:
<http://www.monografias.com/trabajos79/plan-estrategico-mercado/plan-estrategico-mercado2.shtml>
- Ojeda Sánchez, A. C. (2010). *Temas de Actualidad Agraria*. Sevilla: PRODETUR S.A.
- Oriol, M. I. (2011). *Dret del treball i de la Seguretat Social*. Barcelona: Editorial UOC.
- Palomino Torres, A. (2011). *Granja Integral Autosuficiente*. Colombia: San Pablo.
- pantanosmarvilla.wordpress.com. (s.f.). Obtenido de <http://pantanosmarvilla.wordpress.com/impactos-del-turismo-y-capacidad-de-carga/>
- Philip, K. (2011). *Marketing para turismo*.
- Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación Y Actividad*. Costa Rica: EUNED.
- Ramos Farroñán, E. (10 de 01 de 2013). *Teoría General del Turismo*. Obtenido de Slidshare: http://es.slideshare.net/e_vrf/producto-turistico-umb
- Reglamento General de la Actividad Turística del Ecuador. (s.f.). *Decreto 3400*. Ecuador: Capítulo I, sección I, ARTÍCULO I.
- Reglamento General de la Actividad Turística del Ecuador. (s.f.). *Sección III*. Ecuador.
- Sánchez, A. (2011). *Conceptos básicos de gestión ambiental y desarrollo sustentable*. México: Instituto Nacional de Ecología.
- SECTUR. (23 de 11 de 2014). *Secretaria de Turismo Gobierno de México*. Obtenido de www.cienaniosdeturismo.gov.ar/detect.asp?ldSeccion=19 Tesauro:
- Unidad Regional de Asistencia Técnica. (12 de 11 de 2003). *Programa de apoyo a la implementación de proyectos*. Obtenido de Slidshare: <http://es.slideshare.net/bethsys/difusion-y-promocion-del-proyecto>

Velez, L. F. (2014). Obtenido de <http://es.slideshare.net/fvelez2/turismo-alternativo-10227655>

www.admituri.blogspot.com. (19 de 11 de 2012). *Administracion Turistica*. Obtenido de http://admituri.blogspot.com/2012_11_01_archive.html

www.ensayoedgar.galeon.com. (s.f.). Obtenido de <http://ensayoedgar.galeon.com/>

www.es.slideshare.net. (2009). *La Demanda Turistica*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/guestac53ba8/la-demanda-turistica>

www.es.slideshare.net. (2012). Obtenido de <http://es.slideshare.net/yasmin159/turismo-social>

www.prezi.com. (07 de 09 de 2012). Obtenido de http://prezi.com/dc6rza__tj4j/turismo-selectivo/

[www.sectur.gob](http://www.sectur.gob.mx). (s.f.). Obtenido de http://www.sectur.gob.mx/es/sectur/sect_Turismo_Cultural_y_de_Salud

www.turismo57.wordpress.com. (2010). Obtenido de <http://turismo57.wordpress.com/2010/06/19/sistema-turistico/>

ANEXOS

Anexo 1: Ficha de inventario de productos y servicios turísticos.

	Ficha de Inventario de productos y servicios turísticos	Ficha N°..... Fecha:.....
Tipo de Servicio:..... Categoría:..... Nombre del Establecimiento turístico Propietario:..... Tiempo de Funcionamiento:.....		
Ubicación:..... Barrio:..... Parroquia:..... Cantón: Provincia:.....		
Capacidad de Acogida 15 a 50 () 50 a 100 () 100 a 150 () Número de trabajadores 1 a 5 () 6 a 15 () 15 a 50 () Sistema de Cobro Efectivo () Tarjeta de Crédito () Cheque ()		
Material de Construcción Bloque () Madera () Adobe Mixta () Infraestructura adecuada para 3ra edad () Minusválidos () Niños ()		
Acceso hacia el Servicio Turístico A pie () Automóvil particular () Bus Turístico () Moto taxi () Caballo () Bus Publico () Ferrocarril () Taxi ()		

<p>Infraestructura dentro del Servicio Turístico</p> <p>Agua () Luz () Teléfono () Señalización ()</p> <p>Alcantarillado ()</p>	
<p>Estado del Servicio Turístico</p> <p>Deteriorado () Conservado ()</p> <p>En proceso de deterioro ()</p>	
<p>Origen del Consumidor: Local () Regional () Nacional ()</p> <p>Internacional ()</p>	
<p>Perfil del consumidor: Pareja () Familia () Grupo de Amigos ()</p>	
<p>Periodo de Mayor flujo de consumidores.....</p>	
<p>Tipo de administración del servicio</p> <p>Sistemas de control y gestión del Establecimiento</p> <p>Medio de promoción turístico que aplica para ofertar su Establecimiento</p> <p>Radio () Televisión () Revistas Nacionales ()</p> <p>Diarios Locales ()</p> <p>Página web () Volantes () Ninguno ()</p>	
<p>Descripción del Servicio:</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	
<p>Firma del Encuestador</p>	<p>Firma del Supervisor Evaluador</p>

Anexo 2: Encuesta dirigida a turistas que visitaron la parroquia Santa Catalina de Salinas.

Estimado visitante: La presente encuesta tiene como objetivo determinar el nivel de calidad de los servicios turísticos que se ofertan en la Parroquia Santa Catalina de Salinas.

Instrucciones: Coloque con una “x” el grado de satisfacción que usted crea adecuado respecto del servicio recibido.

DATOS GENERALES

Género: M () F ()

Ciudad/País: _____

Edad: - de 17 años.
 18 – 30 años.
 60 – 60 años.
 + de 60 años.

Profesión u ocupación:

Empleado Público ()
 Empleado Privado ()
 Empresario ()
 Profesional ()
 Estudiante ()

Presentación de Danza

ASPECTOS	<i>EXCELENTE</i>	<i>BUENO</i>	<i>REGULAR</i>	<i>MALO</i>
Uniformidad en el vestuario y apariencia de los danzantes				
Vigrosidad de los danzantes en la				

interpretación del baile.				
Coordinación en los movimientos, y armonía en el grupo.				
Originalidad de música y coreografía.				

Cafetería del tren

ASPECTOS	<i>EXCELENTE</i>	<i>BUENO</i>	<i>REGULAR</i>	<i>MALO</i>
Limpieza y comodidad.				
Variedad de productos.				
Relación precio – calidad.				
Presentación y originalidad del producto.				
Eficiencia en la atención				
Amabilidad, cortesía y respeto.				
Uniformidad en el vestuario y apariencia del personal.				

Plaza artesanal

ASPECTOS	<i>EXCELENTE</i>	<i>BUENO</i>	<i>REGULAR</i>	<i>MALO</i>
Limpieza, orden y exhibición de los productos.				
Variedad de productos				
Diseño, presentación y originalidad de los productos.				
Relación precio – calidad				
Eficiencia en la atención				
Amabilidad, cortesía y respeto.				
Uniformidad en el vestuario y apariencia del personal.				

Guía Local

ASPECTOS	<i>EXCELENTE</i>	<i>BUENO</i>	<i>REGULAR</i>	<i>MALO</i>
Uniformidad en el vestuario y apariencia del guía local.				
Información proporcionada				

(cultura, historia, fechas, etc.)				
Capacidad de transmisión de información y facilidad de palabra.				
Organización, dinámica y manejo de grupo				
Liderazgo, carisma y credibilidad				
Actitud de servicio (predisposición, sonrisa, amabilidad, lenguaje corporal)				

Museo de Sal

ASPECTOS	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
Señalización e información para llegar al museo.				

Restaurante o comedor _____

ASPECTOS	EXELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
Higiene y				

comodidad.				
Oferta (cantidad de platos ofrecidos)				
Calidad y presentación de la comida (Sabor, consistencia, frescura, preparación, etc.)				
Ambiente del restaurante (decoración, música, ventilación, luminosidad)				
Precio en relación a la calidad de la comida y los servicios prestados por el restaurante				
Actitud, eficiencia y eficacia del personal.				
Uniformidad en el vestuario y apariencia del personal.				

Satisfacción en general

ASPECTOS	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	MALO
Como califica la experiencia turística global vivenciada el día de hoy en la Parroquia Santa Catalina de Salinas.				
Amabilidad y cordialidad de los habitantes				
Información y señalización de sitios de interés turístico				
Seguridad y limpieza de la localidad				

¿Recomendaría usted a sus familiares y amigos que visiten la parroquia de Santa Catalina de Salinas?

Si () No ()

¿Regresaría usted a la parroquia Santa Catalina de Salinas?

Si definitivamente si ()

Tal vez si tal vez no ()

Si, si mejoran las actividades turísticas ()

No definitivamente No ()

No así mejoren las actividades turísticas. ()

Anexo 3: Fichas de observación aplicadas a los productos y servicios turísticos ofertados en la parroquia Santa Catalina de Salinas.

a.- Ficha de observación Presentación Cultural “Danza”

Presentación Cultural “Danza”					
Nombre del grupo de danza:			Nombre del observador:		
Lugar:	Fecha:				Observaciones
Antes de iniciar la presentación cultural se brinda una Bienvenida al visitante.					
Se da a conocer el proyecto turístico que se lleva a cabo en la Parroquia. (involucrados, beneficiarios, objetivos y políticas de acción)	Si	No			
Existe una intervención previa donde se da a conocer aspectos históricos, culturales y tradicionales de la localidad.	Si	No			
Se da a conocer una reseña histórica del baile de la Bomba. (Vestimenta, instrumentos, colores, pasos, etc.)	Si	No			
Existe originalidad en la decoración del atuendo típico de la Bomba.	Si	No			
Existe uniformidad en la vestimenta de los danzantes.	Si	No			
La coreografía que presentan es armoniosa con la música.	Si	No			
Los danzantes expresan orgullo y	Si	No			

alegría en sus gestos y movimientos al interpretar el baile de la Bomba.				
El público se contagia de la alegría de los danzantes y se suma a bailar la Bomba de manera voluntaria.	Si	No		
Las intervenciones de baile están adaptadas con la intención de dar a conocer aspectos relevantes de la cultura de ésta parroquia.	Si	No		
El sitio donde se realiza la presentación cultural tiene capacidad suficiente para acoger el número de espectadores.	Si	No		
El animador despide al grupo de danza e invita a los visitantes a que conozcan sus atractivos turísticos.	Si	No		

c.- Ficha de observación “Plaza Artesanal”

Plaza artesanal					
Nombre del establecimiento: <i>Plaza artesanal del tren</i>			Nombre del observador:		
Lugar:	Fecha:			Observaciones	
Existe señalización referencial para ubicar el establecimiento	Si		No		
Existe estética y limpieza del entorno, y de las vías de acceso al establecimiento.	Si		No		
Al llegar el cliente, se le extiende la bienvenida e informa sobre el establecimiento, los beneficiarios, la misión, la visión etc.	Si		No		
La decoración es agradable, sencilla y utiliza materiales e insumos locales.	Si		No		
El ambiente de venta es limpio, ordenado y organizado.	Si		No		
En el establecimiento se exhiben y comercializan productos elaborados por emprendimientos artesanales de la localidad.	Si		No		
Los productos que se exhiben en el establecimiento son elaborados con materiales de la zona.	Si		No		
Los productos están elaborados con diseños comerciales y utilitarios	Si		No		
Los productos representan	Si		No		

aspectos de la cultura y tradición de la localidad.				
El encargado de ventas provee información del producto (beneficios, usos, preparación, etc.)	Si	No		
Los productos incluyen en sus etiquetas de producción, la zona, los beneficiarios, nombre de productor, precio, etc.	Si	No		
El lugar de venta de artesanías en caso de prendas personales tiene un área donde el cliente puede probar el producto	Si	No		
El precio del producto sigue criterios de comercio justo.	Si	No		
Existe dentro del establecimiento un listado de precios de los productos al alcance de los clientes.	Si	No		
Los materiales utilizados ponen en riesgo la sostenibilidad de especies nativas de flora o fauna.	Si	No		
La oferta es libre, hay presión de compra sobre los clientes	Si	No		
El personal del establecimiento utiliza un uniforme o traje típico que promueve la identidad cultural de la localidad y se distingue de la clientela.	Si	No		

Existe personal suficiente para brindar una atención adecuada al cliente.	Si		No		
El producto es debidamente empacado y presentado al momento de la compra.	Si		No		
Se emite comprobante de pago	Si		No		

e - Ficha de observación “Cafetería del tren”

Cafetería del Tren					
Nombre del establecimiento:			Nombre del observador:		
Lugar:		Fecha:		observaciones	
Cuentan con la respectiva identificación.		Sí		No	
Existe señalización referencial para ubicar el establecimiento.		Sí		No	
La señalización existente mantiene criterios de diseño local - cultura – tradición.		Sí		No	
Existe estética y limpieza del entorno externo al establecimiento.		Sí		No	
La decoración es agradable, sencilla y utiliza materiales locales para la misma.		Sí		No	
El personal del establecimiento viste un uniforme distintivo y se ve bien presentado.		Sí		No	
El sitio de venta y consumo se encuentra limpio y organizado.		Sí		No	
A la llegada del cliente, se le extiende la bienvenida e información del propósito del establecimiento.		Sí		No	
El establecimiento cuenta con una carta donde se enlista los		Sí		No	

productos y precios de cada uno.				
Existe variedad de productos para diferentes tipos de consumidores.	Sí		No	
El personal se presenta con su nombre antes de tomar la orden.	Sí		No	
El personal describe cada uno de los productos al tomar la orden. (Elaboración, ingredientes, etc.)	Sí		No	
Los productos que se expenden en el establecimiento son elaborados con insumos locales.	Sí		No	
La presentación de los productos invita a su degustación.	Sí		No	
La vajilla que utilizan se encuentra limpia y en buen estado.	Sí		No	
Los productos cuentan con una etiqueta donde se da a conocer la marca del establecimiento y del producto.	Sí		No	
La porción y calidad del producto es proporcional al precio que se paga.	Sí		No	
El personal está atento a cualquier necesidad que presente el cliente.	Sí		No	
Al salir el cliente del establecimiento el personal se despide amablemente y	Sí		No	

agradece la visita.				
En el establecimiento se muestra públicamente: misión, visión, valores, beneficiarios, política de calidad, etc.	Sí		No	

f.- Ficha de observación “Servicio de guianza”

Servicio de guía					
Nombre del guía:			Nombre del observador:		
Lugar:	Fecha:		Observaciones		
Brinda una bienvenida personal y a nombre del lugar, al inicio de la excursión.	Si		No		
Se presenta adecuadamente dejando en claro su nombre como persona de contacto	Si		No		
Brinda información previa del lugar al inicio de la excursión (briefing)	Si		No		
Promueve la armonía con el medio ambiente advirtiendo de evitar ruidos molesto, contaminación, etc.	Si		No		
Brinda información adicional con recomendaciones antes de iniciar la excursión (protector solar, repelente anti mosquitos, etc.)	Si		No		
Utiliza bolsas de basura para evitar la contaminación.	Si		No		
Evita conversaciones sobre temas	Si		No		

polémicos (política, religión, deportes, género, etc.).				
Indica los lugares de uso de letrinas y servicios higiénicos.	Si	No		
Su tono de voz y pronunciación son claros, entendibles.	Si	No		
Interactúa con el grupo, evitando individualismos.	Si	No		
En la información entregada, provee información del proyecto y sus beneficiarios.	Si	No		
Conoce los productos de su comunidad.	Si	No		
Las explicaciones entregadas tienen base científica y tradicional.	Si	No		
Difunde tradición y prácticas culturales de su localidad.	Si	No		
Controla los tiempos de visita y guiado.	Si	No		
Utiliza los senderos señalados.	Si	No		
Interpreta con entusiasmos los recursos que utiliza en la guianza	Si	No		
El guía porta una credencial de guía certificada por alguna institución oficial de turismo del Ecuador	Si	No		
Aplica técnicas de guianza acorde el grupo a guiar.	Si	No		
El guía está debidamente aseado y bien presentado.	Si	No		

Tiene el cabello corto, uñas cortas y limpias.	Si		No		
Cuenta con un sistema de comunicación de emergencia (walkie talkies, celular)	Si		No		
Lleva consigo un botiquín de primeros auxilios	Si		No		
Tiene conocimientos de primeros auxilios.	Si		No		
Motiva a visitar otras comunidades e invita a que visiten nuevamente el lugar de excursión.	Si		No		
Conoce otros idiomas e interactúa con visitantes extranjeros	Si		No		
Agradece la participación y se despide cordialmente.	Si		No		

g.- Ficha de observación “Restaurante” Centro Gastronómico Palenque

<i>Centro Gastronómico el Palenque</i>					
Lugar:	Fecha:				Observaciones
Cuentan con la respectiva identificación.	Sí		No		
Existe señalización referencial para ubicar el restaurante	Sí		No		
La señalización existente mantiene criterios de diseño local - cultura - tradición	Sí		No		
Existe estética y limpieza del entorno.	Sí		No		
Existe área de estacionamiento para clientes	Sí		No		
Al llegar el cliente se le extiende la bienvenida e informa sobre los propósitos de establecimiento.	Sí		No		
La decoración es agradable, sencilla y utiliza materiales locales.	Sí		No		
Tiene señalizadas públicamente: misión, visión, valores, política de sostenibilidad, política de calidad, etc.	Sí		No		
El restaurante está limpio y ordenado	Sí		No		
Se observa manteles limpios, sin arrugas, huecos y bien presentados.	Sí		No		

El personal del establecimiento viste un uniforme distintivo y se ve bien presentado.	Sí		No		
El restaurant cuenta con una carta donde se enlista los platos y bebidas.	Sí		No		
Existe variedad en los platos y bebidas que ofrece el restaurant.	Sí		No		
Los platos y bebidas que se expenden en el restaurant son típicos de la localidad.	Sí		No		
El mesero le dio la bienvenida y se presentó con su nombre antes de tomar la orden.	Sí		No		
El mesero describió los platos con entusiasmo y detalle antes de tomar la orden	Sí		No		
La presentación del plato invitaba a su degustación.	Sí		No		
Los ingredientes que se degustaron en el plato se encontraban en buen estado.	Sí		No		
La porción y calidad del producto es proporcional al precio que se paga.	Sí		No		
Se acompañó la mesa con sus respectivos complementos.	Sí		No		
Los cubiertos, cristalería y vajilla se encontraban limpias y en buen estado.	Sí		No		

El restaurante cuenta con la adecuada iluminación y ventilación.	Sí		No		
Se observa orden y capacidad suficiente para acoger a los clientes.	Sí		No		
El restaurant tiene señalética adecuada para orientar al cliente dentro del mismo.	Sí		No		
El restaurant cuenta con instalaciones sanitaria.	Sí		No		
Las instalaciones sanitarias se encuentran limpias y en correcto funcionamiento.	Sí		No		
El mesero se despidió cordialmente, agradeciendo la visita.	Sí		No		
El comedor queda limpio al finalizar el servicio.	Sí		No		
Cuenta con al menos una silla de bebes	Sí		No		
El restaurant tiene publicados los permisos de funcionamiento.	Sí		No		

Anexo 4: Entrevista dirigida al Presidente GAD Parroquial de Santa Catalina de Salinas



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Fecha: 6 de Octubre del 2014.

1. ¿Cuál es la estructura organizativa del GAD parroquial Santa Catalina de Salinas?
2. ¿Qué actividades de promoción turística se han impulsado desde el GAD parroquial en los últimos 3 años?
3. Existe un plan de Marketing y publicidad turístico impulsado por el GAD parroquial? ¿Desde cuando?
4. Qué presupuesto ha asignado el GAD parroquial exclusivamente a promoción turística en los últimos dos años? ¿Qué presupuesto existe para este año?
5. Existen otras instituciones que han intervenido en actividades de promoción turística de la parroquia? Prefectura, municipio, ministerio, etc.?

Solicitar material publicitario desarrollado.

Muchas gracias.

Anexo 5: Entrevista dirigida al Ing. Anderson David Maldonado. Coordinador de la Organización Comunitaria Bombódromo Palenque.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Fecha: 6 de Octubre del 2014.

1. ¿Cuál es el rol de la Organización Comunitaria Palenque y la contribución en el desarrollo de la Parroquia Santa Catalina de Salinas?
2. ¿En qué ámbitos se ha involucrado la organización en cuanto al desarrollo turístico de la parroquia?
3. ¿Ha realizado esta organización, promoción turística para la parroquia? De que manera?
4. ¿Qué medios publicitarios emplea la organización para difundir la actividad turística que se desarrolla en la parroquia de Salinas?.
5. ¿A qué sectores, áreas geográficas y/o segmentos de mercado ha sido promocionado el turismo de la parroquia, desde los esfuerzos de esta organización?
6. ¿Cuánto ha sido el financiamiento para promoción turística que la organización ha invertido?
7. Quiénes considera usted que han sido los beneficiarios de la publicidad turística aplicada por esta entidad?

Anexo 6: Entrevista dirigida a la Ing. Mariela Mina Representante de la
Fundación “Sembrando Nuestro Futuro”



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Fecha: 6 de Octubre del 2014.

1. ¿Cuál es el rol de la fundación y la contribución en el desarrollo de la Parroquia Santa Catalina de Salinas?
2. ¿En qué ámbitos ha intervenido la institución para contribuir al desarrollo turístico de la parroquia?
3. ¿Ha realizado la fundación, promoción turística para la parroquia? De que manera?
4. ¿Qué medios publicitarios emplea la fundación para difundir la actividad turística que se desarrolla en la parroquia de Salinas?
5. ¿A qué sectores, áreas geográficas y/o segmentos de mercado ha sido promocionado el turismo de la parroquia, desde los esfuerzos de esta fundacion?
6. ¿Cuánto ha sido el financiamiento para promoción turística que la fundación ha invertido?
7. ¿Qué personas, empresas u organizaciones han sido directas beneficiarias de los esfuerzos que realiza esta fundación en cuanto a turismo?

Anexo 7: Entrevista dirigida a la Lic. Estefanía Vallejo
Comunicadora Social FEEP – FN



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Fecha: 6 de Octubre del 2014.

1. ¿Cuál es el rol de FEEP – FN y la contribución en el desarrollo de la Parroquia Santa Catalina de Salinas?
2. ¿En qué ámbitos ha intervenido la institución para contribuir al desarrollo turístico de la parroquia?
3. ¿Ha realizado el departamento de comunicación de FEEP – FN en la promoción turística de la parroquia? De que manera?
4. ¿Qué medios publicitarios emplea la fundación para difundir la actividad turística que se desarrolla en la parroquia de Salinas?
5. ¿A qué sectores, áreas geográficas y/o segmentos de mercado ha sido promocionado el turismo de la parroquia, desde los esfuerzos de esta organización?
6. ¿Cuánto ha sido el financiamiento para promoción turística que la fundación ha invertido?
7. ¿Qué personas, empresas u organizaciones han sido directas beneficiarias de los esfuerzos que realiza esta fundación en cuanto a turismo?

Anexo 8: Entrevista dirigida a Gastón Andrango
Coordinador del Departamento de Arte y Cultura Municipio de Ibarra



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA



Fecha: 6 de Octubre del 2014.

1. ¿De qué manera contribuye esta institución en la actividad turística de la Parroquia de Santa Catalina de Salinas?
2. ¿Ha intervenido esta institución en la publicidad turística de la parroquia de Salinas? ¿De qué manera?
3. ¿Qué medios publicitarios emplea esta institución para difundir la actividad turística que se desarrolla en la parroquia de Salinas?
4. ¿A qué sectores están direccionadas las estrategias publicitarias que esta institución ha implementado para dar a conocer las actividades turísticas que se ejecutan en Salinas?
5. ¿De dónde proviene la información turística que esta institución publicita?
6. ¿Podría proporcionarme el material turístico diseñado para la ejecución de algún evento en Salinas?

Muchas gracias.

Anexo 9: Certificación socialización

ORGANIZACIÓN COMUNITARIA DE GESTIÓN TURÍSTICA, SOCIAL, CULTURAL Y PRODUCTIVA
"BOMBODROMO PALENQUE"
RUC: 1091746472001
TELF: 2885068
SALINAS - IMBABURA - ECUADOR

CERTIFICADO

A petición de la parte interesada, se extiende el siguiente certificado:

CERTIFICO: Que la Srta. Rosa Mercedes Bonilla Sánchez, portadora de la cédula de identidad N°. 1003058466, egresada de la Carrera de Ing. En Turismo de la Universidad Técnica del Norte; socializó su proyecto de tesis titulado: "ESTUDIO SITUACIONAL DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS CANTÓN IBARRA, PARA PROPONER MEJORAS EN LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL", el día Lunes 30 de Marzo del 2015 a las 10:00 am, en las instalaciones del Gobierno Autónomo Descentralizado Parroquial de Santa Catalina de Salinas, en base a la socialización se puede manifestar que dicho estudio contempla conocimiento técnico que al ser aplicado contribuirá con el mejoramiento de la actividad turística de la parroquia.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente en lo que estime pertinente.

Salinas, 31 de Marzo del 2015

Atentamente



Ing. Anderson David Maldonado Mina

ADMINISTRADOR TURÍSTICO DE LA ORGANIZACIÓN COMUNITARIA
BOMBÓDROMO PALENQUE

ORGANIZACIÓN COMUNITARIA DE GESTIÓN TURÍSTICA,
SOCIAL, CULTURAL Y PRODUCTIVA BOMBODROMO PALENQUE
Salinas - Imbabura - Ecuador
RUC: 1091746472001



**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:	100305846-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Bonilla Sánchez Rosa Mercedes		
DIRECCIÓN:	Cotacachi calle Sucre 17- 48 y 24 de Mayo		
EMAIL:	achochita27@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062916074	TELÉFONO MÓVIL	0999145362

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ESTUDIO SITUACIONAL DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS, CANTÓN IBARRA PARA PROPONER MEJORAS EN LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL"
AUTOR (ES):	Bonilla Sánchez Rosa Mercedes
FECHA: AAAAMMDD	2015/04/21
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Ingeniera en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Oswaldo Echeverría

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Rosa Mercedes Bonilla Sánchez, con cédula de identidad Nro. 100305846-6, 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.

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 17 días del mes de noviembre de 2015

EL AUTOR:

(Firma).....*Bonilla S. Rosa*
Nombre: Rosa Mercedes Bonilla Sánchez
C.C. 100305846-6



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, Rosa Mercedes Bonilla Sánchez, con cédula de identidad Nro.100305846-6, 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 titulado: " **ESTUDIO SITUACIONAL DEL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA SANTA CATALINA DE SALINAS, CANTÓN IBARRA PARA PROPONER MEJORAS EN LA OFERTA TURÍSTICA LOCAL** " que ha sido desarrollada para optar por el Título de Ingeniería en Turismo de la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo 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 17 días del mes de noviembre de 2015

(Firma) *Bonilla S. Rosa*
Nombre: Bonilla Sánchez Rosa Mercedes
Cédula: 100305846-6