



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE TURISMO

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN EL
TÍTULO DE INGENIERO EN TURISMO**

TEMA:

**“ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD
DE ZULETA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA”**

AUTOR: Acosta Negrete Jairo Santiago

DIRECTOR: MSc. Raúl Cevallos

IBARRA

2018



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

CERTIFICO QUE:

Que la Tesis previa a la obtención del título de Ingeniería en Turismo con el tema: **ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA** ha sido desarrollada y terminada en su totalidad por el Sr. Acosta Negrete Jairo Santiago, con cédula de identidad: 100348471-2, bajo mi supervisión para lo cual firmo en constancia.

Atentamente:

Msc. Raúl Cevallos

DIRECTOR



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 determina la necesidad de disponer 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	100348471-2		
APELLIDOS Y NOMBRES	ACOSTA NEGRETE JAIRO SANTIAGO		
DIRECCIÓN	AV. 17 DE JULIO BAJO EL COLEGIO SAN FRANCISCO		
E-MAIL	santiagojs@hotmail.es		
TELÉFONO FIJO	TELÉFONO MÓVIL	2-602-130	0959605285
DATOS DE LA OBRA			
TEMA	"ESTUDIO DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD DE ZULETA, CANTÓN IBARRA, PROVINCIA DE IMBABURA".		
AUTOR	ACOSTA NEGRETE JAIRO SANTIAGO		
FECHA	JULIO 2018		
PROGRAMA	PRE-GRADO		
TÍTULO POR QUE OPTA	INGENIERO EN TURISMO		
DIRECTOR	MSc. Raúl Cevallos		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

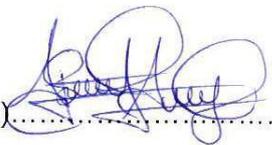
Yo, JAIRO SANTIAGO ACOSTA NEGRETE, con cédula de identidad Nro. 100348471-2, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación 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 manifiesta 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 el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, julio 2018

AUTOR:

(Firma) 

Nombre: Jairo Santiago Acosta Negrete

Cédula: 100348471-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

DECLARACIÓN

Yo, Jairo Santiago Acosta Negrete con cédula de identidad N°. 100348471-2, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; y que éste no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional.

A través de la presente declaración cedo los derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la Universidad Técnica del Norte, según lo establecido por las Leyes de la Propiedad Intelectual, Reglamentos y Normativa vigente de la Universidad Técnica del Norte.

Firma

Nombre: Jairo Santiago Acosta Negrete

Cédula: 100348471-2

Ibarra, Julio 2018

DEDICATORIA

A las autoridades y habitantes de la comunidad de Zuleta, quienes supieron apoyarme con sus conocimientos en cada investigación para poder ejercer el presente trabajo de investigación.

A mis padres Ángel Acosta y Cecilia Negrete, quienes son, y serán mi fuente de fortaleza, inspiración, admiración, apoyo y mi principal motivo para seguir luchando en la vida.

Autor:

Jairo Santiago Acosta Negrete

AGRADECIMIENTO

A Dios por darme la salud y fortaleza para culminar con éxito este trabajo de investigación.

A la Universidad Técnica del Norte por darme la oportunidad de ejercer mi profesión.

A mis directores de tesis Msc. Yoarnelys Vasallo y Msc. Favio Cruz, que con su paciencia y dedicación supieron guiarme durante el desarrollo de este documento.

A mis Maestros, pilar fundamental durante mi formación profesional, quienes me brindaron sus conocimientos y valores con asertividad y eficiencia.

A mis familiares y amigos por su motivación brindada, a todos los que estuvieron colaborándome de una u otra manera en la realización de este proyecto de tesis.

MUCHAS GRACIAS

Autor:

Jairo Santiago Acosta Negrete

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
ÍNDICE GENERAL.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	viii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xi
SUMMARY.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	13
CAPÍTULO I.....	15
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	15
1.1. Antecedentes.....	15
1.2. Planteamiento del problema.....	17
1.3. Formulación del problema.....	18
1.4. Delimitación.....	19
1.4.1. Unidades de observación.....	19
1.4.2. Delimitación espacial.....	19
1.4.3. Delimitación temporal.....	19
1.5. Objetivos.....	19
1.5.1. General.....	19
1.5.2. Específicos.....	19
1.6. Justificación.....	20
CAPÍTULO II.....	21
2. Marco Teórico.....	21
2.1. Presentación.....	21
2.2. Turismo.....	21
2.3. Ecoturismo.....	22
2.4. Potencial turístico.....	23
2.5. Recurso turístico.....	24
2.5.1. Recurso natural.....	24

2.5.2.	Recursos culturales	25
2.6.	Mercado turístico	26
2.7.	Oferta turística	27
2.7.1.	Análisis de la oferta	27
2.8.	Demanda turística.....	28
2.8.1.	Análisis de la demanda	29
2.9.	Atractivo turístico	29
2.10.	Inventario turístico.....	30
2.11.	Producto turístico	31
2.12.	Destino turístico	32
2.13.	Zona rural.....	32
2.14.	Comunidad.....	33
2.15.	La comunidad Zuleta	33
2.15.1.	Atractivos turísticos de Zuleta.....	35
2.15.2.	Actividades productivas	37
2.15.3.	Formas de vida	37
2.15.4.	Acopio Comunitario.....	37
2.15.5.	Arte utilitario.....	38
2.15.6.	Turismo en Zuleta.....	38
2.16.	Estrategias de marketing	39
2.16.1.	Estrategia e-commerce.....	40
2.16.2.	Banco de imágenes y network.....	40
2.16.3.	Investigación y benchmarking.....	41
2.16.4.	Catálogo	41
2.16.5.	Folleto	42
2.16.6.	Guía informativa	42
2.17.	Fundamentación legal	43
2.18.	Fundamentación turística.....	44
2.19.	Posicionamiento teórico personal	45
CAPÍTULO III	47
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	47
3.1.	Tipos de investigación	47
3.1.1.	Investigación Documental.....	47

3.1.2.	Investigación de campo.....	47
3.1.3.	Investigación exploratoria.....	48
3.2.	Métodos de investigación.....	48
3.2.1.	Histórico-lógico.....	48
3.2.2.	Método deductivo- inductivo.....	49
3.2.3.	Método estadístico- matemático.....	49
3.3.	Técnicas de investigación.....	50
3.4.	Instrumentos de investigación.....	50
3.5.	Población.....	50
3.5.1.	Muestra.....	51
3.6.	Esquema de propuesta.....	52
CAPÍTULO IV	53
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	53
4.1.	Presentación.....	53
4.2.	Instrumento uno: Encuesta dirigida a turistas Nacionales e Internacionales.....	54
4.3.	Encuesta dirigida a los habitantes de la comunidad de Zuleta.....	74
CAPÍTULO V	87
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	87
5.1.	Conclusiones.....	87
5.2.	Recomendaciones.....	88
CAPÍTULO VI	89
6. PROPUESTA ALTERNATIVA	89
6.1.	Presentación.....	89
6.2.	Título de la propuesta.....	89
6.3.	Antecedentes.....	89
6.4.	Justificación e importancia.....	90
6.5.	Fundamentación teórica.....	91
6.5.1.	Fundamentación turística.....	91
6.5.2.	Fundamentación educativa.....	91
6.5.3.	Fundamentación socio-cultural.....	91

6.6.	Objetivos	92
6.6.1.	Objetivo general	92
6.6.2.	Objetivos específicos	92
6.7.	Ubicación sectorial y física	92
6.7.1.	Diagnóstico situacional	92
6.8.	Desarrollo de la propuesta	93
6.8.1.	Creación de una frase o eslogan	93
6.8.2.	Creación de un logotipo	94
6.8.3.	GUÍA INFORMATIVA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA.....	95
6.8.3.1.	Página de portada	95
6.8.3.2.	Contraportada	96
6.8.3.3.	Índice de contenidos y desarrollo de la guía informativa turística	97
6.8.4.	PAGINA WEB	102
6.8.6.	Redes sociales	106
6.8.6.1.	Facebook	106
6.8.6.2.	Instagram	107
6.8.6.3.	YouTube	107
6.9.	Impactos	108
6.9.1.	Educativo	108
6.9.2.	Social.....	108
6.9.3.	Ambiental	108
6.9.4.	Turístico	108
6.10.	Difusión	109
6.10.1.	Costos de Inversión	109
7.	GLOSARIO DE TERMINOS	110
8.	BIBLIOGRAFÍA.....	114
	ANEXOS.....	118

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resumen de la ubicación y calidad de los atractivos turísticos inventariados de la comunidad de Zuleta	35
Tabla 2: Población de la comunidad de Zuleta.....	50
Tabla 3: Turistas que visitan la Comunidad mensualmente	50
Tabla 4: Costos de Inversión.....	109

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Esquema de la Propuesta.....	52
Gráfico 2: Género.....	54
Gráfico 3: País de procedencia	55
Gráfico 4: Edad.....	56
Gráfico 5: Nivel de instrucción	57
Gráfico 6: Idiomas que domina.....	58
Gráfico 7: Visitas realizadas al Ecuador	59
Gráfico 8: Visitas a la comunidad de Zuleta	60
Gráfico 9: Motivos de viaje	61
Gráfico 10: Medios de comunicación audiovisual.....	62
Gráfico 11: Medios de comunicación escrita	62
Gráfico 12: Arquitectura publicitaria.....	63
Gráfico 13: Tiempo de permanencia	64
Gráfico 14: Uso y consumo de los bienes y servicios.....	65
Gráfico 15: Actividades que le gustaría realizar	66
Gráfico 16: Fortalezas de la comunidad de Zuleta	67
Gráfico 17: Conveniente incluir en la comunidad de Zuleta	68
Gráfico 18: Turismo comunitario.....	69
Gráfico 19: Cuanto está dispuesto a gastar	70
Gráfico 20: Calificación de la oferta turística	71
Gráfico 21: Propuesta.....	72
Gráfico 22: Recomendaría visitar la comunidad de Zuleta	73
Gráfico 23: Regresaría Ud. A la comunidad de Zuleta	73
Gráfico 24: Edad.....	74
Gráfico 25: Nivel de instrucción	75

Gráfico 26: Cuán conocida es la comunidad de Zuleta.....	76
Gráfico 27: Recursos turísticos	77
Gráfico 28: Recursos turísticos de interés por el visitante	78
Gráfico 29: Motivos de visita	79
Gráfico 30: Actividades turísticas de mayor interés para el turista.....	80
Gráfico 31: Interés en practicar el turismo comunitario	81
Gráfico 32: Actividades que le gustaría colaborar	83
Gráfico 33: Fortalezas.....	83
Gráfico 34: Debilidades.....	84
Gráfico 35: Atractivos y actividades turísticas	85
Gráfico 36: Calificación de la oferta turística.....	85
Gráfico 37: Propuesta	86
Gráfico 38: Logotipo.....	94
Gráfico 39: Portada.....	95
Gráfico 40: Contraportada	96
Gráfico 41: Páginas 2 – 3	97
Gráfico 42: Páginas 4 – 5	97
Gráfico 43: Páginas 6 – 7	98
Gráfico 44: Páginas 8 – 9	98
Gráfico 45: Páginas 10 – 11.....	99
Gráfico 46: Páginas 12 – 13.....	99
Gráfico 47: Páginas 14 – 15.....	100
Gráfico 48: Páginas 16 – 17	100
Gráfico 49: Páginas 18 – 19.....	101
Gráfico 50: Página web.....	102
Gráfico 51: 4 secciones principales	103
Gráfico 52: Historia de la comunidad de Zuleta	103
Gráfico 53: Contacto	104
Gráfico 54: Galería	105
Gráfico 55: Ubicación.....	106
Gráfico 56: Facebook.....	106
Gráfico 57: Instagram	107
Gráfico 58: Youtube	107
Gráfico 59: Parque recreativo hacienda Zuleta.....	141

Gráfico 60: Hacienda Zuleta: cabalgatas.....	141
Gráfico 61: Paseo en caballo.....	141
Gráfico 62: Ruta del cordero asado.....	142
Gráfico 63: Restaurantes ruta del cordero asado	142
Gráfico 64: Centro de información de Zuleta	142
Gráfico 65: Calle principal de Zuleta.....	143
Gráfico 66: Comunidad de Zuleta	143
Gráfico 67: URKUND.....	144

RESUMEN EJECUTIVO

En el Ecuador, el turismo es un sector de crecimiento que continuamente va desarrollándose con nuevas tendencias e innovaciones a lo largo y ancho del territorio ecuatoriano. Las actividades de promoción que se realizan del país a nivel mundial son con el fin de convertirlo en una potencialidad turística. La comunidad de Zuleta es uno de los lugares turísticos del cantón Ibarra, provincia de Imbabura, presenta un pausado desarrollo turístico debido a la deficiente comercialización de sus atractivos naturales, culturales y servicios que ofrece el mismo. El propósito de esta investigación es realizar un estudio de la situación actual de la oferta y demanda turística, para lo cual fue necesario cumplir con los siguientes objetivos diagnosticar el estado actual de los atractivos turísticos y determinar el perfil del visitante de la Comunidad de Zuleta. Las bases teóricas de la investigación, fueron sustentadas a través de la revisión bibliográfica de varios autores expertos en turismo y marketing. La utilización de técnicas como: encuestas dirigidas a los turistas nacionales e internacionales y habitantes de la comunidad, permitió cumplir con los objetivos planteados mismos que fueron analizados e interpretados para posteriormente obtener las conclusiones y recomendaciones. Finalmente se llevó a cabo el Diseño de una guía informativa de promoción turística denominada “Zuleta encanto Intercultural” y una página web, destacando los atractivos turísticos más importantes con el propósito de impulsar nuevas alternativas de desarrollo turístico sustentable en la Comunidad de Zuleta.

SUMMARY

In Ecuador, tourism is a growth sector that is continually evolving with new trends and innovations throughout the Ecuadorian territory. The promotional activities carried out in the country worldwide are aimed at converting it into a tourist potential. The community of Zuleta is one of the tourist places of Ibarra canton, province of Imbabura, it presents a slow tourist development due to the deficient commercialization of its natural and cultural attractions and services offered by it. The purpose of this research is to conduct a study of the current situation of tourism supply and demand, for which it was necessary to meet the following objectives to diagnose the current status of tourist attractions and determine the profile of the visitor of the Community of Zuleta. The theoretical bases of the research were supported through the bibliographic review of several authors experts in tourism and marketing. The use of techniques such as: surveys aimed at national and international tourists and residents of the community, allowed meeting the same objectives that were analyzed and interpreted to subsequently obtain the conclusions and recommendations. Finally, the design of a tourist promotion guide called "Zuleta encanto Intercultural" and a web page were carried out, highlighting the most important tourist attractions with the purpose of promoting new alternatives for sustainable tourism development in the Community of Zuleta.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación denominada “Estudio de la oferta y demanda turística en la Comunidad de Zuleta, cantón Ibarra, provincia de Imbabura”, su principal objetivo radica en el conocimiento pleno de las estrategias de marketing producto, precio, plaza y promoción como principales actoras dentro de la comercialización de los productos y servicios pertenecientes a la oferta turística de comunidad. Consta de 6 capítulos que son:

CAPÍTULO I.- Comprende los antecedentes de la oferta turística la comunidad, el planteamiento del problema donde se conoce con claridad las causas y los efectos del mismo, la formulación del problema a manera de interrogante, la delimitación del problema en el ámbito temporal, espacial y en unidades de observación, así como el objetivo general y los cuatro objetivos específicos. Finalmente la justificación del Qué, Por qué y Para qué se realiza la investigación

CAPÍTULO II.- Marco teórico, que hace énfasis en los fundamentos, conceptos y definiciones teóricas las cuales sustentan el tema que se investigó y la propuesta desarrollada y se plantea un glosario de términos que aportan al conocimiento de determinados términos técnicos de la especialización.

CAPÍTULO III.- Se describe la metodología utilizada en el proceso investigativo, misma que comprende de tipos, métodos, técnicas e instrumentos que permitieron recolectar la información necesaria y a la vez cumplir los objetivos propuestos en la investigación. Además se evidencia la población, la muestra y el esquema de la propuesta con la que se trabajó.

CAPÍTULO IV.- Interpretación de resultados, se emitieron criterios personales en base a la elaboración de cuadros y gráficos estadísticos, se abordaron los juicios de valor al interpretar los resultados de las encuestas realizadas a turistas nacionales e internacionales.

CAPÍTULO V.- Se desarrolló el posicionamiento personal como las conclusiones y recomendaciones en base a la información obtenida en el resultado anterior, en concordancia con los objetivos específicos y las interrogantes de investigación.

CAPÍTULO VI. - En este capítulo se llevó a cabo el diseño de una guía informativa de promoción turística y la página web para la comunidad de Zuleta, partiendo del título, la justificación e importancia, la fundamentación teórica, los objetivos generales y específicos, la ubicación sectorial y física, el desarrollo de la propuesta, los impactos, la difusión y la bibliografía general de todo el documento.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

Albán (2014) argumenta que: “La Comunidad Zuleta fue fundada el 11 de enero de 1943, posiblemente los primeros pobladores de este territorio fueron los Caranquis, quienes poblaron la zona desde los años 800 hasta aproximadamente el año 1470 D.C., cuando arribaron los Incas” (p. 30).

Según Albán (2014):

Después de la conquista española, los terrenos que corresponden a la hacienda y la Comuna de Zuleta fueron entregados a los misioneros jesuitas por la corona. En 1767, el rey Carlos III expulsó a los jesuitas del país y los terrenos fueron confiscados y posteriormente vendidos al canónigo Gabriel Zuleta.

En 1898 la familia de los ex presidentes ecuatorianos Leónidas Plaza y Galo Plaza Lasso, compró los terrenos, llevando con ellos a sus “Ya napas” o colaboradores, quienes eran indígenas movilizados de sus comunidades de origen Zuleta, para trabajar en la hacienda donde nacieron y crecieron en esa enorme finca y que ahora, independientes, hacen maravillas con sus manos y su creatividad. (p. 31).

Tal y como considera Caicedo (2014):

La Comunidad de Zuleta está ubicada en la parte sur oriental de la provincia de Imbabura administrativamente forma parte de la parroquia de Angochagua del Cantón Ibarra. Experimenta un clima templado todo el año; así mismo las temperaturas oscilan entre 10 a 15° C, durante el día con humedad baja y las noches tienden a ser frías. (p. 14).

La Comunidad de Zuleta tiene una espectacular riqueza natural y paisajística que constituye una amplia gama de recursos turísticos merecedores de ser difundidos y visitados por turistas, está conformada por

familias indígenas y mestizas, que hablan el castellano y el quechua, conservando sus costumbres, tradiciones y leyendas.

Los moradores de Zuleta dedican su tiempo a la agricultura y a la crianza de animales domésticos. Más aun en la actualidad existen once mujeres de diversas edades que conforman la “Asociación de Mujeres Bordadoras de la Comunidad de Zuleta”. Para ellas el bordado, no es solo un oficio, es una de sus principales actividades económicas y su laborioso trabajo es reconocido por su talento y calidad que implica, ganando visibilidad a escala nacional e internacional.

También se dedican a las creaciones artesanales obteniendo un sin número de productos elaborados con varios tipos de materiales, se destacan los artículos de madera como: bigshas, bateas, cucharas, platos y varios instrumentos con los que labran la tierra como: arado, rastras, pullas, yugos entre otros. Por otra parte está la apicultura y piscicultura, actividades en las que se saca mayor provecho de la pacha mama; la alfarería dando vida a vasijas, platos y más objetos de cerámica de la mejor calidad, así mismo a la confección de monturas, maletas y artefactos finos en talleres de talabartería.

Siendo un sector empresarial de mayor desarrollo turístico, no es extraño que los habitantes de Zuleta se interesen en ser emprendedores y poder mostrar al mundo sus diferentes habilidades, conscientes de vivir en una comunidad que ha sabido preservar su cultura y tradición, una de ellas las fiestas tradicionales del Inti Raymi-San Juan, este antaño festejo coincide con el solsticio de verano y el fin de las cosechas. Su celebración es en los meses de junio y julio.

De igual manera varios sectores han desarrollado restaurantes comunitarios de singular arquitectura, conocida como la “ruta del cordero” donde el visitante disfruta de una maravillosa gastronomía. Aparte de eso, varias familias han abierto sus viviendas a los visitantes donde ellos pueden conocer sus costumbres y tradiciones, más aun el vivir diario de cada familia, llevándose como un inolvidable recuerdo las experiencias vividas.

La investigación del turismo comunitario como estrategia de desarrollo está consolidada, persigue equilibrar las dimensiones medioambientales y las culturales, con la particularidad de una gestión y organización anclada de las comunidades. En la actualidad todo sector turístico afirmará una actitud sensible con el medio y la cultura convirtiéndose en el verdadero elemento distintivo del turismo comunitario.

De esta forma el turismo comunitario se convierte en un campo estratégico de desarrollo social, económico, y cultural que parece encarar con éxito varias expectativas de mundo actual.

1.2. Planteamiento del problema

En la actualidad en el Ecuador, se está operando el turismo en las comunidades indígenas y está alcanzando un nivel muy acelerado como una alternativa para el mejoramiento de las comunidades.

Dentro de la provincia de Imbabura se encuentra la Comunidad de Zuleta, la cual es conocida por su variedad de artesanías, bordados, arte utilitario y turismo. Además de sus costumbres ancestrales, las actividades pecuarias constituyen la base de la economía local, especialmente la crianza de ganado vacuno, porcino y ovino. A pesar de poseer un alto potencial cultural y natural, así mismo las condiciones necesarias para ser visitado turísticamente, ciertos recursos no han sido impulsados como tal, debido a la falta de organización, iniciativa y gestión por parte de autoridades y moradores del lugar.

La gastronomía en la Comunidad de Zuleta es la principal motivación por la que el turista nacional e internacional realiza su visita, se ha desarrollado un proyecto llamado la "ruta del cordero" que se ha constituido como el lugar más apetecido, la vía está caracterizada por su belleza, los paisajes que rodean la ruta son únicos y sin duda llaman la atención sus campos de múltiple colorido. Asimismo, existe una gran variedad de platos típicos como: la deliciosa trucha de río proveniente de la Rinconada y el caldo de gallina, pero

el plato de mayor atractivo es el cordero asado, es una deliciosa carne asada y se sirve con granos y productos agrícolas como papa, mote, habas y choclo.

También, encontramos los bordados y artesanías elaboradas a mano, sus artesanías realizadas cuidadosamente con varios materiales como: la madera, cerámica de la mejor calidad, y los bordados una herencia milenaria, con finos hilos y hermosos diseños en prendas de vestir tanto femeninas como masculinas, con un acabado y gusto sorprendente que encantan a los visitantes.

De igual manera, las fiestas tradicionales de Inti Raymi- San Juan y las ferias que realiza la comunidad de Zuleta, tienen una mayor acogida por los turistas en fechas específicas, así mismo, cuenta con varios servicios de hospedaje, transporte, y una vía asfaltada a largo de toda la ruta hasta llegar a San Pablo que se puede visitar hasta en bicicleta.

Entonces, se encuentra que las técnicas de promoción y marketing no se han aplicado correctamente, es decir la mayor oferta y demanda turística de la comunidad de Zuleta se centra en su gastronomía, los bordados, artesanías a mano y sus fiestas tradicionales, mas no por la actividad turística natural, por estas razones se busca impulsar el turismo de naturaleza y aventura, complementados con sus valores culturales y el potencial turístico de la zona, anclando rutas para caminatas hacia los diferentes atractivos, sin olvidar la conservación del medioambiente y el rescate de las raíces ancestrales; mejorando así la situación socio económico de las familias de la comuna y así obtener un turismo bien organizado de bajo impacto ambiental y muy productivo a largo plazo.

1.3. Formulación del problema

¿Cuáles son las características actuales de la oferta y demanda turística en la comunidad de Zuleta?

1.4. Delimitación

1.4.1. Unidades de observación

Las unidades de observación serán:

- Oferta y demanda turística de la Comunidad de Zuleta
- Turistas que visitan la comunidad.
- Población local.

1.4.2. Delimitación espacial

La investigación se llevará a cabo en la comunidad de Zuleta que está ubicada en la parte sur oriental de la provincia de Imbabura, administrativamente forma parte del Cantón Ibarra.

1.4.3. Delimitación temporal

La presente investigación se realizará a partir del mes de enero del 2015 hasta el mes de julio del 2015.

1.5. Objetivos

1.5.1. General

Identificar las características actuales de la oferta y demanda turística en la Comunidad de Zuleta, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

1.5.2. Específicos

- Diagnosticar la situación actual en que se encuentra la oferta turística de la Comunidad de Zuleta.
- Determinar el mercado turístico real de la comunidad de Zuleta.
- Elaborar una propuesta de promoción y publicidad de la oferta turística de la Comunidad de Zuleta.

1.6. Justificación

La Comunidad Zuleta es un lugar maravilloso en el cual se pueden realizar diferentes actividades turísticas, ya que posee un gran riqueza natural, cultural y gastronómica, es importante tomar en cuenta el turismo comunitario como eje fundamental, ya que posibilita la autoafirmación de la identidad de los pueblos, la revitalización cultural, la preservación de la memoria colectiva; contribuyendo al fortalecimiento socio-organizativo, la preservación y manejo sostenible del medio ambiente.

Es importante tomar en cuenta como una estrategia, la unificación de voluntades por parte de autoridades y habitantes de la comunidad, que ayudarán a desarrollar nuevas alternativas de turismo dentro del sector, generando beneficios socio-económicos y fortaleciendo su diversidad étnica y cultural.

Por eso, se busca promover y mejorar la imagen de la Comunidad de Zuleta dentro y fuera de país, y hacer que el turista sienta interés de conocer este maravilloso lugar. Promocionando adecuadamente todos sus atractivos turísticos, lo que hará que mejore el flujo de viajeros visitantes y las condiciones económicas de la población, para tener una mejor calidad de vida y convertirse en un atractivo muy importante de la provincia de Imbabura.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

2.1. Presentación

Este capítulo presenta las definiciones y conceptos como base y sustento para el estudio de la oferta y demanda turística en la comunidad Zuleta; ofrece una descripción teórica de las estrategias de promoción del turismo sostenible, como fundamento para el desarrollo de la propuesta.

2.2. Turismo

El Turismo es una actividad a escala global que crece y cambia a un ritmo acelerado, incrementando el desarrollo de las empresas y el sector económico del turismo, por lo que es importante para su comprensión dar a conocer algunas definiciones sobre turismo de varios autores.

El autor García (2014) sobre la definición del turismo menciona que: “implica todas las actividades relacionadas al desplazamiento planificado de las personas, fuera de su residencia habitual por fines recreativos” (p. 23).

Tal y como lo asegura Rojas (2017):

El turismo implica la acción planificada, realizada con la finalidad de cumplir una aspiración de desplazamiento, hacia un sitio desconocido; con el único objetivo de la relajación, teniendo como resultado un nuevo aprendizaje por la experiencia vivida en el trascurso del viaje. (p. 16).

En base a los conceptos expuestos, se puede inferir que el turismo implica la realización organizada de un viaje, sea este de manera individual, grupal o familiar, planificada a través de la asesoría de una empresa turística especializada o por cuenta propia, fuera de la residencia habitual, con la clara intención de la relajación y el disfrute.

El turismo ha ido evolucionando progresivamente en los últimos años, los turistas cada vez buscan destinos que proporcionen una verdadera experiencia de viaje; Jiménez (2013) al respecto menciona que: “la manera de hacer turismo, ha evolucionado hacia un turismo consiente, con la realización de viajes respetuosos a la cultura local y al ambiente” (p. 11).

En este contexto es necesario mencionar que los turistas en la actualidad tienen mayor predilección por sitios no convencionales a los de sol y playa; que les permitan un mayor contacto con la cultura local, el disfrute del paisaje, la realización de actividades recreativas no invasivas; surgiendo de esta manera el turismo consiente o ecoturismo.

2.3. Ecoturismo

Lunas (2014), define al ecoturismo como: “el producto del desarrollo sustentable, que permite, conocer en sus viajes de carácter consiente, parajes sin alteración alguna y el conocimiento de la cultura local de manera respetuosa” (p. 35).

Según Cárdenas (2017) “el ecoturismo promueve viajes respetuosos, para el disfrute del paisaje, flora, fauna y cultura local, disminuyendo las brechas sociales, a través de la generación de alternativas productivas sustentables” (p. 23).

La modalidad de turismo, permite el desarrollo de las zonas rurales, utilizando adecuadamente los recursos naturales y culturales disponibles en el territorio, en actividades turísticas de bajo impacto, lo que posibilita, la conservación de los recursos turísticos, para el disfrute de las generaciones futuras y la participación activa de la población, tanto en la planificación como el desarrollo de la actividad turística, así como el involucramiento de grupos vulnerables y la búsqueda de la equidad de género.

Rojas (2017) menciona que: “las empresas ofertantes de actividades ecoturísticas, bajo el marco del compromiso social y responsabilidad ética, deben involucrar a pobladores locales en las actividades turísticas, para propiciar el crecimiento económico del territorio” (p. 15).

Por lo expuesto, se infiere que el turismo consiente o ecoturismo a través de la diversificación de la oferta ha beneficiado a los territorios rurales, por la generación de nuevas plazas de empleo y brinda al mercado turístico, una opción alternativa a la convencional de sol y playa; por lo que es indispensable el conocimiento pormenorizado del territorio, con la finalidad de tener una visión de desarrollo territorial, basada en el uso consiente de los recursos naturales y culturales disponibles, para generar nuevas opciones de visita.

2.4. Potencial turístico

Molineró (2013) define al potencial turístico como: “el análisis integral del territorio, que permite identificar las características aprovechables en actividades turísticas de los recursos naturales y culturales disponibles” (p. 36).

En el estudio del potencial turístico se consideran dos categorías a investigar: los recursos naturales y culturales, estos a su vez sumados a las facilidades e infraestructura turística complementaria, se convierten en la oferta turística del territorio (Avellaneda, 2013, p. 16).

Sobre el potencial turístico Prada (2016) afirma que es “la investigación indispensables para el inicio del turismo en una determinada zona, que proporciona la línea base para la planificación y desarrollo de productos turísticos” (p.19).

Con lo expuesto anteriormente, podemos inferir que el estudio del potencial turístico proporciona una visión global, sobre los puntos fuertes y débiles que posee un territorio, en base a sus recursos naturales y culturales,

los mismos que por sus características permiten el desarrollo de actividades turísticas capaces de cubrir las necesidades actuales de la demanda.

2.5. Recurso turístico

Castillo (2013) menciona que el recurso turístico lo conforman: “todos los elementos naturales y culturales a disposición del sector turístico, que junto a los servicios y facilidades cubren las necesidades de recreación del turista” (p. 56).

Clegg (2014) afirma que los recursos turísticos son: “los elementos singulares del territorio que a pesar de no contar con servicios y facilidades de índole turista, atraen a una demanda considerable de turistas” (p. 39).

Estas definiciones, coinciden en que los recursos turísticos tanto naturales como culturales, son el pilar del desarrollo turístico territorial, al poseer características notables que los vuelven atractivos a los visitantes y despiertan el interés del sector público y privado para la inversión, en la dotación de facilidades y servicios para comodidad y seguridad de los visitantes.

De esta manera, los territorios comienzan una etapa hacia la consolidación como destinos turísticos, al contar con atractivos relevantes que por sí solos atraen a un considerable número de visitas y una organización tanto pública como privada que provee confort y comodidad para la prolongación de la estancia o la visitación periódica.

2.5.1. Recurso natural

Fernández (2015) define a los recursos naturales como: “todos los servicios que proporcionan los ecosistemas para satisfacer las necesidades humanas” (p.23).

Por lo tanto se puede inferir que los recursos naturales son aquellos servicios eco sistémicos, que al ser utilizados por el ser humano contribuye al desarrollo y bienestar de la sociedad.

Tal y como asegura Díaz (2015):

Dentro de la categoría de los recursos naturales el paisaje por su capacidad de atraer turistas; destaca como el elemento con mayor potencialidad turística en los medios rurales; los turistas con preferencia para la realización de este tipo de turismo, son cada vez más exigentes en cuanto a la elección de sitios turísticos, con preferencia a visitar sitios prístinos y con presencia de elementos culturales en sus alrededores. (p. 14).

Con lo expuesto por los autores se puede inferir que los recursos naturales, son los elementos utilizados por el ser humano para el desarrollo de sus actividades cotidianas, en el turismo, al ser utilizados adecuadamente, tienen la capacidad de generar réditos económicos, para el bienestar de las poblaciones locales; además es primordial mencionar que antes del inicio de la actividad turística es necesario una adecuada planificación, que conlleve al adecuado uso de los recursos naturales existentes una determinada localidad, en actividades turísticas, para su conservación para el disfrute de las generaciones futuras.

2.5.2. Recursos culturales

Cevallos (2013) los define como: “los elementos tangibles e intangibles, que en su conjunto conforman el patrimonio e identidad de un territorio, y que son transmitidos de generación en generación para su preservación” (p.62).

Tal y como afirma Jiménez (2013):

El turismo alternativo o ecoturismo tiene lugar en espacios alejados del área urbana; por sus características se ha convertido en la estrategia adecuada para preservar los recursos culturales, la misma

que al formar parte de la oferta principal de las comunidades, transmite al turista su valor e importancia. (p. 10).

Con lo expuesto por los autores, se puede argumentar que los recursos culturales al ser utilizados con enfoque turístico se convierten en potenciales recursos capaces de atraer diferentes segmentos de mercado, interesados por conocer su importancia dentro de la cosmovisión de los pueblos, al utilizarlos adecuadamente, hacen más atractiva a la oferta turística y promueven el incremento de visitantes al territorio, por lo que a más de dinamizar la economía al existir mayor demanda, serán preservados para las generaciones futuras.

2.6. Mercado turístico

El autor Carranza (2013) define al mercado turístico como: “todos los compradores, actuales y potenciales de un determinado bien o servicio turístico” (p.19).

Sostiene Flórez (2013):

El mercado turístico lo conforman todos los compradores y vendedores, de bienes y servicios turísticos; los vendedores ofertan una cantidad de bienes y servicios turísticos, cuyas características se ajustan a las necesidades actuales de un segmento específico de turistas, para ser adquiridos, por lo que es prioritario, conocer las particularidades y necesidades de los actuales y potenciales compradores, para aumentar la demanda de un determinado bien o servicio turístico. (p. 15).

Con lo expuesto por los autores, se puede mencionar que el mercado turístico, es el lugar donde confluye la oferta y demanda; la primera representada por todos los bienes y servicios que están a disposición de los diferentes segmentos de turistas, los mismos que se adaptan a sus exigencias; por su parte la demanda la conforma la cantidad de turistas que están dispuestos a adquirir los bienes y servicios ofertados.

2.7. Oferta turística

Yépez (2013) define a la oferta turística como: “el conjunto de prestaciones, bienes y servicios puestos a disposición de un segmento de mercado, para cubrir sus necesidades de recreación” (p.23).

Tal y como asegura Falcón (2014):

La oferta turística de un territorio, debe ofrecer una gama de actividades capaces de prolongar la estadía y crear una verdadera experiencia de viaje, a fin de generar mayor economía en las áreas circundantes; los bienes, servicios y prestaciones deben poseer un valor diferencial con la competencia, es necesario recordar además, que un turista satisfecho, es la primera estrategia de marketing, como vocero del territorio, capaz de persuadir en la elección del destino en clientes potenciales, promoviendo de esta manera la rentabilidad de la actividad turística en el territorio. (p. 15).

Complementando lo expuesto anteriormente, se puede argumentar que la oferta turística debe ser auténtica, y sus características deben crear un valor diferencial de la competencia, para llegar a ser atractiva para los turistas, es necesario mencionar que al ofertar bienes y servicios turísticos, hay que tener un especial cuidado en cuanto a lo ofertado y no caer en la publicidad engañosa; un cliente satisfecho es capaz de incrementar turistas hacia un determinado territorio, en contra parte, la mala publicidad de boca a boca, inferirá en la disminución de visitantes, reduciendo la rentabilidad por precepto turístico.

2.7.1. Análisis de la oferta

Como señala Gutiérrez (2013):

El análisis de la oferta consiste en el examen pormenorizado de la oferta territorial, desde un enfoque descriptivo, examina: el alojamiento, la restauración, transporte, creación de productos turísticos, eventos culturales, servicios públicos, telecomunicaciones y todo aquello que brinde comodidad y confort al visitante. (p. 17).

Por su parte Hernández (2014) menciona, que: “para el análisis de la oferta turística es necesario un diagnóstico mixto, ya que los bienes y servicios que dispone el territorio son de carácter públicos como privados” (p.32).

Sobre lo mencionado por los autores, se puede inferir que para el análisis de la oferta es necesario basarse en la normativa legal vigente, ya que esta determina los parámetros mínimos que los establecimientos turísticos deben contar para su funcionamiento; el cumplimiento u omisión de dichos parámetros, brindaran una idea sobre la calidad de servicios prestados al turista, como parte de la oferta territorial.

2.8. Demanda turística

Benavides (2013), define a la demanda turística como: “los turistas motivados por consumir cierta cantidad de bienes y servicios turísticos, que un determinado territorio ofrece y se adaptan a sus exigencias” (p.7).

Díaz (2013) menciona que la demanda turística son: “todos los bienes, servicios y actividades turísticas a disposición de los diferentes segmentos de turistas” (p.82).

Con lo expuesto anteriormente se puede inferir que la demanda turística, está conformada por los turistas habidos por adquirir determinados bienes y servicios ofertados en el mercado, con la aspiración de que estos, cumplan sus expectativas y proporcionen una verdadera experiencia de viaje.

Cabe mencionar que cada vez los turistas son más exigentes y buscan destinos cuya oferta proporcione un verdadero contacto con la realidad local, así como dan preferencia a empresas con alto compromiso social y ambiental.

2.8.1. Análisis de la demanda

Según Jaramillo (2013) “el análisis de la demanda, es la base principal para elaborar un plan estratégico de desarrollo turístico en el territorio” (p.82).

Tal y como sostiene Hilariónz (2013):

El análisis de demanda puede ejecutarse a través de la aplicación de un cuestionario en el que se indaga sobre todo, el perfil sociodemográfico del turista, las expectativas de visita en el destino, la modalidad de viaje, los medios de información utilizados, aspectos previos al viaje entre lo más destacado. (p. 17).

Con lo manifestado por los autores, se puede afirmar que el análisis de la demanda, proporciona la información a utilizar para la creación de futuros productos turísticos, acordes a una tipología específica y los canales adecuados de comercialización, de esta manera los recursos económicos de las empresas turísticas, serán utilizados adecuadamente, en la promoción de su oferta.

2.9. Atractivo turístico

El autor Díaz (2013) sobre los recursos turísticos, menciona que son: “aquellos elementos tangibles e intangibles que se encuentran en un determinado territorio, con cualidades y características únicas aprovechables en el desarrollo de actividades turísticas” (p.2).

López (2014) define a los atractivos turísticos, como: “los elementos territoriales de índole natural y cultural, con características especiales, que son atractivas para los turistas” (p.12).

Con lo expuesto por los autores, se puede inferir que para considerar a un recurso presente en un territorio como atractivo turístico, es necesario que posea características peculiares, que promuevan por si solos la visitación de un considerable número de turistas; es necesario mencionar que la inversión

tanto pública como privada, estará ligada con la capacidad de los recursos turísticos, es decir, si los recursos turísticos por si solos no generan un flujo constante de visitantes, las inversiones serán menores, que en aquellos territorios, donde la actividad turística, permitirá generar mayores beneficios en función de la inversión realizada.

2.10. Inventario turístico

Tal y como considera Rodríguez (2017):

El inventario de atractivos turísticos, es un instrumento de gestión, que puede ser mejorado constantemente, el cual se convierte, en la herramienta fundamental para la planificación turística territorial, previo al desarrollo del turismo en una zona determinada; provee de información precisa, de los recursos naturales y culturales, para uso del turista, obtenidos por la aplicación de una metodología práctica, proporcionada por el ente rector del turismo a nivel nacional; a través de la utilización de fichas técnicas, en las cuales se registran, valoran categorizan los atractivos que forman parte del patrimonio nacional. (p. 35).

Tal y como lo asegura Flórez (2014):

En el proceso de planificación turística el inventario turístico se convierte en la línea base, para la planificación de las actividades turísticas a desarrollar, la jerarquización de los atractivos, determinara el nivel de inversión tanto del sector público como privado en cuanto a facilidades turísticas en el territorio, es decir, si los recursos turísticos registran una jerarquía baja, se deduce que no tienen una importancia o connotación más allá de lo local y que sus características no son suficientes para atraer visitantes, por lo que no se producirán beneficios económicos favorables para sus pobladores. (p. 15).

Según Chiriboga (2015):

El proceso metodológico para la realización del inventario turístico, consiste primeramente, en la clasificación de los atractivos del territorio, la recopilación de la información relevante, por medio de

fuentes confiables, sean estas primarias como secundarias y la evaluación y jerarquización del atractivo, mediante el trabajo de campo; este consiste en identificar la categoría, tipo y subtipo, al cual pertenece el atractivo a inventariar. (p. 23).

Con lo expuesto por los autores, se puede considerar que el inventario turístico es la herramienta de la planificación turística territorial; que proporciona la información sobre las condiciones y características de los atractivos naturales y culturales presentes en el territorio, la misma que facilita la inversión tanto pública como privada y evita el sobredimensionamiento de los proyectos turísticos en base a los recursos existentes, impidiendo el sobreendeudamiento de los pobladores locales, ante falsas expectativas de afluencia turística.

2.11. Producto turístico

Según García (2013) “el producto turístico es la combinación de los atractivos naturales y culturales de un territorio con los bienes, servicios y facilidades turísticas previstas por el sector público y privado, ofertados a los diferentes segmentos de mercado” (p.32).

Según Guerrero (2014) “es el producto de la correcta planificación, ya que utiliza adecuadamente los recursos disponibles en el territorio, en la generación de actividades turísticas capaces de satisfacer las necesidades de los turistas” (p.13).

A juicio del autor del presente trabajo de investigación, el producto turístico a más de representar la vinculación de los recursos tanto naturales como culturales presentes en el territorio, con los bienes, servicios y facilidades turísticas, provistas para el confort del visitante, debe responder a una planificación adecuada, que permitan en una fase previa, el conocimiento de las expectativas reales de un nicho de mercado; es así que la concepción de los productos turísticos a ofertar en un determinado territorio cubrirán las necesidades de recreación y ocio de la demanda actual, siendo aquello la

estrategia para la consolidación de un destino turístico y evitara además el sobredimensionamiento de proyectos turísticos, impidiendo de esta manera su fracaso.

2.12. Destino turístico

Para Kanaschiro (2014) los destinos turísticos son: “los sitios que proporcionan un status a sus consumidores, que a más de contar con atractivos singulares, su adecuada gestión, ha permitido un posicionamiento en el mercado” (p.12).

De acuerdo a lo expuesto anteriormente, se puede mencionar que para convertir un territorio en un destino turístico, es necesario identificar aquellos recursos naturales y culturales con características únicas, que permitirán una diferenciación con la competencia y que a través de una correcta gestión que involucre a todos los actores, lograra cubrir las necesidades y preferencias de los diferentes nichos de mercado, permitiendo posicionar la oferta en el mercado turístico.

2.13. Zona rural

Heredia (2014) define a las zonas rurales como: “el espacio geográfico ubicado en el límite de la zona urbana de un territorio, cuyo uso del suelo está orientado a la agricultura y desarrollo agropecuario” (p.32).

Según Castillo (2014) “las zonas rurales, son los espacios territoriales colindantes a las zonas rurales, con un número reducido de habitantes y servicios, donde la principal actividad económica es la agricultura y ganadería” (p.12).

Con lo expuesto por los autores, se puede manifestar que las zonas rurales, son los espacios geográficos, ubicados en el límite urbano, donde la actividad económica gira alrededor de la agricultura y ganadería, con presencia de elementos naturales y culturales importantes, que pueden ser

aprovechados en actividades turísticas, como una oportunidad para la diversificación económica.

2.14. Comunidad

Obando (2013) sobre la definición de comunidad manifiesta que: “es el conjunto de individuos pertenecientes a una región o pueblo, con los mismos rasgos culturales y elementos en común” (p.12).

Según Albán (2014) “una comunidad la integran un conjunto de individuos que comparten elementos en común, tales como, costumbres, idioma, ubicación geográfica” (p.32).

Con lo expresado por los autores, se puede inferir que el concepto comunidad, hace referencia a los individuos que comparten un territorio y están relacionados porque comparte las mismas necesidades, visión del mundo, idioma, cultura; por lo que al promover el desarrollo económico en una comunidad o iniciar con nuevas actividades económicas, es necesario considerar, que los beneficios de dichas actividades deben favorecer a todos los pobladores promoviendo de esta manera la equidad.

2.15. La comunidad Zuleta

Tal y como lo asegura Albán (2014):

Está ubicada al sur oriente de la provincia de Imbabura, tiene una superficie de 4770 hectáreas declaradas como Bosque y Vegetación Protectora, en el año 1995, su nombre proviene en honor del canónigo Gabriel Zuleta, tras su muerte, la hacienda paso a manos de la familia Posso, para luego ser vendida en el año 1898 a la familia Lasso. (p. 35).

Tal y como lo considera Caicedo (2014):

La comunidad se encuentra a una altitud de 2.800 m.s.n.m, con una temperatura que varía entre los 10 a 15° C; en la actualidad posee

1037 habitantes distribuidos en 329 familias, en su mayoría indígenas; el idioma predominante del 81% de la población es el español, mientras que el quichua es hablado tan solo por el 19% de la población total. La principal actividad productiva de la comunidad es la agropecuaria, predomina la producción de leche y la industria de lácteos, en lo referente a la producción agrícola, destaca la producción de papas, hortalizas y legumbres. (p. 14).

“La actividad turística en los últimos años ha dinamizado la economía del sector, la llegada de visitantes por la motivación de la compra de bordados o la participación en las fiestas de San Juan, ha promovido un naciente desarrollo turístico, por lo que el cabildo en el año 2009, impulsó la construcción de un restaurante comunitario” (Albán, 2014, p.14).

2.15.1. Atractivos turísticos de Zuleta

Tabla 1: Resumen de la ubicación y calidad de los atractivos turísticos inventariados de la comunidad de Zuleta

Nombre del atractivo	Ubicación	Centros urbanos cercanos		Calidad		
		Poblado	Km.	Características del atractivo	Estado de conservación del atractivo	Estado de conservación del entorno
Casa Mirador	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	14	Sitio natural desde donde se tiene vista panorámica de los alrededores	No alterado	No alterado
Cóndor Mirador	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	13	Sitio natural vista predios Hacienda Zuleta	No alterado	No alterado
Cascada el molino	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	11/5	Sitio natural observación caída de agua y vegetación	No alterado	No alterado
Páramo	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	15	Sitio natural observación de vegetación propia de paramo y fauna silvestre	Conservado	Conservado
Sendero del conejo	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	12	Sitio natural observación de conejos de monte	No alterado	No alterado
Sendero del oso	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	8	Sitio natural observación de oso de anteojos con crías en ciertas épocas del año	Conservado	Conservado
Complejo arqueológico de tolas	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	12	Sitio cultural observación de pirámides truncadas y tolas	Conservado	Conservado

Hacienda Zuleta	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	11	Sitio cultural observación arquitectura manejo de ganado y servicio de alojamiento y alimentación	Conservado	Conservado
Bordados a mano	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	10	Artesana típica del lugar que se ha transmitido de generación en generación y actualmente ha llegado hasta el mercado internacional	Conservado	Conservado
Tallados en madera rustica	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	8	Artesanía elaborada con madera de juncos que con la aplicación de varias técnicas dan como resultado piezas únicas.	Conservado	Conservado
Fiesta de San Juan	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	11	Festividad de renombre que atrae muchos visitantes de diferentes lugares	Conservado	Conservado
Proyecto alpaquero	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	10	Proyecto de conservación de paramos con la introducción de alpacas	Conservado	Conservado
Cóndor Huasi	Imbabura-Ibarra-Zuleta	Cayambe	13/5	Fundación dedicada al rescate del Cóndor andino.		

Fuente: Fichas de Inventario Comunidad Zuleta **Elaborado por:** Carlosama A .2017

2.15.2. Actividades productivas

Bordados a mano: en la comunidad de Zuleta a desde tiempo atrás las mujeres de la comunidad bordan prendas de uso personal, utilitario y decorativo, las mismas que son exhibidas en la feria artesanal que la realizan los 2 primeros fines de semana de cada mes en la Casa Parroquial del lugar. Además la casa de Señor Galo Plaza Lasso Ex Presidente de la República abierta al público por su riqueza arquitectónica y decoración colonial y un espacio geográfico ideal para el avistamiento del cóndor andino, el ave más grande que surca los aires y los osos de anteojos que viven en su entorno.

2.15.3. Formas de vida

Economía: Los productos agrícolas propios de la zona: maíz, trigo, cebada, papas, fréjol, arveja, lenteja, quinua, ocas, combinados con productos adquiridos en la ciudad o tienda comunal como los fideos, azúcar, arroz, avena, son la base y sustento alimenticio de la población.

Las actividades pecuarias constituyen la base de la economía local, especialmente la crianza de ganado vacuno, porcino y ovino además del turismo y las artesanías.

2.15.4. Acopio Comunitario

El Centro de acopio lechero “Milla Pakari” brinda un servicio eficiente y cordial a los comuneros de Zuleta, su objetivo principal es incrementar la distribución de la leche de La Comuna, brindando trato amable y precio justo a los comuneros productores.

Este centro de acopio tiene una capacidad de almacenaje de 1000 litros y distribuyen la leche principalmente a la Hacienda Zuleta; pequeños productores de quesos de la comuna y al colegio Técnico Agropecuario Zuleta. Su trabajo es muy importante para la Comunidad pues es el resultado de las

luchas de los comuneros por el comercio justo de la leche y el derecho a un trabajo digno.

2.15.5. Arte utilitario

El hábil artesano elabora muebles, cuya materia prima son los troncos de árboles con las formas más caprichosas. Son sillas, mesas, anaqueles, camas de diseños únicos que respetan las formas que el tiempo, el viento y las lluvias le dieron a la madera. Con un poco de lija, pulido y barniz, la obra terminada maravilla a quienes la admiran.

La pasión por los muebles rústicos la comparten cientos de clientes que llegan desde Esmeraldas, Pichincha y Manabí. Varios trabajos adornan los espacios públicos de la comunidad de Zuleta, como una contribución a su terruño.

2.15.6. Turismo en Zuleta

Zuleta es la comunidad pionera en la conservación del medio ambiente. El Yagual también da vida a este ecosistema. En un inicio, se trajeron 14 alpacas, pero ahora hay 34 animales que conservan el páramo.

Se trata de los páramos de la comunidad de Zuleta, ubicados al suroeste de Ibarra y que comprenden una extensión de 4 mil 770 hectáreas, de las cuales 120 están reforestadas y 400 se encuentran en proceso.

Estas tierras fueron entregadas a la comunidad de Zuleta por parte de la fundación Galo Plaza y administradas por el Cabildo desde 1983. La altura mínima del páramo es de 2 mil 832 metros y la máxima de 3 mil 890 metros.

Para llegar al 'colchón verde' como lo denominan los zuleteños, se toma un tiempo de 50 minutos, en un vehículo 4 x 4. La suavidad del viento, el sonido de los riachuelos, el pajonal y el paisaje hacen única a la flora y fauna del ecosistema de Zuleta.

En el trayecto, son los conejos de monte, el cóndor, las hierbas aromáticas las que dan la bienvenida a los visitantes. Unos llegan en carros, pero hay quienes aprovechan para un paseo a caballo.

Como podemos ver este criterio es bastante interesante donde nos indica que la historia de la comunidad, sus costumbres, el arte utilitario, el turismo que se puede realizar, en si una gran gama de actividades donde es turista puede conocer e intercambiar ideas y llevarse una muy buena experiencia.

2.16. Estrategias de marketing

Arciniega (2013) al respecto menciona que la estrategia de marketing es: “la herramienta que transmite un mensaje claro, sobre la oferta de bienes y servicios de una determinada empresa, utilizando de manera adecuada los recursos disponibles, con la finalidad de incrementar la demanda o llegar a nuevos nichos” (p.61).

Cardona (2014) afirma que: “el proceso de planificación de la estrategia de marketing inicia con el establecimiento de los objetivos empresariales así como la evaluación de las y necesidades de la empresa” (p.22)

Con lo manifestado anteriormente por los autores se puede inferir que la estrategia de marketing es la herramienta efectiva que utilizan las empresas, para comunicar las bondades de un bien o servicio, a fin de optimizar los recursos económicos disponibles y captar nuevos segmentos de mercado.

Es necesario mencionar que una adecuada estrategia de marketing en el sector turística, debe comunicar efectivamente la realidad del destino ofertado, sin caer en la publicidad engañosa.

2.16.1. Estrategia e-commerce

Para Anzola (2014) la estrategia e-commerce es: “la más eficaz herramienta de información y venta de la oferta turística, que utiliza plataformas comerciales, que brindan información a los turistas sobre información del destino” (p.33).

Al respecto Bravo (2014) sobre el e-commerce menciona que: “permite a los intermediarios y proveedores de servicios turísticos, gestionar directamente la información, oferta del destino así como las reservas para sus servicios” (p.43).

Con lo mencionado por los autores, se puede inferir que, la estrategia de e-commerce, permite llegar con la información de los diferentes destinos turísticos, hacia, segmentos de mercado a nivel mundial, a través de la creación de plataformas digitales, que muestran en tiempo real, las características , precios de una determinada oferta turística, persuadiendo de esta forma a la compra.

Cada vez son más los turistas que utilizan como medio de información el internet, para la elección de un destino turístico, incluso con el uso de teléfonos inteligentes, este tipo de plataformas, se convierten en herramientas útiles, para la comercialización turística, ya que permiten incluso, la realización de paseos virtuales, en los destinos.

2.16.2. Banco de imágenes y network

Guerrero (2014) al respecto menciona que: “las imágenes en la construcción del posicionamiento de un producto o destino turístico y en la transmisión al mercado de sus atributos diferenciadores y de sus ventajas comparativas, juegan un rol importante” (p.83).

Zapata, (2014) afirma que: “la creación de un banco de imágenes fotográfico y fílmico, posibilita la divulgación de las bondades y características de la oferta turística a los diferentes segmentos de mercado” (p.18).

Al respecto con lo mencionado por los autores, se puede inferir que los territorios como parte de una adecuada estrategia de posicionamiento, deben desarrollar un portafolio adecuado de imágenes, y material audiovisual, el mismo que debe ser compartido de forma correcta por los diferentes canales de información formales como una página web institucional y no formales, sean estos redes sociales o correos electrónicos a potenciales clientes.

Además la estrategia en mención, permitirá el desarrollo de estrategias de promoción paralelas, como dípticos, trípticos, postales, calendarios, que pueden representar un ingreso económico adicional para las empresas turísticas.

2.16.3. Investigación y benchmarking

Vanegas (2013) menciona que: “esta estrategia consiste en la investigación periódica de los diferentes mercados con sustento y base para mejorar en el diseño de estrategias de marketing actuales y la toma de decisiones” (p.63).

Según Andrade (2014) “el benchmarking permite conocer a fondo las tendencias del mercado para detectar nuevas oportunidades” (p.28).

Se puede inferir con lo expuesto por los autores que es necesario una correcta investigación del mercado, a fin de conocer sus actuales características, con la finalidad de desarrollar las estrategias comunicativas idóneas, a fin de utilizar correctamente los recursos económicos destinados para este fin.

2.16.4. Catálogo

Sobre la definición de catálogo Obarrio (2017) menciona que: “es la publicación en la que se promocionan una serie de productos y servicios” (p.18).

Paredes (2017) afirma que: “un catálogo es la pieza gráfica, que sirve de herramienta empresarial, para informar a los clientes sobre las características y de los productos y servicios ofertados” (p.87).

Sobre lo expuesto por los autores se puede manifestar que el catalogo en el ámbito turístico, representa una herramienta idónea para comunicar las bondades, características y precios de los bienes y servicios, ofertados, para cubrir las necesidades de ocio de un determinado segmento de mercado.

2.16.5. Folleto

Martínez (2015) sobre el folleto afirma que: “es la pieza grafica impresa, con fines divulgativo o publicitarios, con una extensión no mayor a la de un libro” (p.17).

Según Gásquez (2016) “el folleto es un impreso de extensión corta, que contiene fotografías de productos, así como demostraciones de su funcionamiento, acompañadas de texto y argumentaciones en una secuencia lógica” (p.115).

Con lo expuesto por los autores ase puede inferir que el folleto es un instrumento de promoción y difusión de las características de un determinado bien o servicio, que da a conocer a un mercado meta la oferta de una empresa en particular.

2.16.6. Guía informativa

Okasha (2014) menciona que: “una guía informativa es aquel documento que tiene por objetivo informar aspectos relevantes a un determinado usuario” (p.12).

El autor Buzzard (2016) sobre el concepto de guía informativa menciona que: “es un documento de comunicación destinado a dar información a las personas sobre un tema en particular” (p.115).

Con lo expuesto por los autores, se concluye, que una guía informativa, es un documento de comunicación, destinado a dar asistencia a las personas, permitiendo conocer aspectos relevantes de un tema específico; en el ámbito turístico, esta herramienta de comunicación, proporciona a los turistas detalles sobre una localidad, permitiendo de esta manera conocer sus principales atracciones, tanto naturales como culturales, así como las actividades turísticas que se pueden realizar en el territorio.

2.17. Fundamentación legal

CÓDIGO DE ÉTICA MUNDIAL PARA EL TURISMO

El turismo, factor de desarrollo sostenible

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de Satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.
2. Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y evitar en lo posible la producción de desechos.
3. Se procurará distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio

ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y en la economía local.

4. Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre. Los agentes del desarrollo turístico, y en particular los profesionales del sector, deben admitir que se impongan limitaciones a sus actividades cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables: regiones desérticas, polares o de alta montaña, litorales, selvas tropicales o zonas húmedas, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.
5. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.

2.18. Fundamentación turística

En este sentido se hace referencia a la Constitución de la República del Ecuador. (2008): Capítulo segundo; Biodiversidad y recursos naturales, Sección primera: Naturaleza y ambiente

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

1. El Estado garantizará un modelo sustentable de desarrollo, ambientalmente equilibrado y respetuoso de la diversidad cultural, que conserve la biodiversidad y la capacidad de regeneración natural de los ecosistemas, y asegure la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes y futuras.

2. Las políticas de gestión ambiental se aplicarán de manera transversal y serán de obligatorio cumplimiento por parte del Estado en todos sus niveles y por todas las personas naturales o jurídicas en el territorio nacional.
3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

2.19. Posicionamiento teórico personal

El turismo moderno, por sus características de fenómeno masivo, produce diversos efectos en las comunidades y centros receptores. Tradicionalmente, los investigadores han estudiado la influencia económica del turismo y de la recreación en los diferentes destinos turísticos. Estos estudios tienden a concentrarse en la generación de divisas, la magnitud y características del gasto efectuado por los visitantes, el efecto multiplicador de tales gastos, la capacidad de generar empleos y de contribuir a la reducción de los niveles de desempleo, así como en el papel del turismo como factor de desarrollo regional.

La progresiva degradación, alteración y destrucción de los ecosistemas y atractivos culturales de uso turístico es un hecho innegable. Hasta ahora, una visión totalizadora del ambiente no ha sido considerada por los encargados de la planificación turística. En los proyectos de planificación se observa una visión fragmentaria y parcializada de los componentes que integran el patrimonio turístico del país. No se ha considerado que todos estos elementos están íntimamente interrelacionados y que una transformación o alteración en alguno de ellos se refleja invariablemente en los demás. Las características y el funcionamiento del ambiente dependen de los mecanismos concretos de relación entre los tres subconjuntos (ambiente natural, transformado y sociocultural) que componen el ambiente en su totalidad.

El acelerado crecimiento del turismo en nuestro país ha sido generado principalmente por el afán de captar divisas, crear empleos, maximizar las utilidades y contribuir al desarrollo regional, olvidando o dejando en un nivel secundario las repercusiones negativas y costos ambientales que la actividad trae consigo. Es evidente que si los procesos de degradación y contaminación causados por el turismo no son percibidos y atendidos en su real dimensión, un gran número de ecosistemas y atractivos culturales pueden perder sus características y cualidades originales en detrimento, primero, de su rentabilidad económica, y segundo, afectando irremediablemente el perfil ambiental y cultural del país.

Es responsabilidad del gobierno cuidar que los beneficios que conlleva la actividad turística no signifiquen el deterioro o contaminación ambiental, sino su enriquecimiento. Es así que las autoridades deben tener la voluntad política necesaria para apreciar los atractivos, necesidades e intereses del país y estar atentas a que el turismo mantenga una relación armónica con ellos.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipos de investigación

El desarrollo del presente trabajo está enfocado en el cumplimiento de tres objetivos: diagnosticar la oferta turística actual de la comunidad de Zuleta, donde se identificará el tipo de demanda turística y finalmente elaborar una propuesta de promoción de sus atractivos turísticos.

3.1.1. Investigación Documental

Se consideró bibliografía de varios autores que en sus obras refieren a los temas que sustentarán el desarrollo del trabajo de campo: turismo rural, mercado turístico, oferta, demanda, producto turístico, promoción turística y elementos a considerar en el diseño de una estrategia de promoción turística.

3.1.2. Investigación de campo

Posterior a la revisión de fuentes bibliográficas, se planifico las salidas de campo a la comunidad de Zuleta en donde se desarrolló la investigación de campo, considerando las siguientes fases:

a. Planificación: en esta etapa se revisó el registro de inventario de los atractivos turísticos de la comunidad de Zuleta, para realizar las visitas que facilitaran el acceso a información primaria.

b. Visitas in situ: se realizó visitas a los diferentes atractivos turísticos para hacer intervenciones a los líderes, actores y cumplir con el objetivo específico relacionado a identificar las estrategias de promoción utilizadas y las que se deberán utilizar.

3.1.3. Investigación exploratoria

Este tipo de investigación se empleó en el presente trabajo puesto que no sigue ningún modelo como base de estudio. Al no existir investigaciones previas que contribuyan como punto de partida, se exploró e indagó la información necesaria a partir de la revisión bibliográfica, la cual permitió determinar los factores relevantes de la problemática a investigar.

3.2. Métodos de investigación

3.2.1. Histórico-lógico

Para Pérez, G. (2009):

Lo histórico está relacionado con el estudio de la trayectoria real de los fenómenos y acontecimientos en el de cursar de una etapa o período. Lo lógico se ocupa de investigar las leyes generales del funcionamiento y desarrollo del fenómeno, estudia su esencia. Lo lógico y lo histórico se complementan y vinculan mutuamente. Para poder descubrir las leyes fundamentales de los fenómenos, el método lógico debe basarse en los datos que proporciona el método histórico, de manera que no constituya un simple razonamiento especulativo. De igual modo lo histórico no debe limitarse sólo a la simple descripción de los hechos, sino también debe descubrir la lógica objetiva del desarrollo histórico del objeto de investigación. (p. 62).

Este método teórico se empleó para efectuar la revisión bibliográfica. Está vinculado al conocimiento de las diferentes etapas por las que ha atravesado el turismo y el marketing, así como la evolución y el desarrollo de estas temáticas con el pasar de los años. Sirvió para determinar un panorama general de los contenidos de estudio, desde sus orígenes hasta la actualidad.

3.2.2. Método deductivo- inductivo

“El método deductivo es cuando el científico comienza su trabajo en una teoría y a partir de ella, aplicando razonamientos lógico-deductivos, acaba ampliando precisando o corrigiendo dicha teoría, está utilizando lo que se llama el método deductivo.” Pereda (1987, pág. 41)”

Este método se utilizó en la elaboración del marco teórico y el planteamiento del problema.

“El método inductivo trata de generalizar las conclusiones de carácter universal a partir de la observación de casos particulares.” (F. Bacon)

Este método se utilizó en las conclusiones generales a partir de las apreciaciones particulares, recogidas mediante la observación, y la encuesta sobre la promoción de las potencialidades turísticas de la comunidad de Zuleta el análisis de esta información permitió apreciar varias realidades, las cuales llevaron a plantear una solución al problema expuesto.

3.2.3. Método estadístico- matemático

Para Posso, M. (2013):

Para trata de recopilar los datos de una muestra que se quiera analizar, recoger uno por uno todos los datos, de peso, de edad, de notas escolares, de dinero, de gasto etc. etc. La muestra que se utilice, conocer como se ha recogido, que se ha tenido en cuenta, y después encontrar el valor del intervalo que se va a aplicar, y los datos, como son el recuento, la frecuencia absoluta, relativa las acumuladas etc. y después obtener los datos como la media, la mediana, la desviación media, la típica, la varianza, el índice densimetría y un largo etc. La estadística es una ciencia multidisciplinar que si está convenientemente aplicada sin intereses de ningún tipo puede servir como condicionante a las decisiones de todo tipo para mejorar ciertos aspectos en el ámbito humano. (p. 85).

Este método se aplicó para la presentación de los datos obtenidos en la observación y la encuesta, para la obtención de la muestra, mediante cuadros de datos, gráficos estadísticos y análisis de los mismos.

3.3. Técnicas de investigación

En esta investigación se utilizó dos técnicas de investigación: la observación y la encuesta.

Fichas.- Son herramientas diseñadas para el registro de información de cada atractivo turístico de la comunidad de Zuleta, donde de forma sintética señala las diferentes características: ubicación, clima, tipo de atractivo. etc. Nos permitió obtener información más veraz y objetiva, así mismo identificar el desarrollo del turismo y las estrategias de promoción que se han aplicado.

La encuesta.- Se aplicó a los turistas nacionales e internacionales que visitan la localidad para identificar el perfil del turista y los medios de información a través de los cuales se informaron para llegar a la comunidad de Zuleta.

3.4. Instrumentos de investigación

Para desarrollar las técnicas de investigación se utilizaron los siguientes instrumentos: cuestionario para la encuesta y fichas de los atractivos turísticos.

3.5. Población

Tabla 2: Población de la comunidad de Zuleta

Número de familias	Total pobladores
365	1300

Tabla 3: Turistas que visitan la Comunidad mensualmente

Turistas nacionales	Turistas extranjeros	total
250	50	300

3.5.1. Muestra

Para calcular la muestra de la población de turistas que ingresan a la zona emplearemos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \times P \times Q \times N}{e^2 \times (N - 1) + Z^2 \times P \times Q}$$

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = 1300; 300

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. 1,96

P = Porcentaje de la población que reúne las características de la investigación

Q = Porcentaje de la población que no reúne las características de la investigación

Cálculo de la muestra Habitantes	Cálculo de la muestra de Turistas
$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 \times 0,5 \times 1300}{0,09^2 \times (1300 - 1) + 1,96^2 \times 0,5 \times 0,5}$	$n = \frac{3,84 \times 0,25 \times 300}{0,0081 \times (299) + 3,84 \times 0,25}$
$n = \frac{3,84 \times 0,25 \times 1300}{0,0081 \times (1299) + 3,84 \times 0,25}$	$n = \frac{288}{2,42 + 0,96}$
$n = \frac{1248}{10,52 + 0,96}$	$n = \frac{288}{3,38}$
$n = \frac{1248}{11,48}$	$n = 85,2$
$n = 108,7$	$n = 85$
$n = 109$	

3.6. Esquema de propuesta

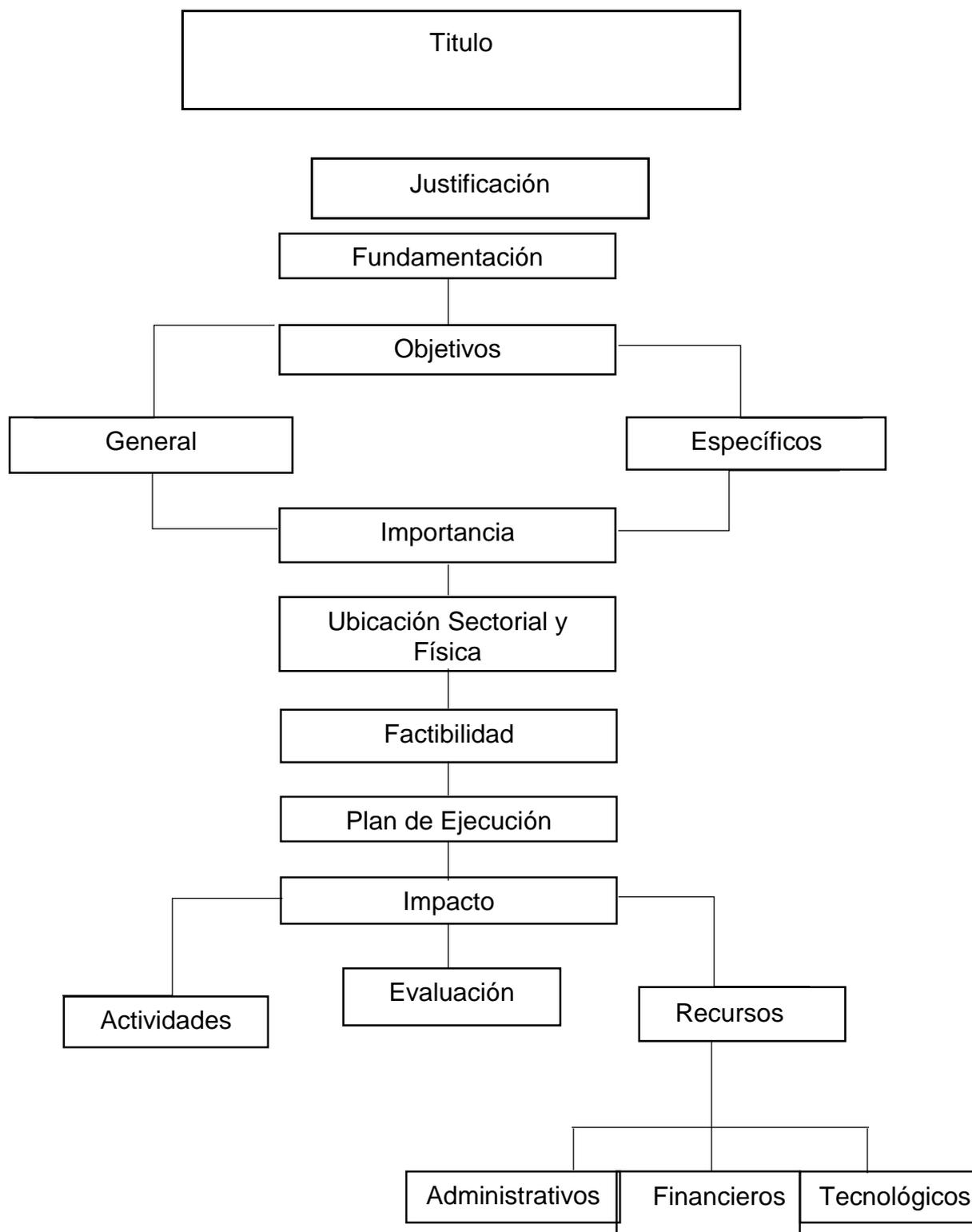


Gráfico 1: Esquema de la Propuesta
Fuente: Elaboración propia

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación

En este capítulo se muestran los resultados de la investigación, los cuales fueron obtenidos mediante la aplicación de los instrumentos de recolección de información como fueron: las encuestas para los habitantes de la comunidad de Zuleta y turistas nacionales e internacionales.

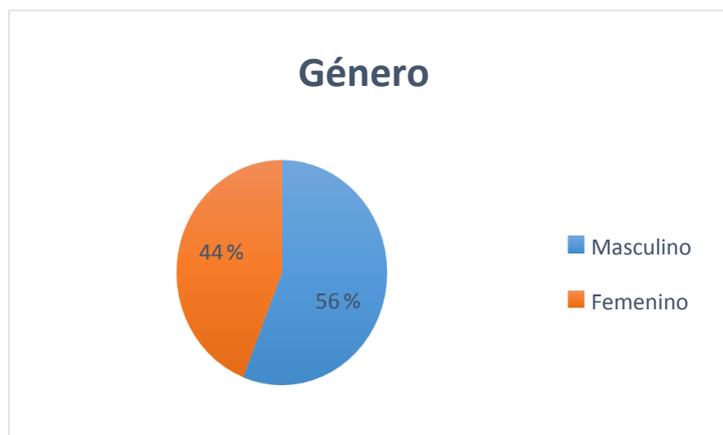
Los datos obtenidos son objeto de tabulación mediante el programa informático Excel, para efectos de elaboración de gráficos estadísticos que reflejen los resultados obtenidos que posteriormente serán analizados e interpretados a fin de encontrar las respuestas a las interrogantes de investigación.

4.2. Instrumento uno: Encuesta dirigida a turistas Nacionales e Internacionales

1. Datos informativos

1.1. Género

Gráfico 2: Género

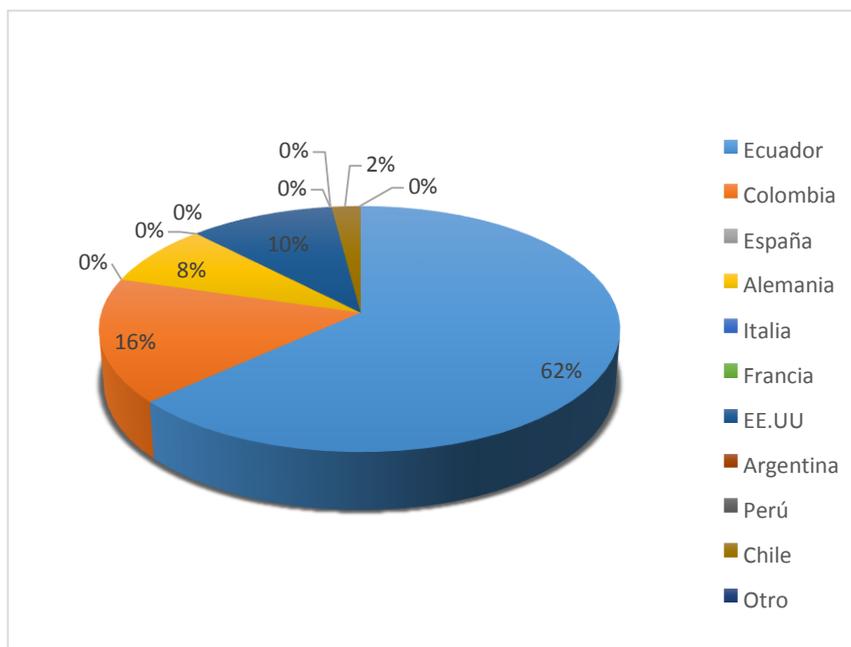


Fuente: **Elaboración propia.**

La información obtenida de los turistas nacionales e internacionales que visitan la comunidad de Zuleta, evidenció que no existió una marcada diferencia en cuanto al género de los encuestados, donde el total de hombres y mujeres tienen un valor similar.

1.2. País de procedencia

Gráfico 3: País de procedencia



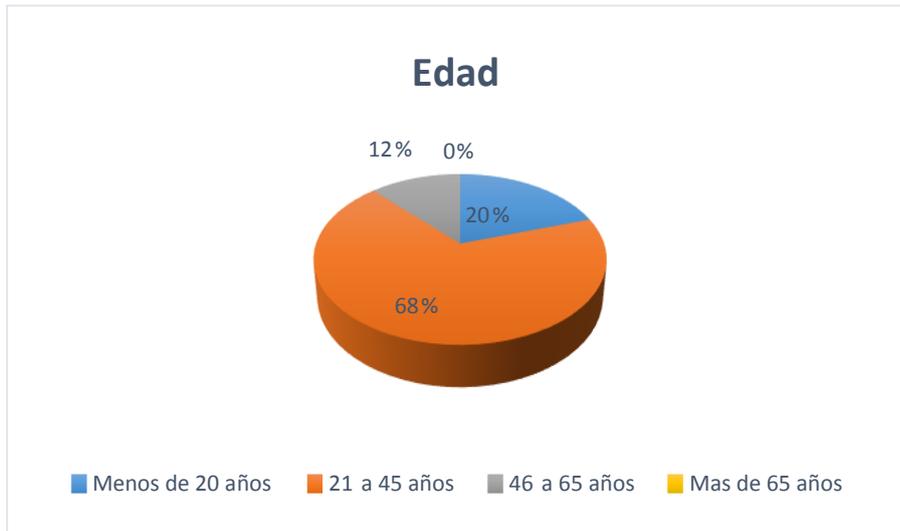
País de Procedencia

Fuente: Elaboración propia.

Según los datos recolectados se estableció que la mayor cantidad de turistas de procedencia Ecuatoriana los cuales visitan la comunidad de Zuleta que desean conocer pequeños rincones país, en menor medida cuanto a los turistas internacionales están los provenientes de Colombia siendo un país vecino más cercano, en una menor escala tenemos a EE.UU, y finalmente otros visitantes pertenecientes a países como Alemania y Chile, que sin duda tienen interés de conocer nuevas culturas, ideologías y costumbres.

1.3. Edad

Gráfico 4: Edad

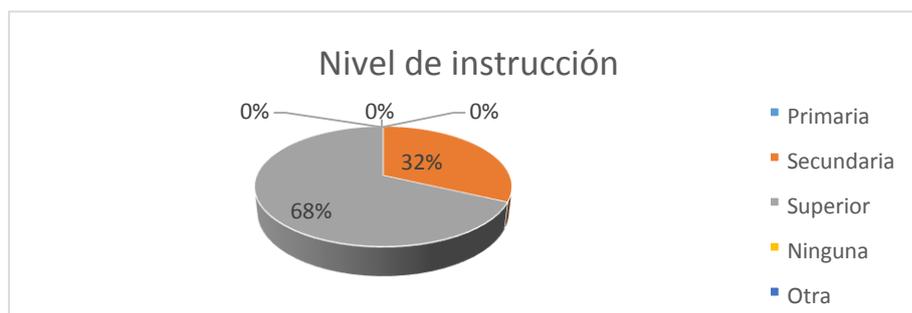


Fuente: **Elaboración propia.**

Se demostró que con un porcentaje mayor, a turistas jóvenes y adultos de 21 a 45 años los que realizan su visita a la comunidad, seguido de un porcentaje representan personas menos de 20 años siendo turistas jóvenes adolescentes que denotan gran interés, iniciativa, espíritu de aprender y conocer nuevos lugares, y con un bajo porcentaje encontramos a las personas adultas mayores de 46 a 65 años que también hacen notar su presencia de realizar turismo y llevarse experiencias únicas de la comunidad de Zuleta.

1.4. Nivel de instrucción

Gráfico 5: Nivel de instrucción

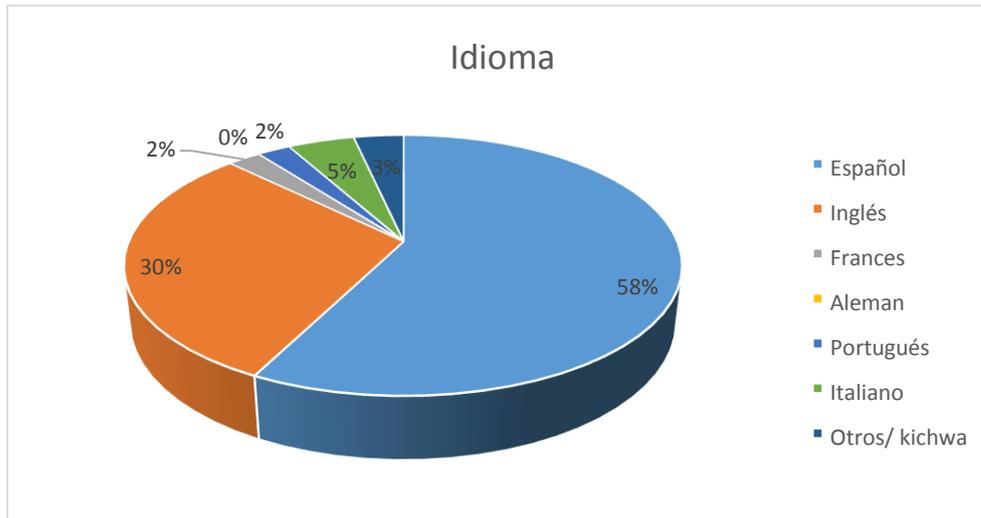


Fuente: Elaboración propia.

En lo que concierne al nivel de instrucción de los turistas, la mayoría de ellos han realizado estudios superiores, mientras que otros ha cursado estudios secundarios, es importante concluir que los visitantes son profesionales, por lo tanto su preparación exige mejor calidad en los productos y servicios que desean adquirir en su estancia dentro de la comunidad.

1.5. Idiomas que domina

Gráfico 6: Idiomas que domina



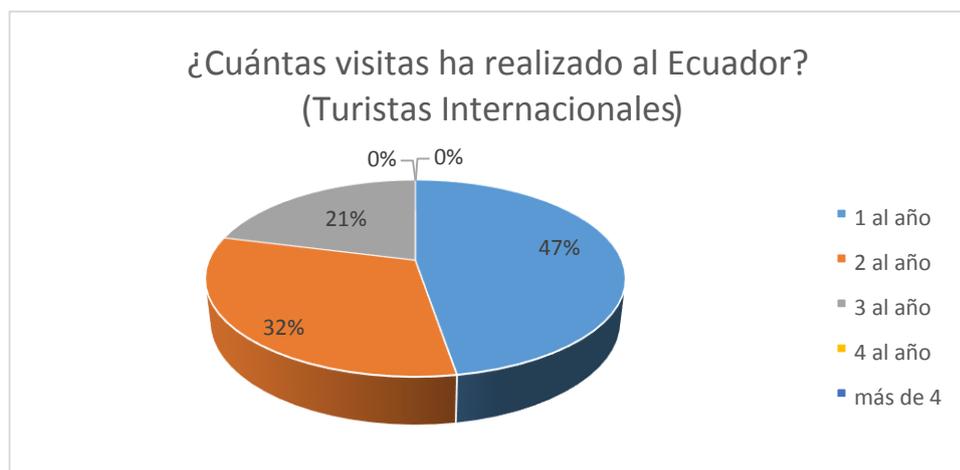
Fuente: **Elaboración propia.**

Los turistas nacionales e internacionales involucrados en la investigación en su mayoría son monolingüismos, su uso habitual es de una sola lengua que es el español, algunos son bilingüismos, usan dos lenguas distintas en la convivencia con la comunidad como es el inglés y español, de allí con menos porcentaje existen personas políglotas dominantes de varios idiomas, lo cual confirma que no solo son turistas nacionales sino internacionales los que están inclinados en conocer la comunidad de Zuleta.

2. Motivaciones de viaje

2.1 ¿Cuántas visitas ha realizado al Ecuador? (Turistas Internacionales)

Gráfico 7: Visitas realizadas al Ecuador



Fuente: **Elaboración propia.**

La mayoría de turistas internacionales han visitado el país, únicamente una vez al año, por lo que se puede considerar que es una actividad frecuente, sin embargo también realizan su visita dos veces al año, y con un menor porcentaje visitan tres veces al año. Es por ello que la oferta existente no es tan atractiva que la mayoría de turistas no deciden volver a visitar los distintos espacios, principalmente para el turismo que se ha convertido en el principal mercado que tiene nuestro país.

2.2 ¿Cuántas visitas ha realizado a la comunidad de Zuleta?

Gráfico 8: Visitas a la comunidad de Zuleta

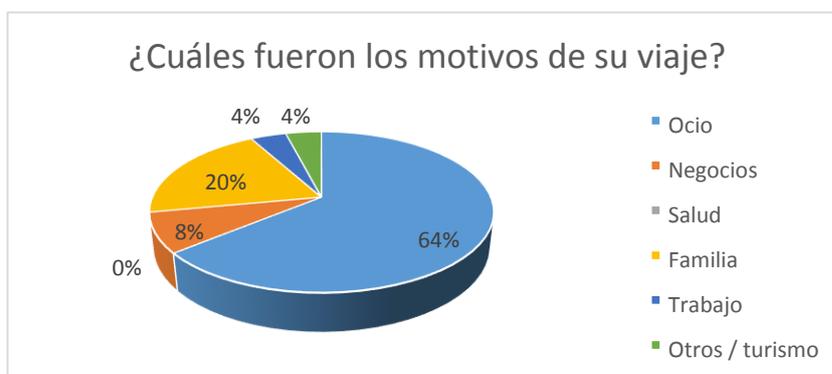


Fuente: **Elaboración propia.**

Los datos analizados indican que los turistas nacionales e internacionales visitan la comunidad tres veces al año, seguido su porcentaje visitan dos veces al año y un porcentaje bajo sostuvo que visita una vez al año. Por lo tanto, es fácil precisar que los turistas que más ocasiones visitan la comunidad, son aquellos que residen en ciudades cercanas a este destino. Esto permite propiciar el desarrollo del turismo interno con desplazamientos constantes y permanentes.

2.3 ¿Cuáles fueron los motivos de su viaje?

Gráfico 9: Motivos de viaje



Fuente: **elaboración propia.**

En su mayoría, los turistas manifiestan que el motivo principal de su permanencia en Zuleta es por ocio, mientras que otro porcentaje concluyó que es por visita a familiares, un porcentaje reducido exclamó que su estancia en la comunidad es por negocios y un mínimo porcentaje dijo que es por salud y trabajo. Se puede apreciar que la distracción es la principal razón que hace que los turistas opten por llegar a la comunidad, en este caso se debe trabajar continuamente en la innovación y la competitividad de la oferta para que llegue a cumplir con lo esperado por cada visitante.

2.4 ¿Por qué medio Ud. se informó de la comunidad de Zuleta?

Gráfico 10: Medios de comunicación audiovisual



Fuente: **Elaboración propia.**

Los encuestados sostienen que el internet es el medio más utilizado para obtener referencias de posibles destinos a visitar, seguido por la información brindada por medios televisivos sobre la oferta turística de la comunidad y se debe destacar mucho más ya que Zuleta es uno de los mejores lugares para residir hacer turismo.

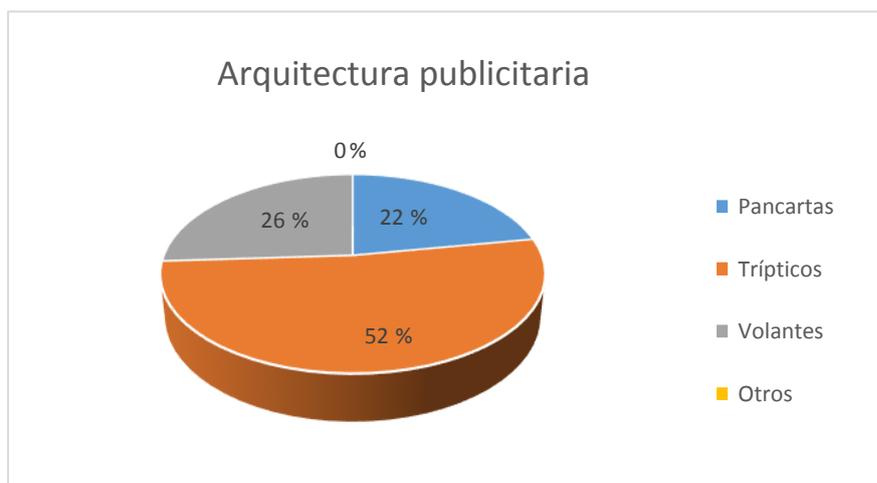
Gráfico 11: Medios de comunicación escrita



Fuente: **Elaboración propia.**

Algunos turistas consideraron que se informaron de la comunidad por la prensa, mientras que un porcentaje reducido lo hizo por medio de la revista. Cabe recalcar que los empresarios deben trabajar más en el empleo de medios de comunicación escrita para mejorar la promoción y difusión de la oferta turística cantonal.

Gráfico 12: Arquitectura publicitaria



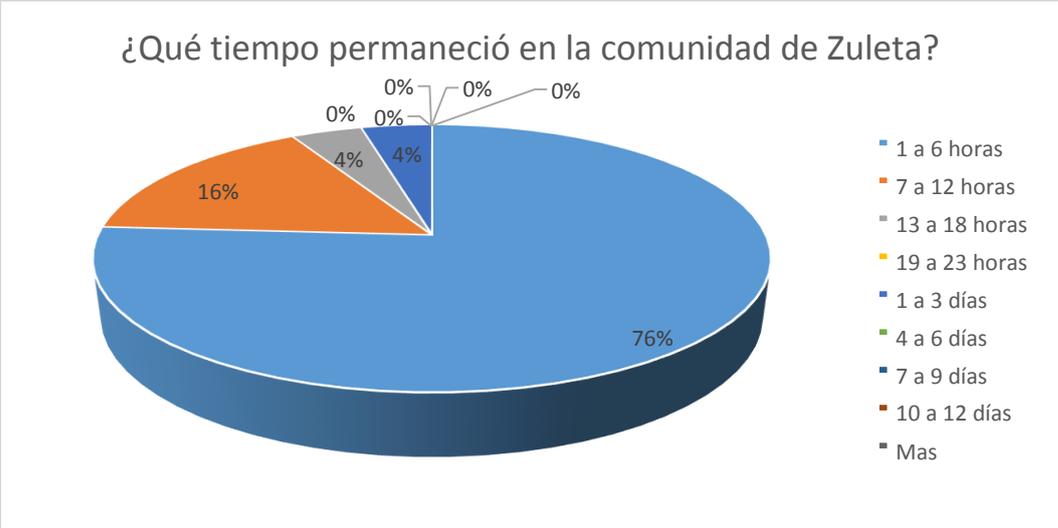
Fuente: **Elaboración propia.**

De igual manera, un porcentaje menor de turistas consideraron que se informaron mediante trípticos por vallas publicitarias y volantes. Entonces, la información brindada por estos medios debe tener más realce de información de todos sus atractivos turísticos para obtener mayor demanda turística y mejorar el nivel socio económico en la comunidad de Zuleta.

3. Nivel de consumo en la comunidad de Zuleta

3.1. ¿Qué tiempo permaneció en la comunidad de Zuleta?

Gráfico 13: Tiempo de permanencia

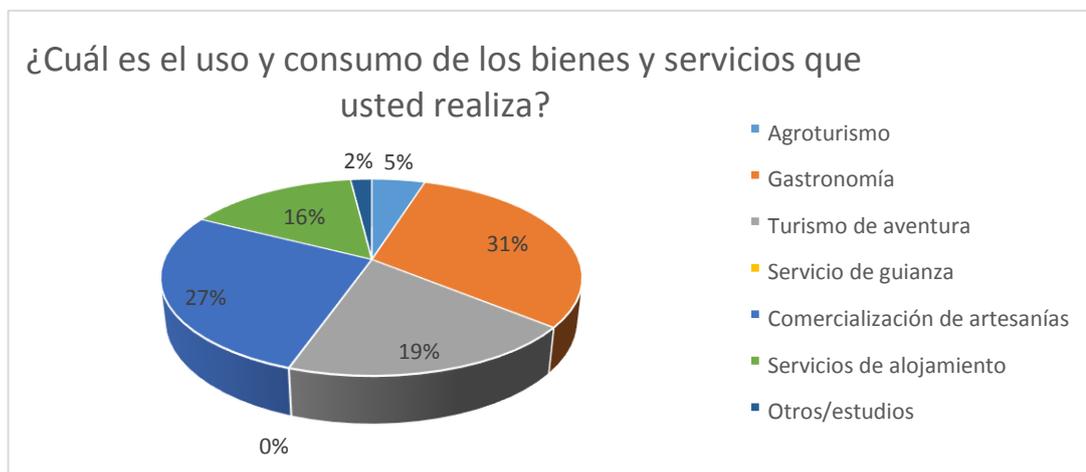


Fuente: Elaboración propia.

Con certeza se puede concluir que, a la comunidad de Zuleta, los turistas llegan por contadas horas lo toman como un destino de paso, donde su mayoría no decide pernoctar y si lo hace no supera en el mayor de los casos de 1 a 3 días. Se debe trabajar constantemente en lograr que los visitantes permanezcan mayor cantidad de tiempo en la comunidad y que consuman la variada oferta que está a su disposición, mejorando así la rentabilidad empresarial.

3.2. ¿Cuál es el uso y consumo de los bienes y servicios que usted realiza?

Gráfico 14: Uso y consumo de los bienes y servicios

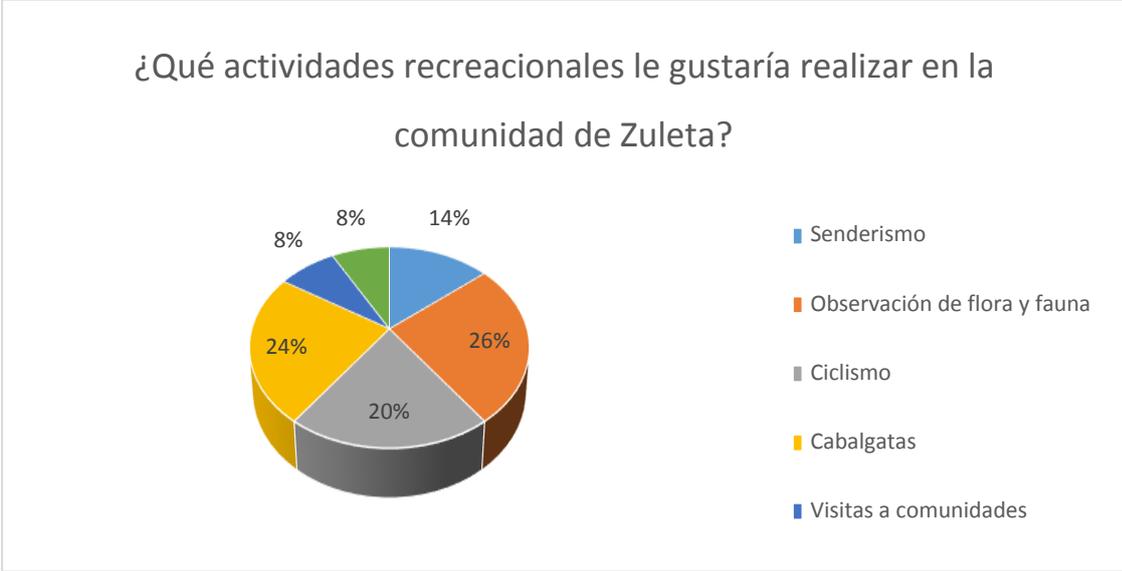


Fuente: **Elaboración propia.**

De los bienes y servicios ofertados en la comunidad de Zuleta, un número máximo se inclinó por la gastronomía ya que hoy en día la “ruta del Cordero” es el principal interés que despierta en los turistas, un menor porcentaje hace el consumo de la comercialización de artesanías y bordados, teniendo una consecuencia realizan turismo de aventura principalmente los jóvenes, y algunos turistas se hospedan en algún establecimiento de la comunidad. No obstante, el resto de la oferta turística también despierta el interés entre los visitantes aunque en menor porcentaje, en este sentido es indispensable trabajar más en el marketing empresarial, promocionando y difundiendo masivamente los establecimientos con menor preferencia por los turistas. De esta manera se conseguirá un dinamismo equitativo entre todos los componentes de la oferta.

3.3. ¿Qué actividades recreacionales le gustaría realizar en la comunidad de Zuleta?

Gráfico 15: Actividades que le gustaría realizar



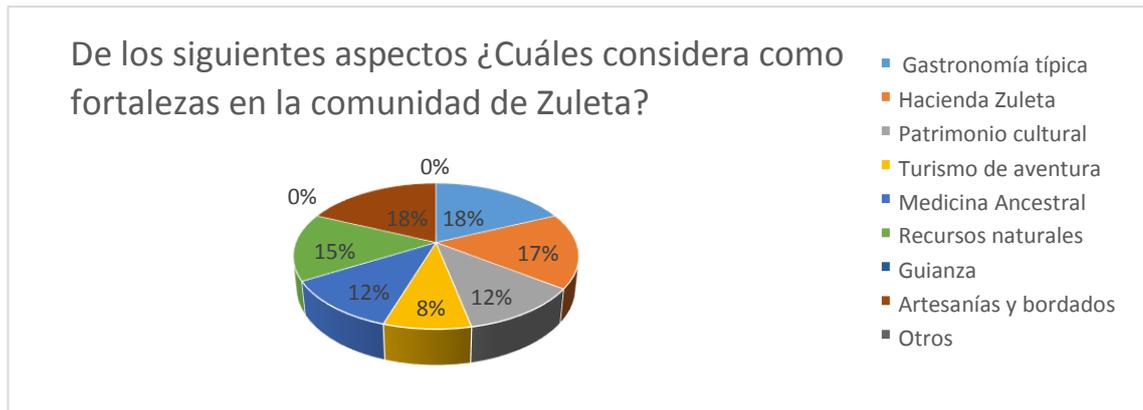
Fuente: **Elaboración propia.**

Cabe destacar que el turista tiene mayor interés por la naturaleza, conocer los parajes de relajación aire puro y una gran variedad de flora y fauna que nos ofrece la comunidad, complementándolo con la realización de turismo comunitario y algunas actividades recreacionales como: caminatas, cabalgatas, ciclismo, etc.

4. Fortalezas de la comunidad de Zuleta

4.1. De los siguientes aspectos ¿Cuáles considera como fortalezas en la comunidad de Zuleta?

Gráfico 16: Fortalezas de la comunidad de Zuleta

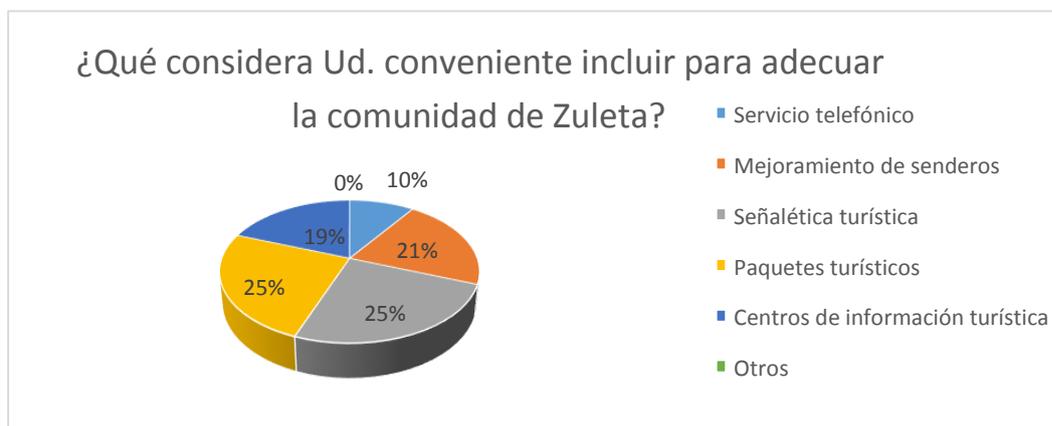


Fuente: **Elaboración propia.**

Los resultados obtenidos con un porcentaje igualitario sostuvieron como fortalezas de la comunidad la gastronomía típica, las artesanías y bordados, complementándolo con la hacienda Zuleta como hospedaje, seguido considera fortaleza a los recursos naturales, la medicina ancestral, el patrimonio cultural, y finalmente el turismo de aventura que tiene su prestigio y es un aspecto positivo para realzar el turismo.

4.2. ¿Qué considera Ud. conveniente incluir para adecuar la comunidad de Zuleta?

Gráfico 17: Conveniente incluir en la comunidad de Zuleta



Fuente: **Elaboración propia.**

Los turistas manifestaron que sería conveniente una buena señalética ya que para llegar a distintos lugares no existe y por ende el visitante llega a perderse, de igual manera la realización de paquetes turísticos para que tengan un mejor servicio en su estadía dentro de la comunidad, también mencionaron que habría d mejorar los senderos y crear un centro de información turística con buenos servicios telefónicos para que el visitante pueda ayudarse de algún problema existente.

Definitivamente se debe realizar adecuaciones, cambios, e incorporaciones dentro de la oferta turística como para que las actividades inmersas en ella se gestionen de forma eficaz y le den un grado de competitividad elevado, con oportunidades de éxito en el futuro. El plan de marketing, sin duda alguna, será el indicado como punto de partida para conseguir los anteriores propósitos.

5. ¿Le gustaría realizar turismo comunitario en Zuleta?

Gráfico 18: Turismo comunitario



Fuente: Elaboración propia.

Los turistas que visitan la comunidad, evidentemente son aquellos admiradores de la naturaleza, que prefieren los espacios abiertos para distraerse y desarrollar actividades diferenciadas, vivir sus propias experiencias. Zuleta por su ubicación es privilegiado en el clima y la exuberante flora y fauna que le caracteriza, en este sentido es una fortaleza que se debe aprovechar responsablemente para la realización de turismo comunitario.

6. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en una experiencia turística en la comunidad de Zuleta?

Gráfico 19: Cuanto está dispuesto a gastar



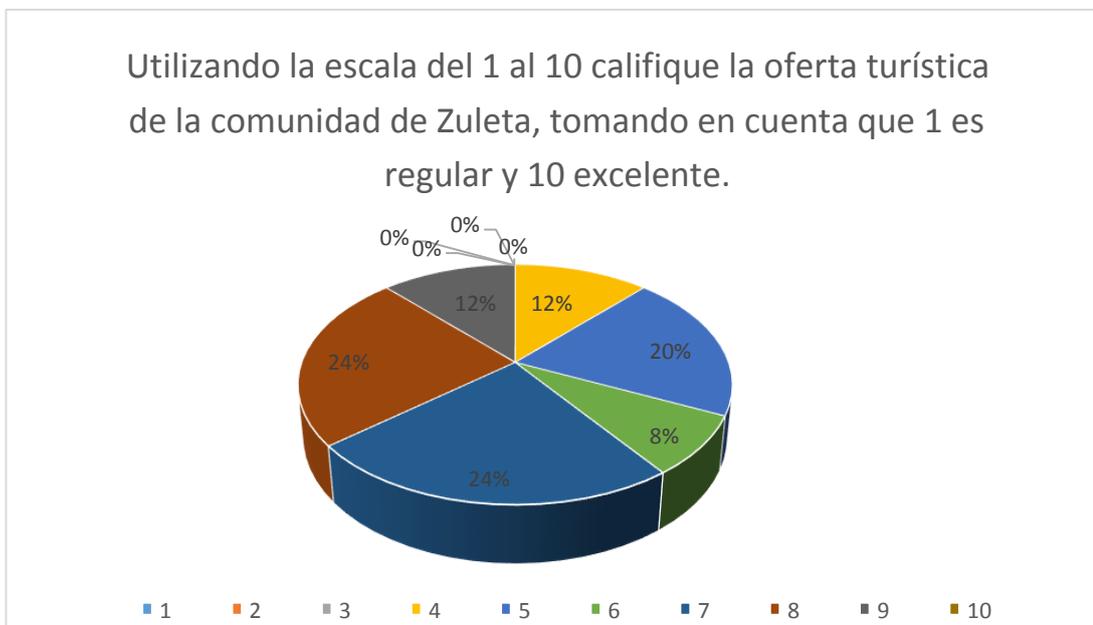
Fuente: **Elaboración propia.**

Un porcentaje de los turistas encuestados mencionaron que están dispuestos a gastar un promedio de 60 a 100 dólares, por otra parte mantuvieron que gastarían un promedio de 101 a 150 dólares, un bajo porcentaje sostuvo que pagaría entre 151 a 200 dólares, y con un mínimo porcentaje concluyeron que pagarían más de 200 dólares.

Lo importante es incentivar el gasto del turista bajo la premisa "menos turistas, más consumo". Las empresas son más rentables cuanto más gasta el turista en ellas, y no precisamente por afluencia en número de clientes, sino por su nivel de gasto.

7. Utilizando la escala del 1 al 10 califique la oferta turística de la comunidad de Zuleta, tomando en cuenta que 1 es regular y 10 excelente.

Gráfico 20: Calificación de la oferta turística



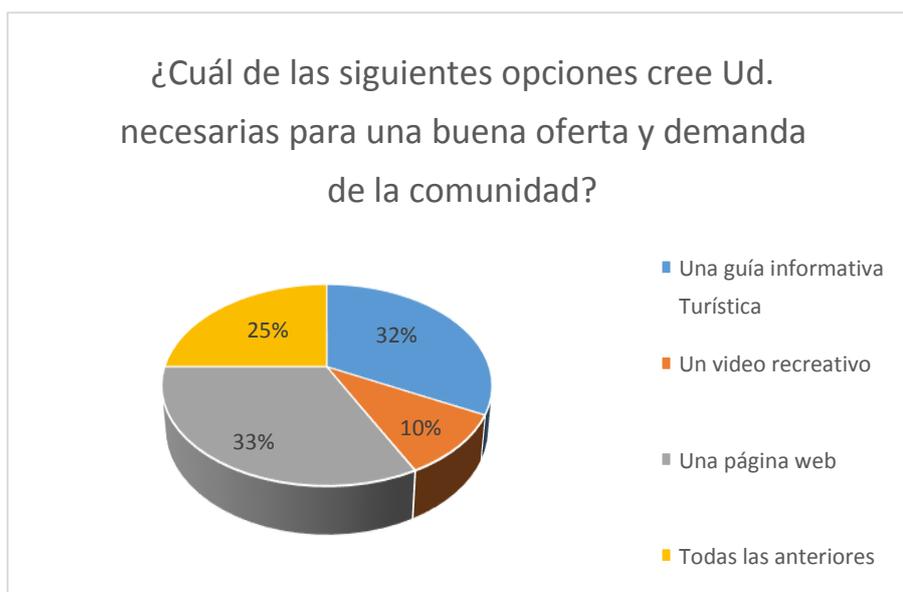
Fuente: **Elaboración propia.**

Se puede determinar que existen diversos criterios en cuanto a oferta de la comunidad, en decir los turistas tienen apreciaciones distintas en cuanto a este punto. Siempre se debe incorporar actualizaciones que permitan cumplir a cabalidad con la oferta requerida por los turistas.

8. Propuesta

8.1. ¿Cuál de las siguientes opciones cree Ud. necesarias para una buena oferta y demanda de la comunidad? (puede marcar más de una opción)

Gráfico 21: Propuesta



Fuente: **Elaboración propia.**

Para una buena oferta y demanda con un porcentaje mayor tienen la prioridad de la realización de una página web que brinde toda su oferta, seguido la realización de una guía promocional turística el cual también les serviría como un aporte para su conocimiento, también optar por un video recreativo de la comunidad, pero vale recalcar que tuvieron la potestad de elegir todas las opciones, lo que estos datos nos han permitido saber que realmente todas las opciones son de mayor interés para el turista, ya que se ven en la necesidad de contar con más fuentes de información sobre la comunidad.

9. ¿Recomendaría visitar la comunidad de Zuleta?

Gráfico 22: Recomendaría visitar la comunidad de Zuleta



Fuente: Elaboración propia.

Según los resultados obtenidos, la totalidad de los encuestados manifiestan que si recomendarían visitar la comunidad de Zuleta, ya que si llena las expectativas del turista, puesto que se debe realizar mejoras en infraestructura y fortalecer la oferta de todos sus atractivos turísticos naturales y culturales, para obtener un número más elevado de turistas nacionales e internacionales.

10. ¿Regresaría Ud. a la comunidad de Zuleta?

Gráfico 23: Regresaría Ud. A la comunidad de Zuleta



Fuente: Elaboración propia.

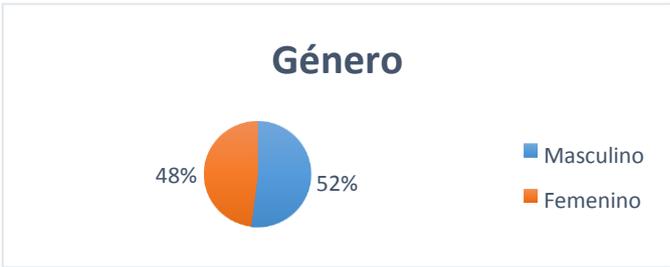
Se estableció mediante las encuestas, que los turistas si regresarían a la comunidad de Zuleta, estos son buenos resultados ya que el turista cumplió con todas sus expectativas durante su estadía, al disfrutar de algunos de los atractivos turísticos, de manera que siente el interés de seguir conociendo sus hermosos parajes paisajísticos y su excelente servicio brindado por la comunidad.

4.3. Encuesta dirigida a los habitantes de la comunidad de Zuleta

1. Datos informativos:

1.1. Genero

Gráfico 23: Género



Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo a la información obtenida, un porcentaje aproximadamente igualitario, puesto que en la comunidad de Zuleta no existe una marcada diferencia en cuanto al género, don el valor total de hombres y mujeres tienen un valor similar.

1.2. Edad

Gráfico 24: Edad

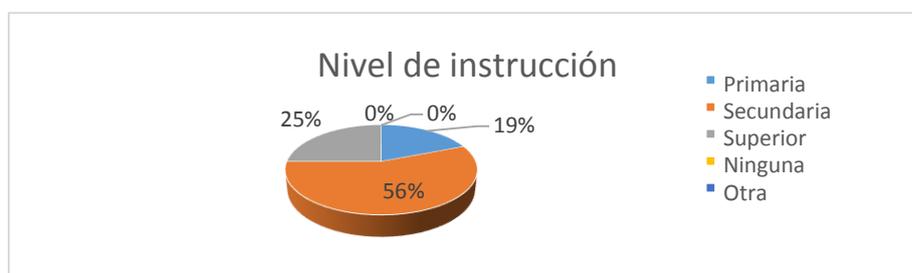


Fuente: Elaboración propia.

En cuanto a la edad de los habitantes de la comunidad, se distingue que se encuentran personas entre los 21 a 45 años, seguido lo representan personas jóvenes menos de 20 años, y un número mínimo personas de 46 a 65 años. La operación turística en la comunidad existen jóvenes y adultos, aunque no se evidencia gran experiencia, su iniciativa y espíritu emprendedor les llevará a alcanzar la madurez, y nuevas oportunidades de progresar en el futuro.

1.3. Nivel de instrucción

Gráfico 25: Nivel de instrucción

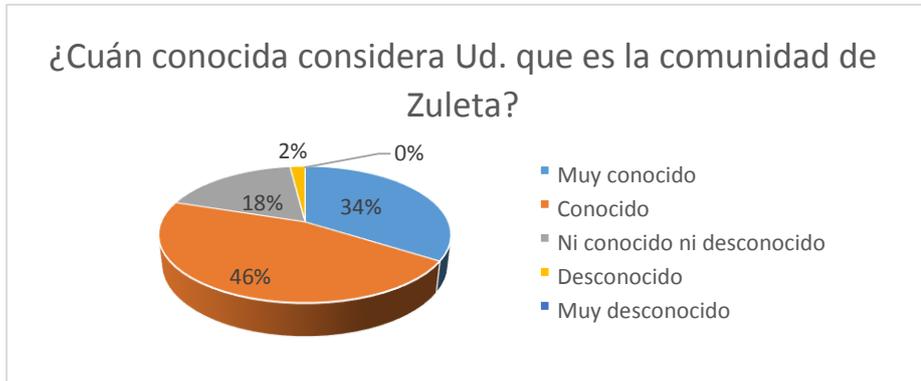


Fuente: Elaboración propia.

Se pudo reflexionar, que los niveles educativos son la mayoría estudiantes de secundaria por lo tanto su preparación exige un poco de mejoras ya que con excelentes profesionales la comunidad tendría un buen nivel y menos analfabetismo.

2. ¿Cuán conocida considera Ud. que es la comunidad de Zuleta?

Gráfico 26: Cuán conocida es la comunidad de Zuleta

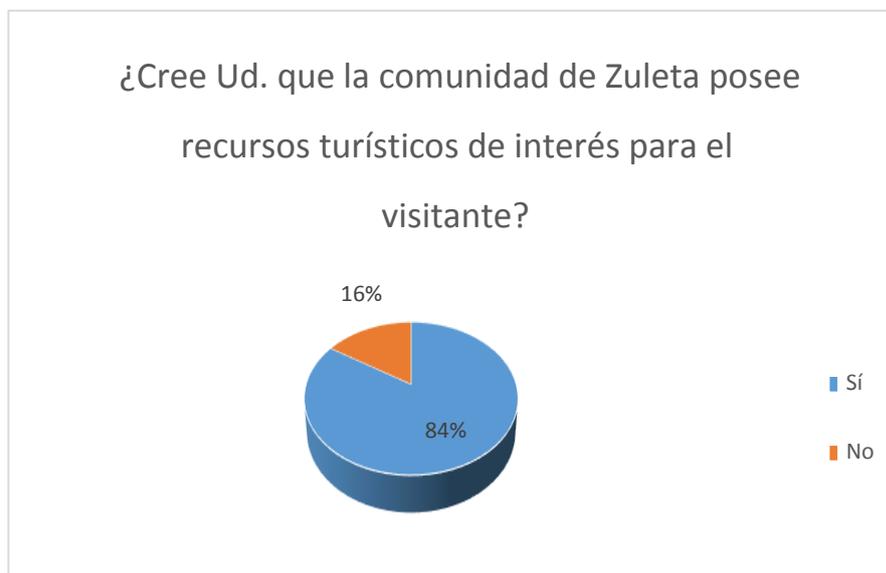


Fuente: Elaboración propia.

Los habitantes de la comunidad de Zuleta, manifestaron que es conocido, pero algunos concluyeron que es muy conocida, y con un mínimo porcentaje se consideró que es ni conocido ni desconocido, entonces podemos determinar que es un lugar conocido por los turistas pero no existe la promoción adecuada de los atractivos turísticos y actividades que se pueden realizar, esto hace un que la comunidad tenga una baja demanda turística.

3. ¿Cree Ud. que la comunidad de Zuleta posee recursos turísticos de interés para el visitante?

Gráfico 27: Recursos turísticos

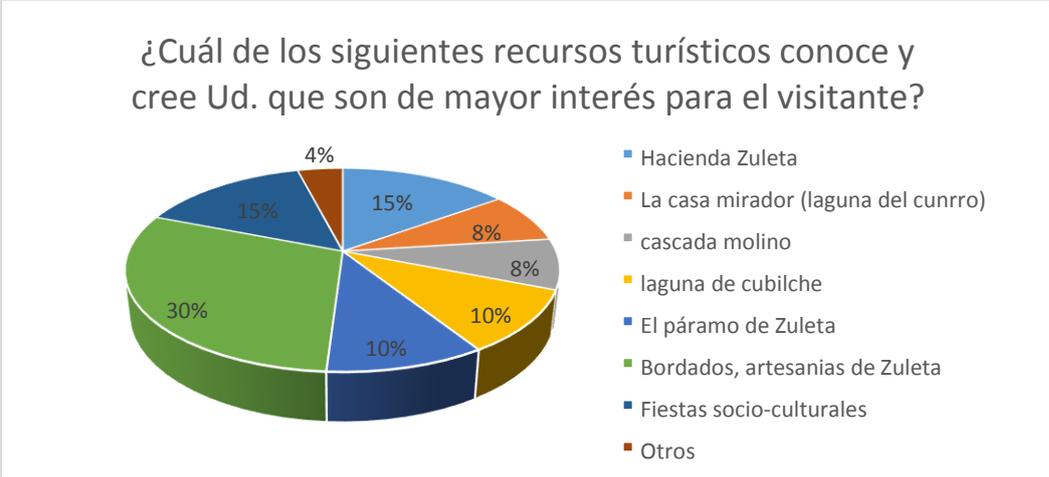


Fuente: Elaboración propia.

Se pudo establecer que la comunidad de Zuleta tiene recursos turísticos de gran interés para el visitante donde puede disfrutar, convivir y experimentar de todos los atractivos turísticos que ofrece como: realizar turismo comunitario donde puede conocer sus costumbres, vivencias, arte utilitario, bordados, servicios de hospedaje, turismo de aventura entre otros.

4. ¿Cuál de los siguientes atractivos turísticos conoce y cree Ud. que son de mayor interés para el visitante?

Gráfico 28: Recursos turísticos de interés por el visitante

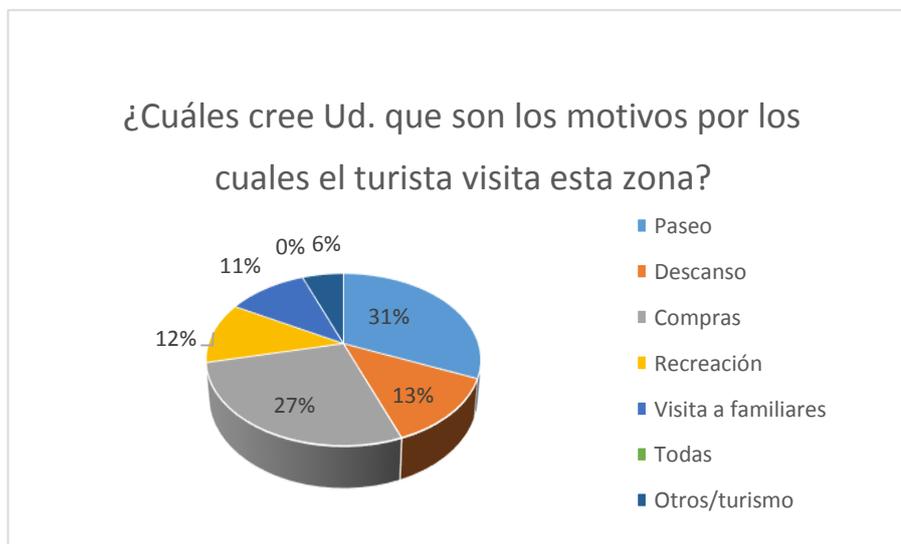


Fuente: Elaboración propia.

De los siguientes recursos turísticos de mayor interés para el visitante es la compra de los bordados de Zuleta, igualmente, como un lugar de descanso, los turistas toman la iniciativa de hospedarse en la hacienda Zuleta y realizar caminatas al páramo, donde pueden disfrutar de un arduo confort, y también otro interés por lo que el turista visita la comunidad es para disfrutar de sus fiestas socio-culturales. No obstante, el resto de la oferta turística también despierta el interés entre los visitantes aunque en menor porcentaje, en este sentido es indispensable trabajar más en el marketing empresarial, promocionando y difundiendo masivamente los establecimientos con menor preferencia por los turistas. De esta manera se conseguirá un dinamismo equitativo entre todos los componentes de la oferta.

5. ¿Cuáles cree Ud. que son los motivos por los cuales el turista visita esta zona?

Gráfico 29: Motivos de visita

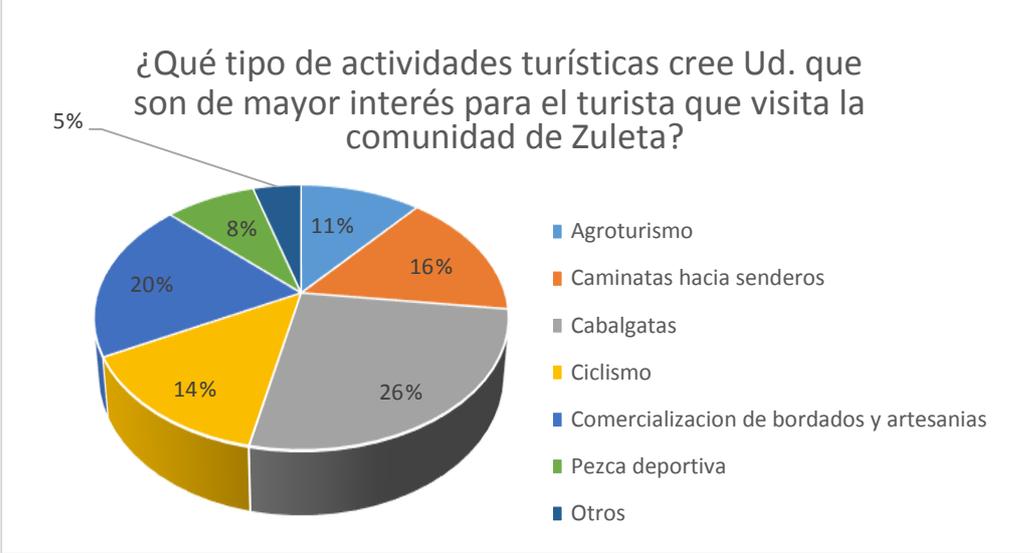


Fuente: Elaboración propia.

Los habitantes de la comunidad creen los motivos por los cuales el turista realiza su visita es por paseo (ocio), también concluyeron que es por compras de bordados, Un porcentaje reducido exclamó que su estancia es por recreación y visitas a familiares y un mínimo dijo que es por otros motivos como turismo. Se puede apreciar que la distracción es la principal razón que hace que los turistas opten por llegar a la comunidad, en este caso se debe trabajar continuamente en la innovación y la competitividad de la oferta para que llegue a cumplir con lo esperado por cada visitante.

6. ¿Qué tipo de actividades turísticas cree Ud. que son de mayor interés para el turista que visita la comunidad de Zuleta? (Señale una más opciones)

Gráfico 30: Actividades turísticas de mayor interés para el turista

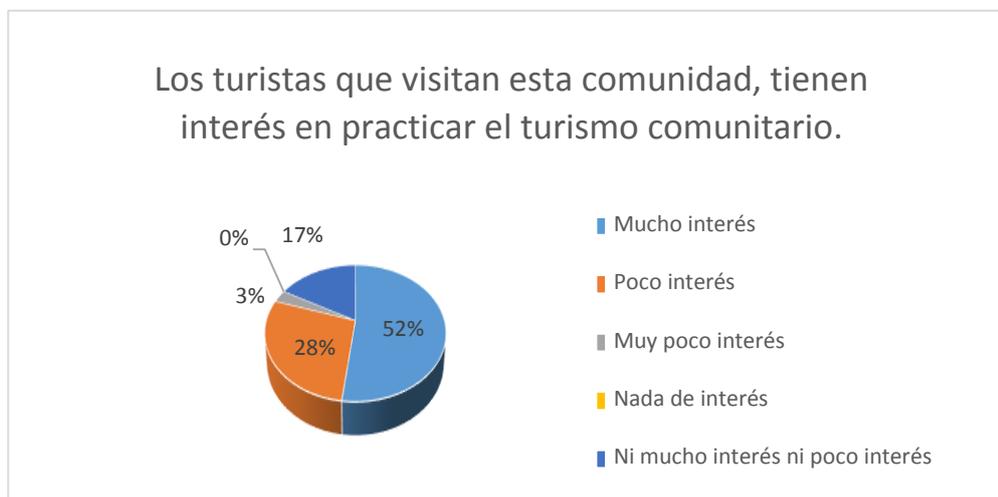


Fuente: **Elaboración propia.**

Las actividades que son de mayor interés para el visitante, es el paseo en caballo (cabalgata), seguido por la comercialización de bordado y artesanías, sin embargo también existe interés de realizar caminatas hacia senderos, ciclismo y pesca de deportiva. Podemos contrastar que las otras actividades turísticas también despierta el interés entre los visitantes aunque en menor porcentaje. Por eso, es indispensable trabajar más en el marketing empresarial, promocionando y difundiendo los atractivos de menor preferencia por los turistas, de esta manera se conseguirá un dinamismo equitativo entre todos los componentes de la oferta.

7. Los turistas que visitan esta comunidad, tienen interés en practicar el turismo comunitario.

Gráfico 31: Interés en practicar el turismo comunitario



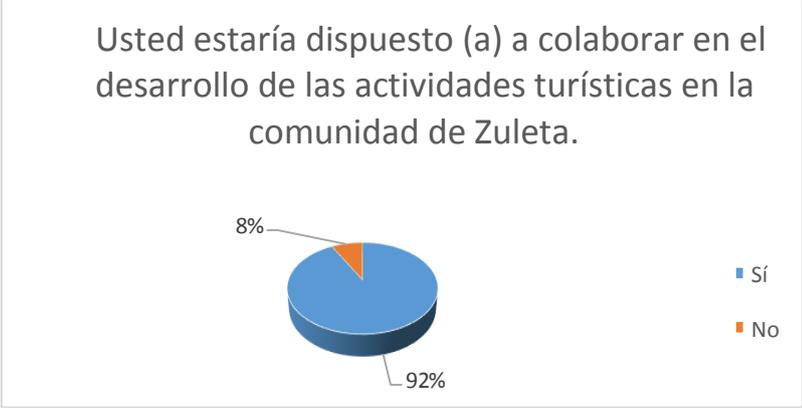
Fuente: Elaboración propia.

Dentro del parámetro del interés en practicar turismo comunitario, los habitantes mencionaron que tienen mucho interés en realizar esta actividad, seguido su porcentaje se inclinaron en que tienen poco interés en realizarlo, y un menor quienes estimaron que tienen ni mucho ni poco interés, lo cual se puede determinar que existen criterios varios en cuanto al interés en practicar el turismo comunitario, es decir los turistas tienen apreciaciones distintas en cuanto a este punto.

Siempre se debe incorporar actualizaciones que permitan que esta actividad cumpla a cabalidad y sea promocionada para que un 100% de los turistas tengan conocimiento ya que hoy en día la práctica del turismo comunitario brinda la esperanza de una mejor calidad de vida a nivel familiar y comunitario, conservando los recursos naturales y revalorizando la cultura de las comunidades.

8. Usted estaría dispuesto (a) a colaborar en el desarrollo de las actividades turísticas en la comunidad de Zuleta.

Gráfico 32: Colaborar en las actividades de la comunidad

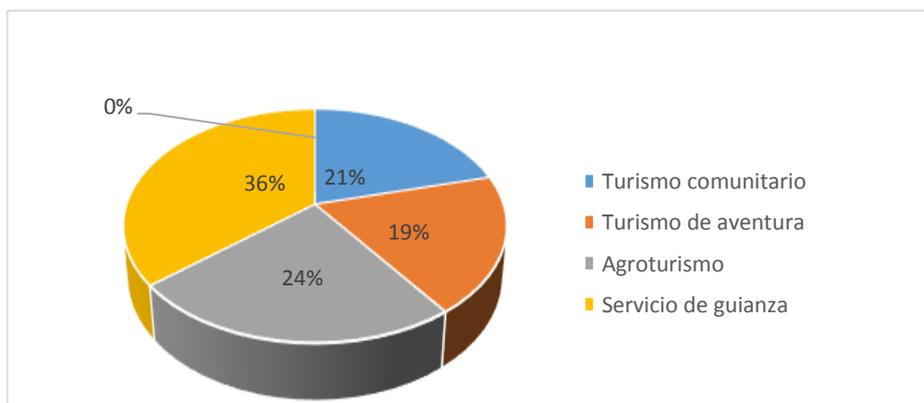


Fuente: Elaboración propia.

Los encuestados argumentaron que están dispuestos a colaborar en el desarrollo de las actividades turísticas de la comunidad. Podemos evidenciar que es de mucha importancia la colaboración de los habitantes hacia la comunidad, debido a que, podrán brindar un mejor producto, servicio de calidad y los turistas tengan el interés de seguir visitando la comunidad de Zuleta.

9. En qué actividades le gustaría colaborar.

Gráfico 32: Actividades que le gustaría colaborar

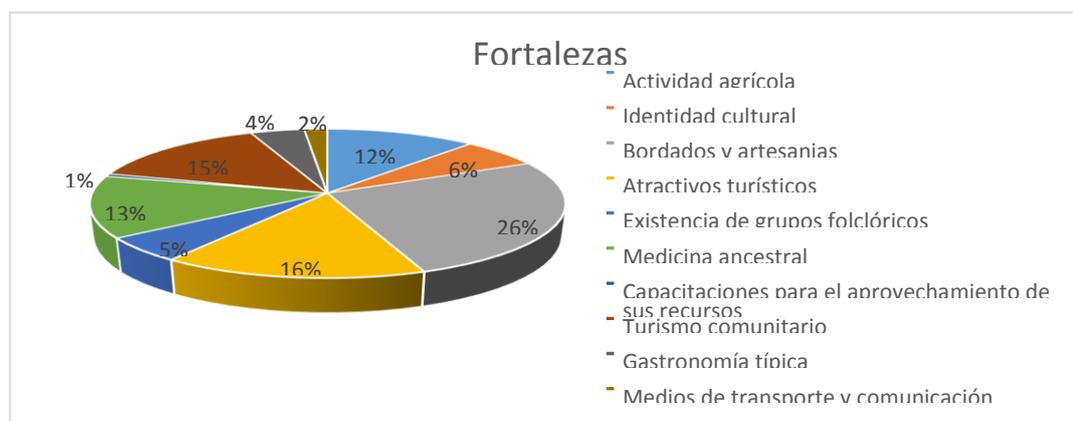


Fuente: **Elaboración propia.**

Los habitantes de la comunidad de Zuleta, manifestaron que le gustaría colaborar en servicio de guianza, lo cual es muy escaso y de mucho interés para el turista, pero a la vez concluyeron que les gustaría contribuir en agroturismo, de igual forma consideraron que les gusta el convivir con la comunidad, realizar turismo comunitario y turismo de aventura, lo cual se puede observar que no existe una buena oferta de estos atractivos.

10. Fortalezas y debilidades de la comunidad de Zuleta

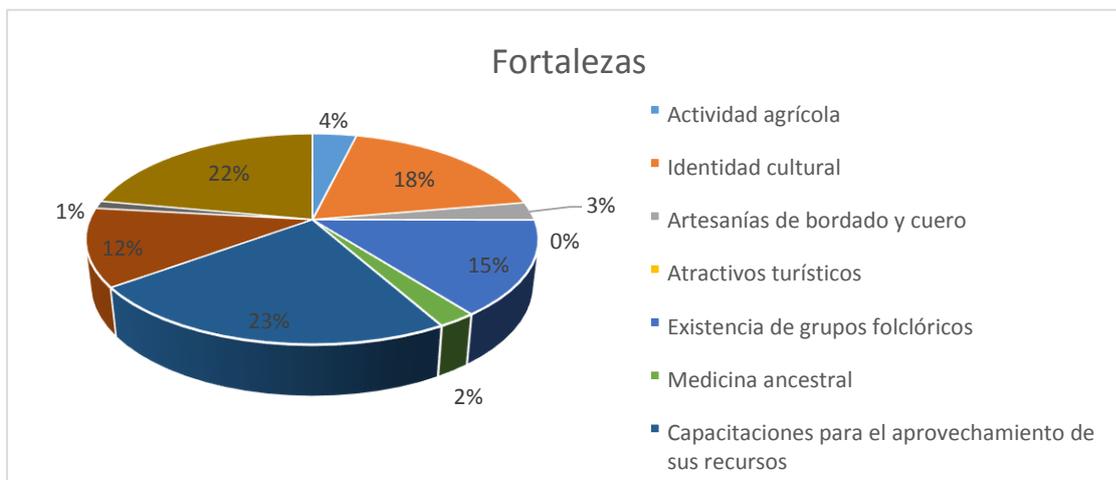
Gráfico 33: Fortalezas



Fuente: **Elaboración propia.**

Los turistas que visitan el cantón, evidentemente son aquellos que les gusta conocer el arte de los comuneros, sus riquezas de cultura, costumbres, tradiciones, gastronomía, medicina ancestral, siendo positivo. De igual manera, el resto de atractivos también despiertan el interés aunque en menor porcentaje, lo cual es indispensable realizar estrategias de marketing para obtener más equidad entre todos los componentes que la conforman.

Gráfico 34: Debilidades

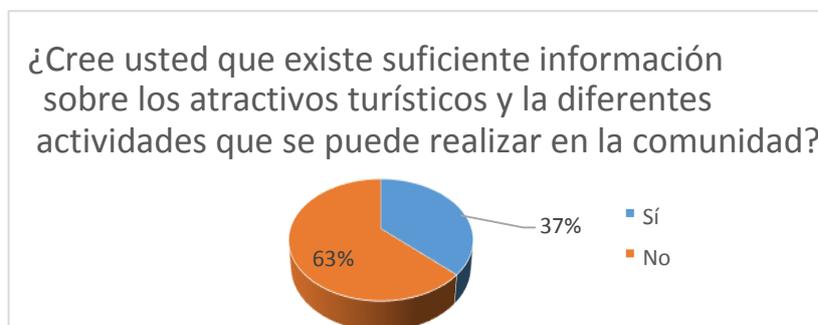


Fuente: **Elaboración propia.**

Lo cual con el resultado obtenido se ve que existe una gran preocupación por los habitantes, lo cual no existen capacitaciones para el buen aprovechamiento de los recursos turísticos de la comunidad lo cual es necesario tomar en cuenta este punto y fomentar con las autoridades para fomentar un proyecto que permita la enseñanza y preparación para todos los interesados en saber más sobre la comunidad de Zuleta y tener en ella personas con altos conocimientos que brinden a todos los turista un buen turismo de calidad.

11. Cree usted que existe suficiente información sobre los atractivos turísticos y las diferentes actividades que se puede realizar en la comunidad.

Gráfico 35: Atractivos y actividades turísticas

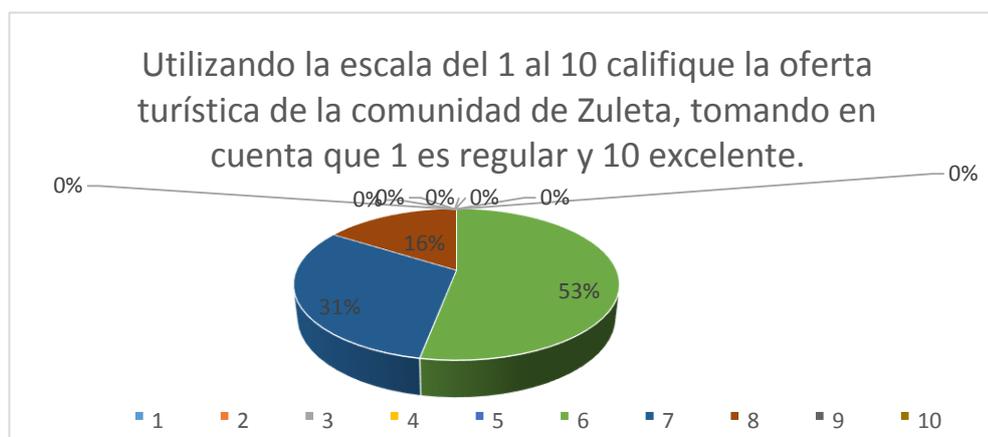


Fuente: **Elaboración propia.**

Podemos decir que si existe información turística pero no es puesta en oferta adecuadamente, y es de mucho interés tener un buen proceso de estrategias de marketing en el cual podamos ofertar a la comunidad de Zuleta y realizar el turismo a nivel nacional e internacional.

12. Utilizando la escala del 1 al 10 califique la oferta turística de la comunidad de Zuleta, tomando en cuenta que 1 es regular y 10 excelente.

Gráfico 36: Calificación de la oferta turística

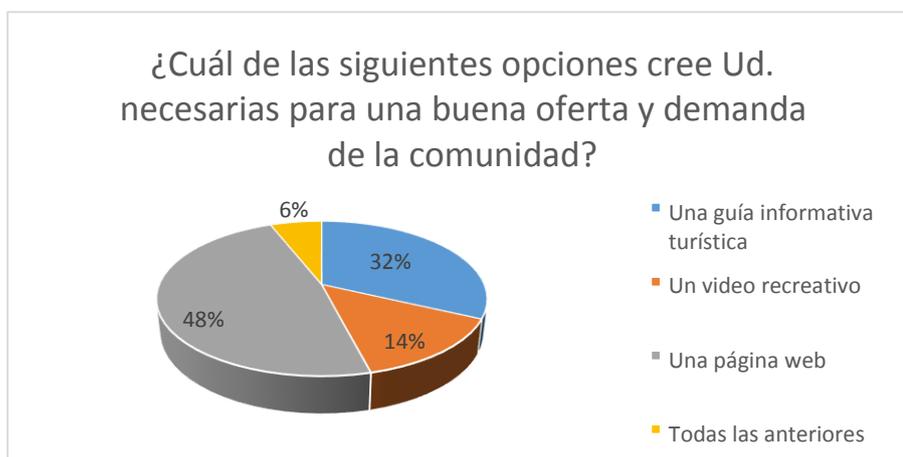


Fuente: **Elaboración propia.**

Definitivamente se debe realizar adecuaciones, cambios, e incorporaciones dentro de la oferta turística como para que las actividades inmersas en ella se gestionen de forma eficaz y le den un grado de competitividad elevado, con oportunidades de éxito en el futuro. El plan de marketing sin duda será el indicado como punto de partida para conseguir los anteriores propósitos.

13. ¿Cuál de las siguientes opciones cree Ud. necesarias para una buena oferta y demanda de la comunidad? (puede marcar más de una opción)

Gráfico 37: Propuesta



Fuente: Elaboración propia.

Según los encuestados para una oferta y demanda adecuada, es pertinente priorizar el levantamiento de una página web, seguido de la realización de una guía informativa turística, y otro porcentaje se inclinó en el video recreativo, pero vale recalcar que también tuvieron la potestad de elegir todas las opciones. Estos datos nos han permitido saber que realmente todas las opciones son de mayor interés para el turista, ya que se ven en la necesidad de contar con más fuentes de información que realce el número de visitas para así obtener mejores oportunidades e ingresos para los habitantes y la comunidad sea reconocida mucho más por turistas nacionales e internacionales.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

En presente trabajo de investigación, se encuentra mencionados los diferentes atractivos naturales y culturales identificados como los más importantes y de gran interés para ser promocionados y promover el turismo local, regional, nacional e internacional. Teniendo como propósito, brindar y garantizar una gran multiplicidad y variada de oferta turística para todos los visitantes, de manera que incremente el desarrollo socio-económico de los habitantes de la comunidad

Mediante el diagnóstico de la situación actual en la comunidad de Zuleta, se identificó que es un lugar que posee un alto potencial turístico natural y cultural. Sin embargo las estrategias- técnicas de promoción no son aplicadas correctamente, es decir su oferta se centra solo en varios atractivos, excluyendo a los demás, por esta razón se requiere promocionar de forma igualitaria sus atractivos turísticos para obtener un turismo bien organizado.

Se determinó el segmento de mercado, y se evidencio que tanto hombres y mujeres realizan su visita a la comunidad, siendo turistas nacionales, y en una menor cantidad, turistas Internacionales. Por lo tanto, se debe emplear nuevas estrategias de marketing, para elevar la demanda turística en la comunidad.

Una vez analizados los resultados obtenidos mediante en las encuestas realizadas, se determinó la importancia de realizar el diseño de una guía informativa y una página web que abarque y promocioe todos los atractivos naturales y culturales, con la visión de fortalecerse como producto dentro del mercado turístico.

5.2. Recomendaciones

- Ofertar de manera correcta todos sus atractivos tanto naturales y culturales, sin hacer de menos a ninguno, para realzar el mercado turístico y beneficiar a todos los habitantes de la comunidad.
- Generar interés por parte del Ministerio de Turismo y asociaciones para que se promueva capacitaciones en la comunidad de Zuleta, con el fin de fortalecerla en el ámbito turístico para que sus costumbres y tradiciones sean las generadoras de un desarrollo socio económico, así mismo poder brindar a todos los turistas un producto de calidad para obtener una mayor demanda turística.
- Que los moradores de la comunidad sientan el interés de ser partícipes en todos los proyectos de mayor realce y expongan al público todas sus habilidades haciéndose reconocer a nivel mundial, beneficiando a la comunidad.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Presentación

El contenido de este capítulo presenta la propuesta de una guía informativa y una página web para ofertar todos sus atractivos naturales y culturales, con el propósito de mejorar e incrementar las afluencias de turistas nacionales e internacionales hacia la comunidad de Zuleta.

Esta propuesta constituye un aporte de la investigación efectuada en la comunidad de Zuleta, los objetivos que se pretende alcanzar son con el fin de obtener resultados que beneficien a la comunidad, presentando de forma impresa y digital, la guía informativa y la página web, donde se incluirá toda la información de los atractivos turísticos naturales y culturales, recalcando lo más importante de una forma muy entendible, donde en turista podrá visualizar y comprender, de manera que, sienta el interés de visitar la comunidad y permita incrementar una mayor demanda turística.

6.2. Título de la propuesta

Propuesta para el diseño de una guía informativa y una página web, para incrementar el desarrollo turístico en la comunidad de Zuleta.

6.3. Antecedentes

El desarrollo turístico en la comunidad de Zuleta ha llevado a realizar un estudio investigativo con el objetivo de identificar cuál es su oferta y demanda ya que es un lugar muy importante y con altas expectativas dentro del turismo, por la variedad de atractivos turísticos; naturales, culturales - ancestral - historia y en general por todo lo que conforma y la representa para que en un futuro cercano sea considerado como uno de los lugares más visitados por turistas nacionales y extranjeros.

Es así, que para elaborar la propuesta de la guía informativa y la página web para el desarrollo turístico en la comunidad de Zuleta, será una manera de difundir a toda la comunidad en general y a los turistas todo lo que posee este hermoso lugar dando a conocer las potencialidades turísticas (costumbres, identidad, forma de vida, arte, historia y gastronomía) para que incentiven la afluencia del turismo nacional y extranjero al sector, dándole nuevas formas de obtener ingresos económicos que ayuden a mejorar la calidad de vida de la población, sin desplazar las actividades actuales a las que se dedica la gente de la comunidad y enriqueciendo su conciencia socio-cultural al reafirmar la revalorización de su cultura y sus recursos naturales.

6.4. Justificación e importancia

Para el país

La principal importancia económica de la guía de promoción turística y la página web, es contribuir a que el turismo nacional se vuelva una fuente de ingresos atractivos para nuestro país, ya que brinda todas las posibilidades para desarrollar diferentes modalidades del turismo y con su evolución ha permitido que todos participen de manera directa e indirectamente obteniendo beneficios socio – económicos para su gente y el país en general.

Para la comunidad de Zuleta

Con el desarrollo de la propuesta la comunidad podrá tener una ventaja competitiva con respecto a la competencia, convirtiéndose así, en el futuro como una alternativa selectiva para los turistas, a la vez pueden aplicar estrategias de promoción para ofrecer servicios de calidad, contribuyendo con el crecimiento de turistas nacionales e internacionales.

Para el turista

Con la aplicación de la guía promocional turística y la página web, el turista podrá informarse de la ubicación de los diferentes atractivos turísticos,

también de los servicios que ofrecen, promociones , paquetes turísticos y precios competitivos que estén al alcance de la economía de todos los turistas.

6.5. Fundamentación teórica

6.5.1. Fundamentación turística

La comunidad de Zuleta, es conocido por sus atractivos naturales y culturales, con la presente propuesta se pretende hacer que la comercialización de la oferta turística sea organizada y exitosa, donde los empresarios tanto públicos como privados, realicen una adecuada gestión mediante la aplicación de programas, proyectos y actividades que a la par consoliden y desarrollen la captación de nuevos clientes, los mismos que al terminar su estadía, cumplan con sus expectativas, y no solo decidan volver; sino que recomienden este sector.

6.5.2. Fundamentación educativa

Dentro del área educativa, la presente propuesta contribuirá significativamente como información base para que todos los turistas y población en general, tengan presente que la comunidad de Zuleta cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos y a su vez conocer que tipos de actividades turísticas puede realizar, adaptándolos a la realidad de esta maravillosa comunidad.

6.5.3. Fundamentación socio-cultural

El presente trabajo, al direccionar estratégicamente la comercialización de la oferta turística, incentivará a la ejecución de nuevos emprendimientos dentro de este campo, de igual forma consolidará la participación de las culturas que habitan en esta comunidad, y finalmente se incrementarán las fuentes de empleo, de esta manera la calidad de vida de la población será digna con altos componentes de calidad.

6.6. Objetivos

6.6.1 Objetivo general

- Diseño de una guía informativa y una página web para ofertar todos sus atractivos naturales y culturales de la Comunidad de Zuleta, para incrementar la demanda turística.

6.6.2. Objetivos específicos

- Recopilar información a incluir en la guía informativa y la página web, a través de la revisión de fuentes de internet especializadas y actualizadas.
- Realizar fotos y videos de los atractivos turísticos de la comunidad.
- Diseñar la página web y la guía de promoción turística.
- Difundir a todos los habitantes y turistas esta herramienta, para un mejor desarrollo turístico de la comunidad de Zuleta.

6.7. Ubicación sectorial y física

La propuesta se desarrollará dentro del campo turístico, en todos los sectores y espacios físicos que componen la comunidad de Zuleta, perteneciente al cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

6.7.1. Diagnóstico situacional

La comunidad de Zuleta está ubicada en la parte sur oriental de la provincia de Imbabura administrativamente forma parte de la parroquia Angochagua, del Cantón Ibarra. Experimenta un clima templado todo el año. Las temperaturas oscilan entre 18°C y 20°C durante el día con humedad baja. Las noches tienden a ser frías.

6.8. Desarrollo de la propuesta

La propuesta consta el diseño de una guía informativa y una página web para ofertar todos sus atractivos turísticos, presentes en la comunidad de Zuleta, a continuación se describe la misma:

La guía informativa turística será elaborada de tamaño A5, con el tipo de letra Mont-Heavy (San Serif / palo seco), de multicolores, con interlineado de 1.0 para el texto y los márgenes serán de 1.27 cm los cuatro lados.

El papel a emplear será Cuché grueso para la portada y contraportada y Cuché delgado para las hojas que contengan la información.

6.8.1. Creación de una frase o eslogan

Se analizó todas las características de la comunidad de Zuleta: las palabras que más simbolizan a la comunidad como: paisajes hermosos, paraíso, bordados a mano únicos, gastronomía deliciosa, etc. A todas estas frases, lo conjugamos con la palabra ENCANTO, además es un pedazo de tierra visitada por turistas nacionales y extranjeros que aman aprender sobre un país a través de su gente amable y trabajadora, conocer el legado de sus antepasados donde la historia y la cultura se mezclan. El bordado a mano la gastronomía y la práctica agrícola hacen de este rincón un lugar maravilloso para visitar, a todo esto lo nombramos INTERCULTURALIDAD, por el hecho que los turistas internacionales se familiaricen con la frase:

“ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL”

6.8.2. Creación de un logotipo

Creamos un logotipo como identificación de la comunidad de Zuleta para diferenciarlo, la utilización en la revista, pagina web, y las diferentes redes sociales.

Gráfico 38: Logotipo



Fuente: Elaboración propia.

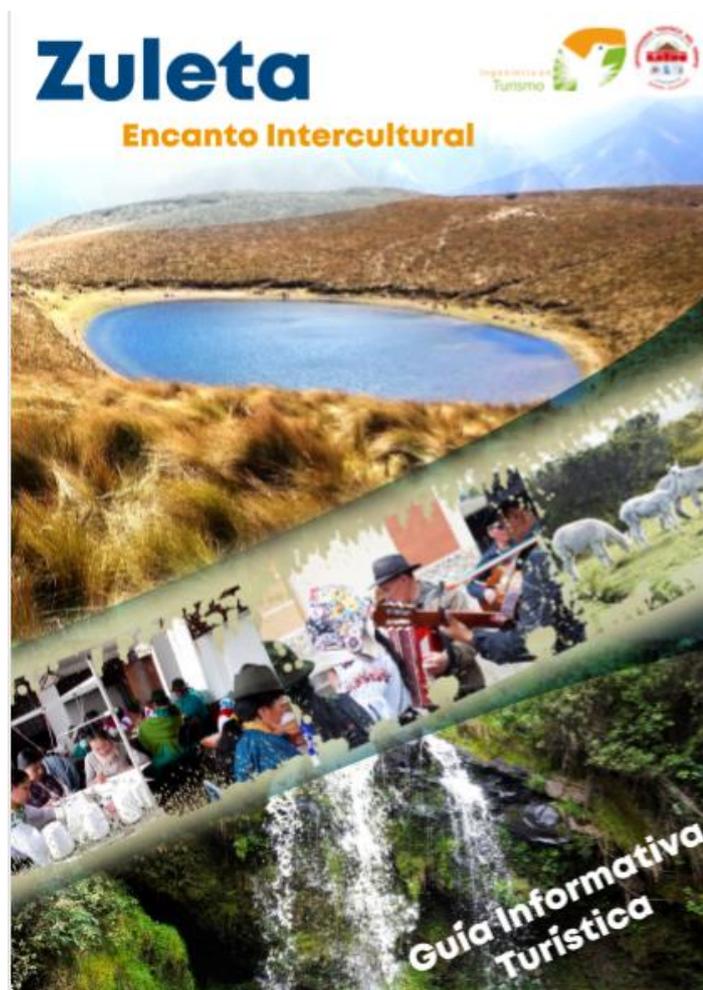
El logotipo simboliza a la comunidad, a través de una silueta de figura femenina que es la fuerza laboral siempre joven de las mujeres de esta raza, está cubierto por la intensa luz del taita Inti (el dios sol), es un símbolo de gratitud por toda la cosecha obtenida en sus montañas cafés y verdosas dominantes de una maravillosa flora y fauna. Las flores representa la fertilidad de la tierra florecida que es el motivo principal de los bordados de Zuleta y los colores llamativos de la frase personifica el arcoíris y sus finos hilos, con los que bordan hermosos diseños en prendas.

6.8.3. GUÍA INFORMATIVA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE ZULETA

6.8.3.1. Página de portada

La elaboración de la portada se realizó mediante una selección de imágenes propias, resaltando sus hermosos paisajes naturales como: la laguna del Cubilche y la cascada el Molino, sus manifestaciones culturales como las fiestas de San Juan, y el arte utilitario como: los bordados a mano.

Gráfico 39: Portada



Fuente: Elaboración propia.

6.8.3.2. Contraportada

Está compuesta con una tonalidad de color azul que mantiene relación con el título de la guía y las imágenes, lleva dos logos: el primero que fue creado resaltando el nombre ZULETA, y el segundo de la “Universidad Técnica del Norte”, también los diferentes contactos siendo de mucha importancia, para cualquier información más profunda, en caso de que el turista lo necesite, y por ultimo imágenes representativas de la comunidad.

Gráfico 40: Contraportada



Fuente: Elaboración propia.

6.8.3.3. Índice de contenidos y desarrollo de la guía informativa turística

Comprende un listado del contenido que se tratará en la guía informativa turística, donde se visualizará cada tema con su correspondiente número de página, y en el pie de página el logotipo y su eslogan.

Gráfico 41: Páginas 2 – 3



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 42: Páginas 4 – 5



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 43: Páginas 6 – 7

UBICACIÓN

La Comuna Zuleta está ubicada en la parte sur oriental de la provincia de Imbabura. Administrativamente forma parte de la Parroquia de Angochagua del Cantón Ibarra y tiene una superficie de 4770 hectáreas las mismas que en el año de 1995 fueron declaradas como "Bosque y Vegetación Protectora". Experimenta un clima templado todo el año, así mismo las temperaturas oscilan entre 10 a 15° C, durante el día con humedad baja y las noches tienden a ser frías.

ACTIVIDADES PRODUCTIVAS

Los productos agrícolas propios de la zona: maíz, trigo, cebada, papas, fréjol, arveja, lenteja, quinua, ocas, combinados con productos adquiridos en la ciudad o tienda comunal como los fideos, azúcar, arroz, avena, son la base y sustento alimenticio de la población. Las actividades pecuarias constituyen la base de la economía local, especialmente la crianza de ganado vacuno, porcino y ovino.

Ganado Vacuno

Ganado Equino

Cosecha de Papas

Cosecha Maíz

6 **ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL**

ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL 7

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 44: Páginas 8 – 9

VESTIMENTA

Mujer

Sombrero: el propio sombrero es blanco y de ala corta, algo parecido a los de Natabuela, hoy en día ya no se hacen, se los ha cambiado por sombreros de colores oscuros y modelos diferentes.

Huallicas: son un adorno ancestral, las huallicas representan a la mazorca del maíz y un mulo es un grano de maíz y son de color dorado.

Chalina: las usan debido al frío de los páramos y también eran de lana, también son los aretes llamados candongas que son utilizados como adorno.

Blusa: es blanca y el bordado es de flores y de hojas de choclo lo que representa la naturaleza y de coraciones que es el amor a la Pacha, además es bordada con hilos multicolores que significan el color del arcoiris cuya punta del bordado es llamada piskuchaqui que significa pala de gallo.

Las manillas: son de coral rojo y el significado es el compromiso que se tiene con otras personas de carácter social.

Anaco: de color azul o negro que representa el alimento que es elaborado a base del choclo.

Alpargatas: anteriormente eran de llanta tanto para el hombre como para la mujer, al pasar los años y con la visita de otros pueblos indígenas se fue introduciendo el modelo que utilizan los otavaleños.

Hombre

Pantalón: blanco ancho y llega hasta media canilla.

Camisa: blanca de fiencillo es de manga larga.

Poncho: es liso, de lana y de color rojo, tejido en la misma comunidad, protege del frío.

Alpargates: es igual al de la mujer con la diferencia que es blanco.

Sombrero: de color oscuro y el ala corto rodeado de cinta negra, café o verde.

GASTRONOMÍA

Ruta del Cordero

Entre las parroquias de la Esperanza y Angochagua a pocos minutos de la ciudad de Ibarra, encontramos la Ruta del Cordero, es una deliciosa carne asada que se sirve con granos y productos agrícolas como papa, mola, habas y choclo, que se ha constituido como el lugar más apetecido por propios y turistas.

Asimismo, se puede degustar de una deliciosa trucha de río proveniente de la Rinconada, el caldo de gallina y el queso artesanal acompañado de la miel de abeja.

Toda la vía está caracterizada por su belleza, los paisajes que rodean la ruta son únicos y sin duda llaman la atención sus campos de múltiples colores.

Negocio de comida ubicado ruta del cordero

Negocio de comida ubicado ruta del cordero

Cordero Asado

Trucha Frita

Maíz de Trucha

Queso Artesanal

Miel de Abeja

8 **ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL**

ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL 9

Fuente: Elaboración propia.

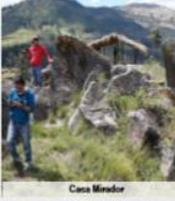
Gráfico 45: Páginas 10 – 11

ATRATIVOS TURÍSTICOS ZULETA

Casa Mirador

Es un sitio que está ubicado en dirección sur-oriente a 4 km desde la comunidad, desde este mirador se puede apreciar el ganado vacuno bravo el cual se encuentra en los pastizales y es acostumbrado a tierras frías como es el páramo, desde aquí se puede observar la comunidad de Angochagua, la Laguna del Cunro y una hermosa vista panorámica de la ciudad de Ibarra.

En sus alrededores se puede observar aves como el mirlo, búhos, quindes, chiguacos y víracchuros, así como también mamíferos como conejos de monte y lobos de páramo.



Casa Mirador

Cóndor Mirador



Mirador del Cóndor

Este mirador está ubicado a 1 km desde el centro de la comunidad de Zuleta, es el lugar ideal para divisar la Hacienda Zuleta como son los establos, pastizales, ganado vacuno, ovino y equino. Desde este sitio se tiene una vista panorámica de la comunidad y la loma del Cunro. En especies de fauna silvestre lo que predomina es el conejo de monte, En flora se puede observar flores silvestres como las bromelias, pumamaqui entre los más representativos.

Cascada el Molino

La Cascada el Molino está ubicada a 600 metros en vehículo o a pie desde el centro de la comunidad, su entorno está muy bien conservado y cuenta con señalética para poder llegar, formada por la afluencia de micro cuencas en el río Tahuando.

En especies de flora se puede observar gran cantidad de bromelias helechos y flores silvestres así como también se puede encontrar taxos silvestres y una especie de babaco silvestre llamada chamburo.



Cascada el Molino

Bosque Protector (Páramo)

El páramo está ubicado a 7 km desde el centro de la comunidad de Zuleta en sentido suroriental. De estos ecosistemas nacen los afluentes que proveen un caudal aproximadamente de 5000 litros por segundo que son utilizados para consumo humano y regadío.

Desde su declaración de área y vegetación protectora en julio de 1995, se han ido promoviendo e impulsando programas y proyectos para su conservación, protección y manejo.

La vegetación del páramo está conformada por pumamaqui, aliso, yaqual entre otras.

En fauna se puede observar lobos de páramo, conejos, y en algunas épocas del año se puede observar pumas y oso de anteojos.



Terneros omotas (Oso de Anteojos)

Sendero del Conejo

Este sendero está ubicado en los predios de la Hacienda Zuleta a 2 km desde el centro de la Comunidad en sentido norte, el recorrido de este sendero es de aproximadamente 2 horas de caminata.

La vegetación está conformada de una gran variedad de flores y plantas silvestres, como las bromelias.

Su entorno está conformado por pequeños bosque de eucalipto y pino en estos se puede encontrar gran cantidad de madrigueras de conejos silvestres.



Bromelias



Conejos Silvestres

10

ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL

ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL

11

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 46: Páginas 12 – 13

Sendero del Oso

El sendero del oso está ubicado a 3 km en sentido nororiental desde el centro de la comunidad en los predios de la hacienda Zuleta, su recorrido lleva aproximadamente 2 horas y media.

Se puede encontrar algunos tipos de orquídeas silvestres. Lleva su nombre ya que en algunas épocas del año se puede observar al oso de anteojos con sus crías, de igual forma al estar cercano al proyecto cóndor huasi se puede observar a los cóndores en pleno vuelo.



Turista en pleno reconocimiento del sendero

Vuelo del Cóndor



Vuelo del Cóndor

Laguna de Cubilche

El Cubilche de origen volcánico está ubicado junto al volcán Imbabura, es un pequeño cerro que desde su cumbre se tiene un hermoso mirador natural del Cayambe e Imbabura. El ascenso recorre pajonales con flora representativa del páramo y en la cima se puede observar cuatro lagunas, dos permanentes y dos de invierno o charcas estacionales.



Laguna de Cubilche Visitada por Turistas



Laguna de Cubilche Vista General

MUSEOS Y MANIFESTACIONES CULTURALES

Complejo Arqueológico de Tolas

Las tolas de Zuleta están ubicadas en la provincia de Imbabura, a 30 minutos de la ciudad de Ibarra. Estos montículos artificiales de tierra forman parte de la Hacienda Zuleta construida a fines del siglo XVI. En toda la hacienda existen 146 tolas y 13 plataformas con rampa de acceso, la pirámide más grande tiene 90 x 90 m. en su base, 30 m. de altura y una rampa de 210 m. Los montículos son generalmente de forma circular y algunos ovalados.



Tolas de zuleta



Tolas de zuleta

Hacienda Zuleta

La hacienda Zuleta nombrada como uno de los "diez mejores hallazgos", ahora convertida en Hostería, cuenta con 14 habitaciones hermosamente decoradas con su propia chimenea. Antiguos jardines, salas y acogedores cuartos de lectura brindando un ambiente sereno.

Diariamente se ofrece deliciosa comida preparada con vegetales orgánicos, trucha y productos lácteos producidos en la hacienda, así mismo brinda a los huéspedes una variedad de actividades y lugares para visitar, siendo las cabalgatas su fuerte, también puede escoger paseos en carreta bicicleta o caminata, para conocer orfeños, campos cultivados, paisajes de altura o la apacible vida de la comunidad.



Hacienda Zuleta (Caballos)



Hacienda Zuleta (Habitaciones)

12

ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL

ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL

13

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 47: Páginas 14 – 15

ARTE UTILITARIO

Bordados a Mano

Este arte tradicional es transmitido de generación en generación desde hace varias décadas. Varias mujeres participan de esta labor, desde la selección de la tela según el trabajo a realizar, el diseño, la selección de los hilos, la terminación y el valor agregado, presentación del producto y su comercialización.

En la actualidad Zuleta engaña con sus bordados una gran variedad como; manteles, pañuelos, servilletas, tapetes, portavasos, camisas, vestidos, y camisas bordadas, la exposición de esta artesanía lo realizan los fines de semana



Mujeres Realizando Trabajos de Bordado

en la casa comunal de Zuleta, en esta feria participan las diferentes asociaciones de bordadoras allí exponen sus coloridas prendas a precios muy accesibles.

Tallados en Madera Rústica

El tallado de madera rústica es otra actividad importante de paciencia y dedicación que se afincó e institucionalizó por los años 1994 a 1995. A través de esta práctica laboriosa se elaboran muebles, cuadros y otros implementos. Varios de estos trabajos adornan los espacios públicos con señalética y obras de identificación de la Comuna; y otros han sido reconocidos en espacios culturales como ferias y exposiciones internacionales. Cabe mencionar que para la creación de estos muebles el artesano utiliza juncos de troncos que ya no tienen ninguna utilidad y les da el acabado con toda su dedicación y creatividad.



Artisanas en Madera



Artisanas en Madera (Cuchanas)

ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS

Fiesta San Juan

La fiesta de San Juan es uno de los atractivos culturales que mayor connotación marca en la comunidad, data de los años 40 en adelante y se festeja el 24 de junio de cada año, conjuga una sincronía entre lo religioso y la cosmovisión andina como una celebración y agradecimiento al sol por las abundantes cosechas.

Esta celebración marca con unas vísperas en la que se reparte citricos, champús (con harina de maíz), chicha de jora, caramelos y los tradicionales castillos que los priostes tienen la obligación de recibir a los bailarinos que visitan de casa en casa al repique de su guitarras y coplas adaptadas acorde a una costumbre indígena.

El día grande todo los comuneros y visitantes se congregan en la plaza central de la hacienda, en este acto suelen llevar doce gallos colgados en un caballo arreglado para tal fin y otro caballo en el que va un joven que llevara la loa (poema o recitación religiosa a San Juan) al dueño de hacienda.

En este día bailan, cantan y terminan visitando las casas de los priostes y anfitriones de la fiesta, al repique de sus guitarras hasta la llegada del proximo año. Se sabe que esta es una de las festividades que mas inversión y movimiento económico registra para la comunidad y sus habitantes.



Habitante de Zuleta Interpretando Melodías Ancestrales



Celebración de Fiestas Típicas



Danzas Típicas de la Comunidad

14 **ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL**

ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL 15

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 48: Páginas 16 – 17

PROYECTOS TÉCNICOS Y CIENTÍFICOS

Proyecto Alternativo Alpacaero

El Proyecto de las alpacas está ubicado en el páramo de Zuleta en sentido sur-oriente, actualmente hay 80 ejemplares de los cuales 30 son hembras 5 crías y 45 machos. Un proyecto de gran importancia en la protección, conservación y manejo de páramos, es uno de los sitios pilotes en el Ecuador que comparte situaciones reales con otros sitios desde Venezuela hasta el Perú.



Vicugna pacos (Alpaca)



Vicugna pacos (Alpaca)

Cóndor Huasi

El proyecto Cóndor Huasi está ubicado en los predios de la Hacienda Zuleta este lugar ha sido creado para lograr la reintroducción o reinsertación de Cóndores en cautiverio a su entorno o hábitat natural. El proyecto proporciona comida para los cóndores salvajes, para así ayudar en el proceso de reproducción y la supervivencia básica del Cóndor, actualmente se cuenta con 6 ejemplares 4 hembras y dos machos y se trata de que la especie se reproduzca puesto que la especie está en peligro.



Vultur gryphus (Cóndor Andino)



Vultur gryphus (Cóndor Andino)

COMO LLEGAR

Quito-Cayambe-Olmedo-Zuleta

(104km; 2:09 horas/carro particular) Desde Quito se va hasta Guayllabamba donde se dirige por la vía a Cayambe. Recorrido: 69 km; Duración carro particular: 1:25 horas. Para viaje en bus en el terminal de la Otella: Cooperativa Flor del Valle Costo: \$1,85 USD. Duración: 1:30 horas. Desde Cayambe se dirige por la vía a Ayora, llegando hasta la vía Olmedo- Zuleta. Recorrido: 35 km. Duración carro particular: 44 minutos. Para viaje en Bus: Cooperativa 24 de Mayo, a Olmedo-Zuleta-Ibarra Costo: \$1,50 USD. Duración: 45 minutos. Intermitencia: 30 minutos.



Ruta (Quito-Cayambe-Zuleta)

Quito - Ibarra - Zuleta

(139km; 2:50 horas/carro particular) Desde Quito debemos conducir por la Avenida Panamericana pasando por Guayllabamba, Tabacundo, Cajas, Otavalo hasta arribar a Ibarra. Recorrido: 116 km. Duración carro particular: 2:15 horas. Para viaje en bus desde el terminal de Carcelén: Andina, Aerotáxi, Express Turismo, Flota Imbabura. Costo: \$3,00 USD. Duración: 3 horas. De Ibarra bajamos por la Esperanza, Escuela Galo Plaza Lasso, Feria de Bordados y directamente a Zuleta. Recorrido: 23 km. Duración carro particular: 35 minutos. Para viaje en bus desde Ibarra: La Esperanza. Intermitencia: 10 minutos. Costo: 0.85 ctvs.



Ruta (Quito - Ibarra - Zuleta)

16 **ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL**

ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL 17

Fuente: Elaboración propia.

Gráfico 49: Páginas 18 – 19

Puedes Realizar Actividades Como:



Aprender Bordados Hechos a Mano

En la población de Zuleta y sus alrededores encontramos a las mujeres de la localidad cargando en su bolso, tela e hilos que serán juntados por sus manos diestras y las agujas, en distintas figuras con diversos colores que resaltan a la mirada, y sentir el gusto de aprender el arte del bordado y adquirir una gran variedad de prendas de vestir.



Medicina Ancestral

La práctica de la medicina ancestral se basa en la espiritualidad y se valoran los elementos naturales de sanación, como el agua las plantas, los cerros que deben estar sanos para que haya salud, en sus alrededores de la comunidad podemos encontrar a los expertos en la curación natural.



Comercialización de artesanías y productos de la zona

En ferias que realiza la comunidad de Zuleta, podemos realizar la compra de una gran variedad de artesanías en madera, y productos propios elaborados en la hacienda Zuleta como la miel de abeja y queso artesanal, y deleitarse de su maravillosa gastronomía.



Caminatas, ciclismo de montaña y camping:

Zuleta es una comuna que está rodeada de paisajes naturales, se puede experimentar una hermosa travesía de aventura para caminata, ciclismo de montaña y camping hacia los páramos, una de ellas es a la montaña de Cutibicho ubicado a 3800 msnm, el ascenso demanda entre dos a tres horas, tiene una espectacular vista de toda Provincia de Imbabura y por supuesto al majestuoso Volcán Imbabura y Cayambe.



Cabalgatas y Pesca Deportiva

La hacienda Zuleta es el hogar de 90 caballos Zuleños, estos elegantes corceles lo llevarán de paseos por la exuberante campiña de 9000 pies a través de infinitos senderos bordeados de eucaliptos y aire puro, así mismo realizar la pesca deportiva y pasar un momento inolvidable en familia y amigos.



Paracaidismo:

Se lo realiza en el mirador pajonal cercano a las torres de luz donde se observa las lagunas de san pablo y yahuarocha como los volcanes de nevados siendo un deporte extremo al máximo, se lo realiza bajo reserva y supervisión profesional, con todos los instrumentos necesarios para su práctica.

18
ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL

ZULETA ENCANTO INTERCULTURAL
19

Fuente: Elaboración propia.

6.8.4. PAGINA WEB

6.8.4.1 Creación de un inicio para la página web

Gráfico 50: Página web



Fuente: Elaboración propia.

6.8.5. Dividir Menú en 4 secciones principales:

Gráfico 51: 4 secciones principales



Fuente: Elaboración propia.

6.8.5.1. Acerca de:

Gráfico 52: Historia de la comunidad de Zuleta



HISTORIA DE ZULETA

La Comuna Zuleta fue fundada el 11 de enero de 1943, posiblemente los primeros pobladores de este territorio fueron los Caranquis, quienes poblaron la zona desde los años 800 hasta aproximadamente el año 1470 D.C., cuando arribaron los Incas.

Tras luchar contra la resistencia Caranqui alrededor de ocho o nueve años, los Incas finalmente se asentaron en estas tierras por un lapso de casi cuarenta años.

Después de la conquista española, los terrenos que corresponden a la hacienda y la Comuna de Zuleta fueron entregados a los misioneros jesuitas por la corona. En 1767, el rey Carlos III expulsó a los jesuitas del país y los terrenos fueron confiscados y posteriormente vendidos al canónigo Gabriel Zuleta.



Fuente: Elaboración propia.

6.8.5.2. Contacto: los que visitan la página pueden dejar contacto y comentario.

Gráfico 53: Contacto

ZULETA
ENCANTO INTERCULTURAL

MENÚ

CONTACTO

Es una página de contacto con información básica y un formulario de contacto.

Nombre (necesario)

Correo electrónico (necesario)

Sitio web

Comentario (necesario)

ENVIAR »

Teléfonos: 0980218087 - 0997409863 - 062662239
Correo Electrónico: tu_hogar_zuleta@hotmail.com
Facebook: @tuhogarzuleta

Fuente: Elaboración propia.

6.8.5.3. **Galería:** pueden visualizar una gran variedad de imágenes.

Gráfico 54: Galería



Fuente: Elaboración propia.

6.8.5.4. Ubicación: nos brindara información como llegar.

Gráfico 55: Ubicación



COMO LLEGAR

QUITO-CAYAMBE-OLMEDO-ZULETA

(104km; 2:09 horas/carro particular)

Desde Quito se va hasta Guayllabamba donde se dirige por la vía a Cayambe. Recorrido: 69 km; Duración carro particular: 1:25 horas. Para viaje en bus en el terminal de la Ofelia: Cooperativa Flor del Valle

Costo: \$1.85 USD; Duración: 1:30 horas. Desde Cayambe se dirige por la vía a Ayora, llegando hasta la vía Olmedo- Zuleta. Recorrido: 35 km. Duración carro particular: 44 minutos. Para viaje en Bus: Cooperativa 24 de Mayo, a Olmedo-Zuleta-Ibarra Costo: \$1,50 USD. Duración: 45 minutos. Intermitencia: 30 minutos.

Fuente: Elaboración propia.

6.8.6. Redes sociales

Conjunto a la página se ha creado cuentas en redes sociales como herramientas de difusión de la misma

6.8.6.1. Facebook

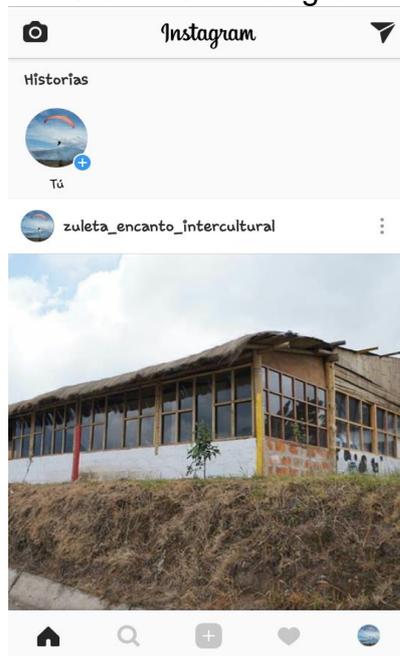
Gráfico 56: Facebook



Fuente: Elaboración propia.

6.8.6.2. Instagram

Gráfico 57: Instagram

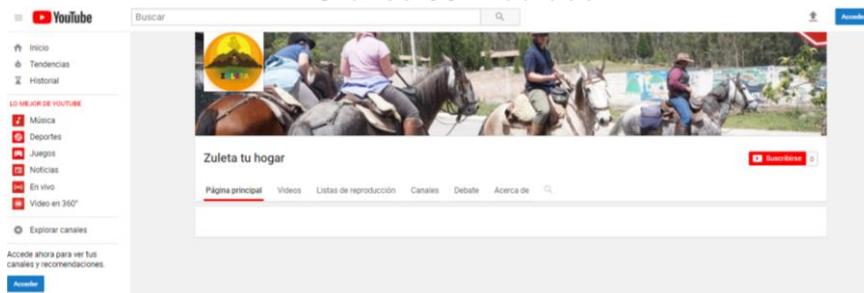


Fuente: Elaboración propia.

6.8.6.3. YouTube

Se descargará videos de la comunidad de Zuleta

Gráfico 58: Youtube



Fuente: Elaboración propia.

6.9. Impactos

6.9.1. Educativo

El presente trabajo contribuirá a la información de todos sus atractivos turísticos de la comunidad de Zuleta, y su influencia en el desarrollo de destinos turísticos en el país, en temas educativos y ecológicos, que aporten al fortalecimiento de la identidad cultural, el desarrollo de la comunidad y de sus habitantes.

6.9.2. Social

El turismo obtendrá una valoración de intercambio natural y cultural, que implicara mayor inversión en los sitios de interés ambiental y cultural para su preservación y uso. Entonces, crea un contexto de interrelación con habitantes, autoridades, entidades públicas y privadas contribuyendo a un mejor desarrollo socio económico y turístico de la comunidad de Zuleta.

6.9.3. Ambiental

Se fomentará tanto en las habitantes de la comunidad como los turistas que realizan su visita, el uso responsable de sus atractivos naturales y culturales, para un desarrollo sostenible, creando en ellos un espíritu de educación, protección y conservación que permita reducir los impactos negativos en el medio ambiente.

6.9.4. Turístico

Este trabajo servirá para que los atractivos turísticos naturales y culturales, sean promocionados adecuadamente, para que el turista pueda estar más informado de todos los servicios que ofrece la comunidad, mejorando así el incremento de turistas nacionales, extranjeros y desarrollando la actividad turística en la comunidad, la parroquia, cantón y la provincia.

6.10. Difusión

Este trabajo debe considerarse como un material de apoyo para fomentar la oferta y demanda turística de la comunidad de Zuleta, de manera que los principales involucrados y beneficiarios serán las autoridades y habitantes de la comunidad, permitiéndoles mejorar los ingresos económicos y la calidad de vida de sus familias.

La propuesta alternativa será difundida a través de las redes sociales y las entrega física y digital de la guía informativa turística y la página web, a las autoridades de la comunidad.

6.10.1. Costos de Inversión

Tabla 4: Costos de Inversión

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Diseño página web	1	\$30	\$ 30
Diseño de la guía informativa	1	\$ 70	\$ 70
Impresión	200	\$ 5	\$ 1,500
TOTAL			\$ 1,600

Fuente: Elaboración propia, 2018

7. GLOSARIO DE TERMINOS

Administración: Proceso continuo y cíclico de planear, organizar, dirigir y controlar los recursos humanos, materiales, financieros y de equipamiento de una empresa o proyecto, para el logro de sus objetivos y metas, con eficiencia y eficacia.

Análisis del consumidor: Estudio de mercado que permite conocer necesidades, deseos, preferencias, hábitos de consumo, comportamientos de compra, etc. de segmentos de clientes reales y potenciales del mercado objetivo.

Análisis de la competencia: Componente de la investigación de mercado que estudia a las empresas con las que se compete, tomando en cuenta, criterios de posicionamiento, marca, imagen, etc.

Categoría. Es un número de la escala del 1 a 5 estrellas con la finalidad de medir la calidad y cantidad de servicios que prestan los establecimientos de alojamiento turístico a los huéspedes.

Consumo turístico emisor. Consumo efectuado por los residentes como resultados de sus viajes a países diferentes de aquél en el que reside.

Consumo turístico receptor. Consumo efectuado por los visitantes no residentes como resultado directo de sus viajes a, y dentro de la economía de compilación.

Consumo turístico internacional. Comprende el consumo turístico receptor y el consumo turístico emisor.

Demanda turística. El conjunto de turistas que, de forma individual o colectiva, están motivados por una serie de productos o servicios turísticos con el objetivo de cubrir sus necesidades.

Empresa turística complementaria. Las personas jurídicas que se dediquen a la administración de cadenas hoteleras, consultoría, asesoría publicidad, propaganda, protección, auxilio, higiene, seguridad y organización de eventos que van a ser demandados por el usuario y que forman o complementan la oferta turística.

Entorno habitual. Corresponde a los límites geográficos dentro de los cuales un individuo se desplaza en su vida cotidiana, excepto por ocio y recreo.

Análisis de la competencia: Componente de la investigación de mercado que estudia a las empresas con las que se compete, tomando en cuenta, criterios de posicionamiento, marca, imagen, etc.

Calidad: Conjunto de propiedades y características específicas de un producto o servicio que le distinguen, y confieren capacidad de satisfacer necesidades, deseos, y expectativas de los clientes.

Canales de distribución: Recorrido que siguen los productos o servicios desde su elaboración o fabricación hasta el consumidor final, haciendo coincidir la oferta y la demanda en un mismo tiempo y espacio.

Ocio: Tiempo del que una persona puede disponer fuera de sus horas de trabajo como parte de su tiempo libre. Es un elemento compensador de las condiciones de trabajo y de la vida moderna.

Oferta turística: Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico y satisfacer las necesidades de los turistas, puestos efectivamente en el Mercado.

Patrimonio turístico: Conjunto de bienes materiales e inmateriales a disposición de las personas, que pueden utilizarse para satisfacer la demanda turística.

Pernoctación: Corresponde a una noche pasada por un pasajero registrado en un establecimiento de alojamiento turístico.

Potencial turístico: Que tiene la virtud de convertirse en un sitio de gran afluencia de turistas.

Producto turístico: La oferta en el campo turístico listo para el uso del visitante.

Estrategias de marketing: Conjunto de acciones que realiza la empresa para hacer coincidir la oferta y la demanda a través de procesos de intercambio, sobre las variables: producto, precio, plaza y promoción.

Liderazgo: Situación de referencia o posicionamiento de una empresa o producto que por ventajas competitivas ocupa los primeros lugares de ranking con respecto a las empresas con las que compete.

Arado: Instrumento agrícola compuesto de una o más piezas de hierro acabadas en punta y que sirve para remover la tierra tirado por animales o un vehículo.

Pullas: palo largo con punta para picar la parte posterior del animal y camine arando.

Yugos: es un palo que en las puntas es acondicionado para amarrar en los cuernos a los toros.

Rastras: Aperro de labranza consistente en una especie de reja o parrilla con púas por la parte inferior que sirve para allanar la tierra después de arada.

Bigshas: Cuchara de madera, que se utiliza para la cocina.

Apicultura: Técnica de criar abejas para aprovechar sus productos, como la miel, la cera o la jalea real.

Piscicultura: Técnica que se ocupa de dirigir y fomentar la reproducción y cría de peces y mariscos.

Talabartería: Taller donde se fabrican talabartes y otras correas y objetos de cuero.

Cordero: animal (oveja).

Actividades pecuarias: actividad ganadera, consistente en la crianza de animales para su comercialización y aprovechamiento económico.

8. BIBLIOGRAFÍA

1. Alban M. (2014). *Galo Plaza Lasso: un liberal del siglo XX*. Quito: Fundación Galo Plazo - Museo de la ciudad.
2. Andrade, J. (2014). *Centro de Documentación Virtual sobre Gestión Patrimonial*. Obtenido de Instituto Latinoamericano de Museos: <https://ilamdocs.org/documento/2924/>
3. Anzola, J. (2014). *Guía Práctica para la Interpretación del Patrimonio: El arte de acercar el legado natural y cultural al público visitante*. Sevilla: Junta de Andalucía.
4. Arciniega, L. (2013). *Investigación en turismo y educación en la Universidad Autónoma del Estado de México*. México. Avellaneda, W. (2013), La educación ambiental como herramienta de la responsabilidad social. *Revista Luna Azul*, 35, 94 -105.
5. Benavides, Á. (2013). *Desarrollo sostenible: concepto polémico que convive entre dos paradigmas*. Obtenido de Maestría en Derecho Ambiental Universidad de Costa Rica: <https://maestriaderechoambientalucr.files.wordpress.com/2013/10/el-desarrollosostenible-artc3adculo-2013.pdf>
6. Bravo, J. (2014). La interpretación del patrimonio tiene que ver con significados. Madrid, España.
7. Buzzard, H. (2016). *Manual básico de video para la comunicación y el periodismo de ciencias*. México. Ambos Diseños
8. Caicedo, E. (2014). *Historia del Ecuador*. Guayaquil: El Universo.
9. Cárdenas, M. (2017). Las tecnologías para la innovación y la práctica docente. Brasil. *Biblioteca Científica Electrónica en Línea*, 18(52), 1-25.
10. Cardona, M. (2014). *Prácticas y saberes ancestrales de los agricultores de San Joaquín*. (Tesis de maestría). Universidad Politécnica Salesiana. Cuenca, Ecuador.
11. Carranza, S. (2013). *Interpretación Ambiental. Una Guía Práctica para Gente con Grandes Ideas y Presupuestos Pequeños*. Golden, Colorado: North American Press.

12. Castillo, D. (2013). Centros de interpretación: Lineamientos para el diseño e implementación de centros de interpretación en los caminos ancestrales andinos. 15. Lima, Perú.
13. Cevallos, P. (2013). *Diseño de un centro de interpretación ambiental en el Centro de Turismo Comunitario ISHKAY y YAKU, Provincia de Pastaza (Tesis de Diplomado Superior)*. Riobamba, Chimborazo, Ecuador.
14. Clegg, M. (2014). Obtenido de La interpretación del patrimonio cultural y natural ORÍGENES Y DEFINICIONES: http://www.correodelmaestro.com/publico/html5082015/capitulo4/la_interpretacion_de_patrimonio_cultural_y_natural.html
15. Chacón, A. (2016). *Estudio de la gestión del turismo comunitario de la red Sumak Pacha, perteneciente a la parroquia González Suárez, cantón Otavalo, provincia de Imbabura. (Tesis de ingeniería)*. Universidad Técnica del Norte, Ecuador, Ibarra. Obtenido de <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/5466>
16. Chiriboga, V. (2015). Estrategias de Enseñanza - Aprendizaje de las Ciencias, *Gongola*, 5(1), 23 -37.
17. Díaz, G. (2015). ¿Sabe usted qué es Interpretación Ambiental?: Aprendamos de manera fácil y dinámica a explorar la naturaleza. *VII Congreso Nacional de Ciencias: Exploraciones fuera y dentro del aula. Ponencias* (pág. 15). Santo Domingo de Heredia, Costa Rica: Centro Nacional de la Ciencia y la Tecnología.
18. Falcón, J. (2014). La interpretación del patrimonio tiene que ver con significados. Madrid, España.
19. Fernández, C. (2015). *La interpretación del patrimonio en la Argentina: estrategias para conservar y comunicar*. Buenos Aires: Administración de Parques Nacionales (APN).
20. Flórez, R. (2013). *Cátedra Municipios Sostenibles*. Obtenido de Universidad Politécnica de Valencia: <http://www.upv.es/contenidos/CAMUNISO/info/U0686956.pdf>
21. García, C. (2013). Las tecnologías para la innovación y la práctica docente. *Revista Brasileira de Educacao*, 18(52), 1-25

22. Gasquez, J. (2016). *Estrategias mercantiles – aprendizaje de mercados*: Docencia universitaria basada en competencias: México: Pearson.
23. Guerrero, M. (2014). El trabajo colaborativo en el aula universitaria. *Laurus*, 13(23)267-278.
24. Gutiérrez, J. (2013). *Centro de Documentación Virtual sobre Gestión Patrimonial*. Obtenido de Instituto Latinoamericano de Museos: <https://ilamdocs.org/documento/2924/>
25. Heredia, M. (2014). La educación ambiental formal y no formal: dos sistemas complementarios. *Revista Iberoamericana de Educación*. (32), 1-16
26. Hernández, R. (2014). *La preservación de la biodiversidad, el medio ambiente y la utilización de los recursos naturales para impulsar el desarrollo sustentable y la seguridad (Tesis de Maestría)*. Quito: Instituto de Altos Estudios Nacionales.
27. Hilariónz, F. (2013). *Interpreting our Heritage*. North Carolina, Estados Unidos: Chapel Hill.
28. Jaramillo, A. (2015). Sostenibilidad ambiental y turismo de traspaís en España. *Nimbus*, 11 (12), 1 – 20.
29. Jaramillo, V. (2013) *Video documental como alternativa didáctica para el aprendizaje de la asignatura Turismo*. (Tesis inédita de Licenciatura). Universidad Carabobo, Valencia.
30. Jiménez, R. (2012). Investigación en educación ambiental. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 17 (55), 1019 – 1033
31. Kanaschiro, M. (2014). *Estrategia de enseñanza y aprendizaje: Formación del profesorado y aplicación en la escuela*. Barcelona: Graó.
32. López, E. (2014). *El guion didáctico para materiales multimedia*. Recuperado de <https://www.ucm.es/info/especulo/numero34/guionmu.html>
33. Lunas, W. (2014), La educación ambiental como herramienta de la responsabilidad social. *Revista Luna Azul*, 35, 94 -105.
34. Martínez, J. (2015). *Estudios de Psicología Comercial*. Buenos Aires: Emece Editores

35. Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR]. (2013). *Manual para la Gestión Operativa de los sitios de visita en Ecuador*. Quito: Imprenta Mariscal.
36. Molinero, S. (2013). Turismo y medio ambiente: dos realidades sinérgicas. *Papers de Turisme*, 3, 1-18
37. Obando, R. (2013). *Compendio de estrategias bajo el enfoque por competencias*. Instituto Tecnológico de Sonora. Obregón, México.
38. Obarrio, A. (2017). Educación ambiental y ciudadanía planetaria. *Rev. Eureka Enseñ. Divul. Cien*, 7, 179 – 186.
39. Okasha, R. (2014) *Videos cortos y aprendizaje*. Actas de las Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria. 1-9
40. Paredes, L. (2017) *Ventajas del uso de la tecnología en el comercio*. *Revista Iberoamericana de educación*, 41(4) 1- 10.
41. Prada, M. (2016). Los organizadores previos: Una estrategia de enseñanza para el logro de un aprendizaje significativo. *Revista de la Facultad de Ingeniería*, 25 (3). 1 – 9
42. Rodríguez, Y. (2017). Formación y capacitación en liderazgo, desarrollo personal, derecho y educación ambiental de las mujeres que habitan el Parque Nacional Archipiélago Los Roques. *Anales de la Universidad Metropolitana*, 14 (35), 91- 110
43. Rojas, S. (2018). *Creación de una red de negocios para el fortalecimiento del turismo comunitario y el mejoramiento de la calidad de vida de las familias de la comunidad Pijal, cantón Otavalo*. (Tesis de maestría). Universidad Técnica del Norte, Ecuador, Ibarra.
44. Vanegas, P. (2007). El video como medio de enseñanza. *Biblioteca Científica Electrónica en línea*, 21(2), 1-9.
45. Yépez, C. (2013). *Estudio analítico descriptivo de los centros de interpretación patrimonial en España (Tesis doctoral)*. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.
46. Zapata, M. (2014). La educación ambiental una genuina educación para el desarrollo sostenible. *Revista de Educación*, (45), 195-217

ANEXOS

Anexo 1 : MATRIZ DE COHERENCIA		
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA ¿Cuáles son las características actuales de la oferta y demanda turística en la comunidad de Zuleta?	OBJETIVOS GENERAL DE INVESTIGACIÓN Identificar las características actuales de la oferta y demanda turística en la comunidad de Zuleta, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.	
TITULO DEL TRABAJO Estudio de la oferta y demanda turística en la comunidad de Zuleta, cantón Ibarra, provincia de Imbabura.	OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA Diseño de una guía informativa y una página web para ofertar todos sus atractivos naturales y culturales de la comunidad de Zuleta, para incrementar la demanda turística.	
INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN 1.- ¿Cuál es la oferta turística actual de la comunidad de Zuleta? 2.- ¿Cuál es la situación actual demanda turística de la comunidad de Zuleta? 3.- ¿Cómo fortalecer la promoción oferta y demanda turística comunidad de Zuleta?	OBJETIVOS ESPECIFICOS <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Diagnosticar la situación actual en que se encuentra la oferta turística de la comunidad de Zuleta. <input type="checkbox"/> Determinar el mercado turístico real de la comunidad de Zuleta. <input type="checkbox"/> Elaborar una propuesta de promoción y publicidad de la oferta turística de la comunidad de Zuleta. 	
CATEGORÍA Mercado turístico	Dimensiones	Indicadores
	Oferta	Atractivos naturales y culturales, productos y servicios asociados, facilidades turísticas.
	Demanda	Perfil del turista, comparabilidad, fidelidad, expectativa, percepción, procesos de información.
Marketing turístico	Promoción	Originalidad, identificación plena del <i>target</i> , incentivos (¿Cuándo lo realizamos? ¿Cuándo se vende más o menos?) <i>Mix</i> promocional.

Anexo 2: FICHAS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS DE LA COMUNIDAD DE ZULETA



FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS



1. DATOS GENERALES:

ENCUESTADOR: Acosta Negrete Jairo Santiago

FICHA No 01

SUPERVISOR EVALUADOR:

FECHA: Marzo 2018.

NOMBRE DEL ATRACTIVO: BORDADOS A MANO

PROPIETARIO: ASOCIACIONES COMUNIDAD DE ZULETA

CATEGORÍA: Actividades Productivas
y artes

TIPO: Artesanías

SUBTIPO: Tejidos e indumentaria

2. UBICACIÓN:

LATITUD: 0,199440

LONGITUD: -78,074890

PROVINCIA: Imbabura

CANTÓN: Ibarra

LOCALIDAD: Comunidad de Zuleta

CALLE: GALO PLAZA VIA PRINCIPAL

NÚMERO:.....

TRANSVERSAL:.....

V A L O R I N T R Í N S E C O	5. USOS(SIMBOLISMO): LETREROS INDICADORES DEL SITIO	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO NO <input type="checkbox"/> ALTERADO <input type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> CAUSAS: Esta artesanía se ha transmitido de generación en generación sin perder su valor cultural. 6.1. PATRIMONIO Nombre: _____ Fecha de declaración: _____ Categoría: _____
		7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ALTERADO <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: _____

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

A
P
O
Y
O

TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
TERRESTRE	ASFALTADO	X			BUS	X				365		
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X						
	EMPEDRADO				4x4					DÍAS AL MES	30	
	SENDERO				CABALLO							Día inicio: Día fin:
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO							Culturales:
					BOTE							Naturales:
	FLUVIAL				CANOA							30 días
					OTROS							
AÉREO					AVIÓN							
					AVIONETA							Culturales:
					HELICÓPTERO							Naturales:

Observaciones:

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS: La ruta de bus cubre la llegada específica al mismo.

NOMBRE DE LA RUTA: IBARRA-ZULETA

DESDE: IBARRA **HASTA:** ZULETA **FRECUENCIA:** CADA 30 MINUTOS **DISTANCIA :** 18 KM

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA POZO CIEGO POZO SEPTICO NO EXISTE OTROS

PRECIO

SI NO ENTRADA LIBRE OTROS

Obseación:

10. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS

NOMBRES

HACIENDA ZULETA

DISTANCIA

1 KM

11. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO

LOCAL

PROVINCIAL
 INTERNACIONAL

Otros:

Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos

FIRMA: **SUPERVISOR EVALUADOR**



FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS



12. DATOS GENERALES:

ENCUESTADOR: Acosta Negrete Jairo Santiago

FICHA No 01

SUPERVISOR EVALUADOR:

FECHA: Marzo 2018

NOMBRE DEL ATRACTIVO: BORDADOS A MANO

PROPIETARIO: ASOCIACIONES COMUNIDAD DE ZULETA

CATEGORÍA: Actividades Productivas

TIPO: Artesanías y artes

SUBTIPO: Tejidos e indumentaria





FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS



1. DATOS GENERALES:	
ENCUESTADOR: Acosta Negrete Jairo Santiago	FICHA No 02
SUPERVISOR EVALUADOR:	FECHA: Marzo 2
NOMBRE DEL ATRACTIVO: CASCADA EL MOLINO	
PROPIETARIO: COMUNIDAD DE ZULETA	
CATEGORÍA: Sitios Naturales	TIPO: Caídas de Agua
SUBTIPO: Cascada	
2. UBICACIÓN:	LATITUD: 0,199457
LONGITUD: -78,075879	
PROVINCIA: Imbabura	CANTÓN: Ibarra
LOCALIDAD: Comunidad de Zuleta	
CALLE:.....	NÚMERO:.....
TRANSVERSAL:.....	
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO:	
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra	DISTANCIA(km): 18/5
KM	

V A L O R C A L I D A D I N T R Í N S E C O	5. USOS(SIMBOLISMO): LETRERO DE IDENTIFICACION DEL SITIO	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO NO <input type="checkbox"/> ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> DETERIORO <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> CAUSAS: El sitio no ha tenido intervención del hombre 6.1. PATRIMONIO Nombre: _____ Fecha de declaración: _____ Categoría: _____
		7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input type="checkbox"/> <input checked="" type="checkbox"/> DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: El entorno no ha tenido intervención del hombre.

8. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO											
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
		B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
TERRESTRE	ASFALTADO				AUTOMOVIL	X				365	
	LASTRADO				BICICLETA	X					
	EMPEDRADO	X			CABALLO	X				DÍAS AL MES	
	SENDERO				OTRO	X				Culturales	Día inicio Día fin
ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					:	
					BOTE					Naturales:	30 días
	FLUVIAL				CANOA					HORAS AL DÍA	
AÉREO					AVIÓN					Culturales	Día inicio Día fin
					AVIONETA					:	
					HELICÓPTERO					Naturales:	

A
P
O
Y
O

Observaciones: Para el acceso a este atractivo también se puede emprender una caminata ya que no está muy alejado de la Comunidad

RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS: La ruta únicamente es hasta la Comunidad de Zuleta no hasta el atractivo.

NOMBRE DE LA RUTA: IBARRA-ZULETA

DESDE: IBARRA **HASTA:** ZULETA **FRECUENCIA:** CADA 30 MINUTOS **DISTANCIA :** 18 KM

9. INFRAESTRUCTURA BÁSICA

AGUA

POTABLE ENTUBADA TRATADA DE POZO NO EXISTE OTROS

ENERGÍA ELÉCTRICA

SISTEMA INTERCONECTADO GENERADOR NO EXISTE OTROS

ALCANTARILLADO

RED PÚBLICA POZO CIEGO POZO SEPTICO NO EXISTE OTROS



FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS



12. DATOS GENERALES:

ENCUESTADOR: Acosta Negrte Jairo Santiago

FICHA No 02

SUPERVISOR EVALUADOR:

FECHA: Marzo 2018

NOMBRE DEL ATRACTIVO: CASCADA EL MOLINO

PROPIETARIO: COMUNIDAD DE ZULETA

CATEGORÍA: Sitios Naturales
de agua

TIPO: Caídas

SUBTIPO: Cascada



2.2 ¿Cuántas visitas ha realizado a la comunidad de Zuleta?

- a) 1 al año c) 3 al año e) Más de 4
b) 2 al año d) 4 al año ¿Cuántas?.....

2.3 ¿Cuáles fueron los motivos de su viaje?

- a) Ocio d) Familia
b) Negocios e) Trabajo
c) Salud f) Otros ¿Cuáles?.....

2.4 ¿Por qué medio Ud. se informó de la comunidad de Zuleta?

Medios de comunicación audiovisual

- a) Radio c) Internet
b) Tv d) Otros ¿Cuáles?.....

Medios de comunicación escrita

- a) Prensa c) Otros
b) Revistas ¿Cuáles?.....

Arquitectura publicitaria

- a) Pancartas c) Volantes
b) Trípticos d) Otros
¿Cuáles?.....

3. Nivel de consumo en la comunidad de Zuleta

3.1. ¿Qué tiempo permaneció en la comunidad de Zuleta?

- a) 1 a 6 horas f) 4 a 6 días
b) 7 a 12 horas g) 7 a 9 días
c) 13 a 18 horas h) 10 a 12 días
d) 19 a 23 horas i) ¿Más?
e) 1 a 3 días ¿Cuántos?.....

3.2. ¿Cuál es el uso y consumo de los bienes y servicios que usted realiza?

- a) Agroturismo d) Servicio de guianza
b) Gastronomía típica e) Comercialización de artesanías
c) Turismo de aventura f) Alojamiento g) Otros ¿Cuáles?

3.3. ¿Qué actividades recreacionales le gustaría realizar en la comunidad de Zuleta?

- a) Senderismo d) Cabalgatas
b) Observación de flora y fauna e) Visitas a comunidades
c) Ciclismo f) Otros ¿Cuáles?.....

4. Fortalezas de la comunidad de Zuleta

4.1. De los siguientes aspectos ¿Cuáles considera como fortalezas en la comunidad de Zuleta?

- a) Gastronomía Típica f) Recursos naturales
b) Hacienda Zuleta g) Guianza
c) Patrimonio cultural h) Bordados y Artesanias
d) Turismo de aventura i) Otros ¿cuáles?.....
e) Medicina ancestral

4.2. ¿Qué considera Ud. conveniente incluir para adecuar la comunidad de Zuleta?

- a) Servicio telefónico d) Paquetes turísticos
b) Mejoramiento de senderos e) Centros de información turística
c) Señalética turística f) Otros ¿Cuáles?.....

5. ¿Le gustaría realizar turismo comunitario en Zuleta?

- a) Sí b) No

6. ¿Cuánto está dispuesto a gastar en una experiencia turística en la comunidad de Zuleta?

- a) De 60 a 100 dólares c) De 151 a 200 dólares
b) De 101 a 150 dólares d) Más de 200 dólares

¿Cuánto?.....

7. Utilizando la escala del 1 al 10 califique la oferta turística de la comunidad de Zuleta, tomando en cuenta que 1 es regular y 10 es excelente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

8. Propuesta

8.1. ¿Cuál de las siguientes opciones cree Ud. Necesarias para una buena oferta y demanda de la comunidad? (puede marcar más de una opción)

- a) Una guía promocional turística
- b) Un video recreativo
- c) Una página web
- d) Todas las anteriores

Otras.....

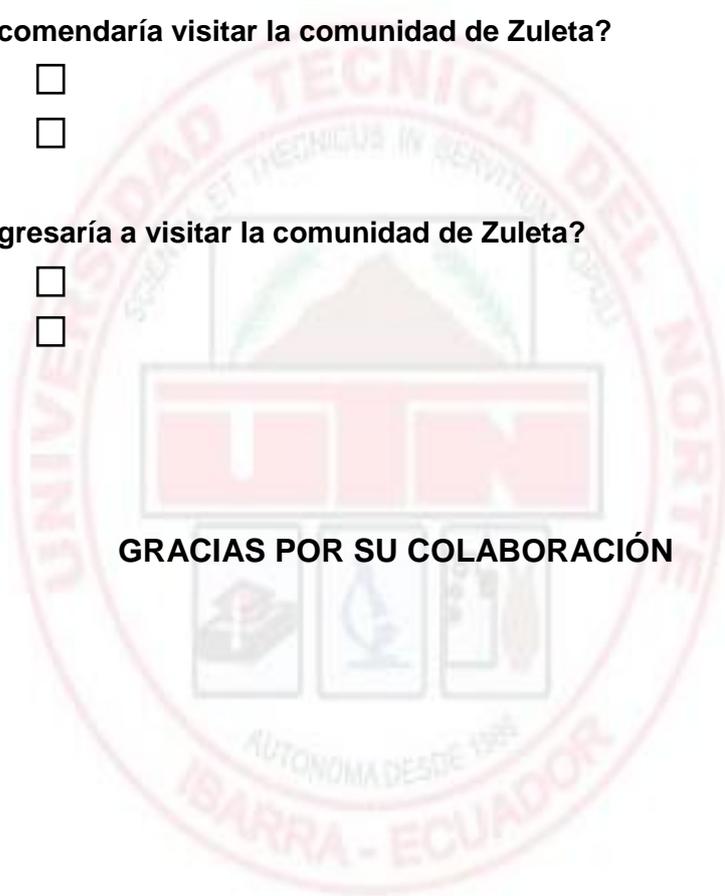
9. ¿Recomendaría visitar la comunidad de Zuleta?

- a) Sí
- b) No

10. ¿Regresaría a visitar la comunidad de Zuleta?

- a) Sí
- b) No

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN





UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

INGENIERÍA EN TURISMO

ENCUESTA DIRIGIA A: HABITANTES DE LA COMUNIDAD DE ZULETA

Nombre del encuestador: Santiago Acosta Fecha:

Estimado(a) señor/a, sírvase contestar la siguiente encuesta marcando con una X según corresponda, de manera clara y honesta, misma que tiene el propósito de identificar la oferta y demanda turística, para conocer los motivos de visita y el perfil de consumo de los turistas que visitan la comunidad de Zuleta del cantón Ibarra, provincia de Imbabura.

1. Datos informativos:

1.1 Género

- a) Masculino b) Femenino

1.2 Edad

- a) Menos de 20 años c) 46 a 65 años
b) 21 a 45 años d) Más de 65 años

1.3 Nivel de instrucción

- a) Primaria c) Superior e) Otro
b) Secundaria d) Ninguna ¿Cuál?.....

2. ¿Cuán conocida considera Ud. que es la comunidad de Zuleta?

- a) Muy conocido d) Desconocido
b) Conocido e) Muy desconocido
c) Ni conocido ni desconocido

3. ¿Cree Ud. que la comunidad de Zuleta posee recursos turísticos de interés para el visitante?

- a) Sí
b) No

4. **¿Cuáles de los siguientes recursos turísticos conoce y cree Ud. que son de mayor interés para el visitante?**

- a) Hacienda Zuleta e) El páramo de Zuleta
b) La casa mirador (Cerro el Cunro) f) Bordados y artesanías
c) Cascada el molino g) Fiestas socio-culturales
d) Laguna del Cubilche Otros ¿Cuáles?.....

5. **¿Cuáles cree usted que son los motivos por los cuales el turista visita esta zona? (Señale una o más opciones)**

- a) Paseo e) Visita a familiares
b) Descanso f) Todas
c) Compras g) Otros
d) Recreación ¿Cuáles?.....

6. **Qué tipo de actividades turísticas cree Ud. que son de mayor interés para el turista que visita la comunidad de Zuleta. (Señale una o más opciones)**

- a) Agroturismo f) Pesca deportiva
b) Caminatas a senderos h) Otros
c) Cabalgata
d) Ciclismo ¿Cuáles?.....
e) Comercialización de bordados y artesanías

7. **Los turistas que visitan esta comunidad, tienen interés en practicar el turismo comunitario.**

- a) Mucho interés e) Nada de interés
b) Poco interés f) Ni mucho interés ni poco interés
c) Muy poco interés

8. **Usted estaría dispuesto (a) a colaborar en el desarrollo de las actividades turísticas en la comunidad de Zuleta.**

- a) Si b) No

9. **En qué actividades le gustaría colaborar:**

- a) Turismo comunitario d) Servicios de guianza
b) Turismo de aventura e) Otras
c) Agroturismo ¿Cuáles?.....

10. Fortalezas y debilidades de la comunidad de Zuleta

10.1. De los siguientes aspectos ¿Cuáles considera como fortalezas y debilidades en la comunidad de Zuleta?

	F	D		F	D
a) Actividad agrícola			f) Medicina ancestral		
b) Identidad cultural			g) Capacitaciones para aprovechamiento de sus recursos		
c) Bordado y artesanías			h) Turismo comunitario		
d) Atractivos turísticos			i) Gastronomía típica		
e) Existencia de grupos folclóricos			j) Medios de transporte y comunicación		

11. Cree usted que existe suficiente información sobre el turismo comunitario y las diferentes actividades turísticas que se pueden realizar en esta comunidad.

- a) Si b) No

12. Utilizando la escala del 1 al 10 califique la oferta turística de la comunidad de Zuleta, tomando en cuenta que 1 es regular y 10 es excelente.

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

13. ¿Cuál de las siguientes opciones cree Ud. Necesarias para una buena oferta y demanda de la comunidad? (puede marcar más de una opción)

- a) Una guía promocional turística d) Todas las anteriores
 b) Un video recreativo e) Otras
 c) Una página web ¿Cuáles?.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4: fotografías

Gráfico 59: Parque recreativo hacienda Zuleta



Autor: Santiago Acosta

Gráfico 60: Hacienda Zuleta: cabalgatas



Autor: Santiago Acosta

Gráfico 61: Paseo en caballo



Autor: Santiago Acosta

Gráfico 62: Ruta del cordero asado



Autor: Santiago Acosta

Gráfico 63: Restaurantes ruta del cordero asado



Autor: Santiago Acosta

Gráfico 64: Centro de información de Zuleta



Autor: Santiago Acosta

Gráfico 65: Calle principal de Zuleta



Autor: Santiago Acosta

Gráfico 66: Comunidad de Zuleta



Autor: Santiago Acosta

Anexo: 5

Gráfico 67: URKUND



Documento	SANTIAGO ACOSTA.pdf (D35787311)
Presentado	2018-02-20 16:22 (-05:00)
Presentado por	Daza Navarrete Gloria María Del Carmen (gdaza@pucesi.edu.ec)
Recibido	gdaza.puce@analysis.orkund.com
Mensaje	Mostrar el mensaje completo

1% de estas 10 páginas, se componen de texto presente en 2 fuentes.

Correo de Outlook

Buscar en Correo y Conta... | Nuevo | Responder | Eliminar | Archivar | Correo no deseado | Limpiar | Deshacer

Carpetas: Bandeja de 32627, Correo no deseado 2, Borradores 13, Elementos enviados, Elementos eliminado, Archivo, Conversation History

Re: MARCO TEÓRICO Santiago Acosta

ORTIZ CUMBAL DENNIS VICTORIA <dvortiz@utn.edu.ec>
mar 20/02, 16:12
Usted: CRUZ GONGORA FABIO ELTON - DOCENTE FACAE (fecruzg@utn.edu.ec)

Buenas tardes Santiago

Te felicito el reporte del URKUND apenas me da el 1%. Aún así te envío el reporte para que lo revises

Documento : SANTIAGO ACOSTA.pdf [D35787311]

Alrededor de 1% de este documento se compone de texto más o menos similar al contenido de 70 fuente(s) considerada(s) como la(s) más pertinente(s).

La más larga sección comportando similitudes, contiene 15 palabras y tiene un índice de similitud de 73% con su principal fuente.

TENER EN CUENTA que el índice de similitud presentado arriba, no indica en ningún momento la presencia demostrada de plagio o de falta de rigor en el documento.
Puede haber buenas y legítimas razones para que partes del documento analizado se encuentren en las fuentes identificadas.
Es al corrector mismo de determinar la presencia cierta de plagio o falta de rigor averiguando e interpretando el análisis, las fuentes y el documento original.

Haga clic para acceder al análisis: