



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

**ANÁLISIS DE LA CULTURA ANCESTRAL DE LA
COMUNIDAD SAN CLEMENTE COMO
ALTERNATIVA DE INTEGRACIÓN Y
DESARROLLO COMUNITARIO A TRAVES DEL
TURISMO MISTICO EN LA PARROQUIA
CARANQUI CANTÓN IBARRA EN LA PROVINCIA
DE IMBABURA.**

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

AUTOR: Pantoja Santiago

TUTOR: Dr. Iván Gómez.

Ibarra, Septiembre 2012

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación práctico previo a la obtención del título de ingeniero en la especialidad de Turismo sobre el tema: **ANÁLISIS DE LA CULTURA ANCESTRAL DE LA COMUNIDAD SAN CLEMENTE COMO ALTERNATIVA DE INTEGRACIÓN Y DESARROLLO COMUNITARIO A TRAVES DEL TURISMO MISTICO EN LA PAROQUIA CARANQUI CANTÓN IBARRA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA**, del señor, Pantoja Santiago egresado de la Universidad Técnica Del Norte, Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología, escuela de Pedagogía; me permito notificar que dicho informe de investigación reúne los requisitos y méritos a la evaluación y asigno la nota de 10; y al mismo tiempo me permito sugerir los señores miembros del tribunal para la defensa pública correspondiente: MSC. Cesar Toapanta; MSc. Oswaldo Echeverría y Dr. Julio Rosero.

.....
Dr. Iván Gómez

DIRECTOR DE TESIS

DEDICATORIA

A Dios por cada día de vida; a mis padres por el apoyo y cariño incondicional, por su ejemplo de sacrificio entrega y trabajo.

AGRADECIMIENTO

A LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE POR BIRNDARME LA OPORTUNIDAD DE FORMARME PROFESIONALMENTE EN SUS CALIDAS AULAS.

A MIS DOCENTES QUE DÍA A DÍA COMPARTIERON SUS CONOCIMIENTOS CON PACIENCIA, OPTIMISMO Y EFICIENCIA.

A LOS HABITANTES DE LA COMUNIDAD SAN CLEMENTE POR FACILITAR EL DESARROLLO DEL PRESENTE TRABAJO.

RESUMEN

El mejoramiento de la calidad de vida de la sociedad es una de las premisas que motiva a buscar nuevas alternativas de desarrollo y productividad. El presente trabajo se orienta a potencializar la cultura ancestral de la comunidad de San Clemente ubicada en la parroquia La Esperanza, cantón Ibarra en la provincia de Imbabura. Como problema se identificó que la cultura ancestral de la comunidad no influye en la oferta turística actual, como alternativa de integración y desarrollo comunitario ya que la actividad se ha centrado en tres familias lo cual en vez de generar efectos positivos, ha efectuado lo contrario desmotivado de forma arraigada a los demás comuneros a integrarse en proyectos encaminados a identificar nuevas alternativas de trabajo en el área turística. Como objetivo general se planteó: analizar la cultura ancestral como oferta turística mística de la comunidad, y como objetivos específicos: caracterizar las manifestaciones místicas ancestrales de la comunidad, el cual se cumplió a través de encuestas a los adultos mayores donde se identificó información valiosa especialmente en lo que respecta a prácticas medicinales. Como segundo objetivo se ejecutó un estudio de mercado para identificar la demanda de un producto místico de la comunidad San Clemente, el cual se enfocó a encuestar a turistas que visitaron la comunidad y sitios con oferta similar en destinos de turismo indígena en el cantón Otavalo y Cotacachi. Como tercer objetivo se determinó el interés de participación de los pobladores en la actividad turística a través de una entrevista al cabildo y encuesta a los líderes de familia. Finalmente se presenta una propuesta alternativa de producto místico, un Centro de Saberes Ancestrales, KallpaNuna cuyo significado se concentra en la energía del espíritu; centro enfocado a promocionar sobre todo las practicas medicinales de la comunidad, manifestación que se ha mantenido de forma significativa.

ABSTRACT

Improving the quality of life of society is one of the premises that motivates you to find new ways of development and productivity. This work aims to potentiate the ancient culture of the community of San Clemente, located in the parish of La Esperanza, Ibarra Canton in the province of Imbabura. As problems are identified that the ancient culture of the community does not influence the current tourism offer, as an alternative to integration and community development as activity has focused on three families which instead of generating positive effects, has made otherwise unmotivated or rooted to the other parties to join projects to identify new ways of working in the tourist area. The main objective is raised: analyze ancestral culture as mystical tourism community, and specific objectives: to characterize the ancient mystical manifestations of the community, which was accomplished through surveys which identified seniors especially valuable in regard to medicinal practices. The second objective was executed market research to identify the demand for a product mystic San Clemente community, which focused on surveying tourists visited the community and similar sites of tourist destinations in the Canton Otavalo indigenous and Cotacachi. The third objective was determined the interest of local participation in tourism through an interview survey of the town hall and family leaders. Finally, a product alternative proposal mystic, an Ancestral Knowledge Centre, Nuna Kallpa whose meaning is concentrated in the energy of spirit; center mainly focused on promoting medicinal practices of the community, demonstration remained significantly.

INDICE

Contenido	Pag.
Aceptación del tutor	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Resumen	v
Introducción	1
CAPÍTULO I	3
1. Problema de Investigación	3
1.1 Antecedentes	3
1.2 Planteamiento del problema	4
1.3 Formulación del problema	5
1.4 Delimitación	6
1.5 Objetivos	6
1.6 Justificación	7
CAPITULO II	9
2. Marco Teórico	9
2.1 Fundamentación teórica	9
2.1.1 Cultura	9
2.1.1.1 Características de la cultura	10
2.1.1.2 Elementos de la cultura	11
2.1.1.3 Transmisión de la cultura	12
2.1.1.4 Manifestaciones de la cultura	12
2.1.1.5 Cultura ancestral	14
2.1.1.6 Manifestaciones culturales andinas	15
2.1.2. Turismo	23
2.1.2.1 Turismo rural	23
2.1.2.2 Turismo rural y desarrollo	24
2.1.2.3 Revalorización del patrimonio cultural y ambiental	25

2.1.2.4 Modalidades	27
2.1.2.5 Turismo cultural	29
2.1.2.6 Turismo místico	29
2.1.2.7 Turismo de salud	31
2.1.3 Descripción de la zona de estudio	32
2.1.3.1 Macrolocalización	32
2.1.3.2 Situación del sector turístico	33
2.1.3.3 Turismo interno del Ecuador	34
2.1.3.4 Situación del sector turístico Imbabura	35
2.1.3.5 Demanda de productos turísticos en Imbabura	37
2.1.3.6 Demanda turística en Otavalo	38
2.1.3.7 Demanda del Turismo rural comunitario	42
2.1.3.8 Microlocalización. San Clemente	43
2.1.3.9 Mercado turístico	47
2.1.4 Producto turístico	49
2.2 Fundamentaciones	51
2.1.1 Fundamentación social	51
2.1.2 Fundamentación turística	52
2.1.3 Fundamentación legal	52
2.3 Glosario de términos	53
CAPITULO III	55
3. Metodología de la investigación	55
3.1 Tipo de investigación	55
3.2 Métodos	56
3.3 Técnicas e instrumentos de la investigación	56
3.4 Población	57
3.5 Muestra	57
CAPITULO IV	59
4. Análisis e interpretación de resultados	59
4.1 Análisis de las encuestas aplicadas a turistas	60
4.2 Nivel de participación de la comunidad en las actividades	73

4.3 Resumen de las manifestaciones culturales ancestrales identificada en San Clemente	84
4.3.1 Costumbres y tradiciones	84
4.3.2 Gastronomía	85
4.3.3 Medicina	86
CAPITULO V	
5.1 Conclusiones	95
5.2 Recomendaciones	97
CAPITULO VI	99
6. Propuesta alternativa	99
6.1 Título	99
6.2 Justificación	99
6.3 Fundamentación	100
6.4 Objetivos	103
6.5 Ubicación sectorial	103
6.6 Desarrollo de la propuesta	104
6.6.1 Razón social	104
6.6.2 Logo	105
6.6.3 Objeto social	106
6.6.4 Base filosófica	106
6.6.5 Valores corporativos	107
6.6.6. Productos turísticos	108
6.6.7 Infraestructura del Centro de Saberes Ancestrales	111
6.6.8 Materiales y presupuesto	113
6.7 Impactos	114
6.8 Difusión	117
6.9 Bibliografía	118

INTRODUCCIÓN

El desarrollo del turismo es una de las actividades que dinamizan la economía de los sectores que se involucran en este proceso, a través de la integración y capacitación del recurso humano, conservación de recursos naturales y culturales, en sí es una fuerza dinamizadora de cambios encaminados al mejoramiento de la calidad de vida de los beneficiarios.

Imbabura es un referente de turismo en la zona norte por la diversidad de colores que cobija sus montañas, lagos y por la variedad de manifestaciones culturales propias de su gente, siendo evidente el progreso de la actividad turística especialmente del turismo cultural, aventura, compras entre otros.

El turismo místico se presenta como una alternativa para que el turista pueda vivir una relación directa con lo espiritual a través de un contacto con la naturaleza, considera en la cosmovisión andina como la deidad generosa de la vida.

El presente trabajo investigativo hace referencia a este tipo de turismo a través del estudio de los saberes ancestrales de la comunidad San Clemente donde se identificó que la manifestación más arraigada es lo referente a terapias medicinales.

A continuación se describe los capítulos en los que se dividió el desarrollo de la investigación; refiriendo las diferentes etapas a través de las cuales se logró el cumplimiento de los objetivos planteados.

En el **Capítulo I**, se detalla los indicios de esta investigación, la problemática identificada, se describe los antecedentes que sirvieron de

pauta para iniciar con este proceso, los objetivos cumplidos, y las razones que motivaron a elaborar este trabajo.

El **Capítulo II** detalla la fundamentación teórica destacándose temas como; Cultura, Turismo cultural y místico, Marketing Turístico y Producto Turístico, temas que sirvieron como sustento para el desarrollo y culminación del trabajo.

Capítulo III, presenta la metodología aplicada en la recopilación de la información puntual que constituyó la base para desarrollar la propuesta alternativa; así mismo detalla las técnicas utilizadas en el diseño de la muestra investigada.

En el **Capítulo IV** se indica el análisis e interpretación de los datos recopilados en las encuestas a los turistas, pobladores y entrevistas a los adultos mayores que se desarrollaron en la comunidad.

El **Capítulo V** expresa las conclusiones y recomendaciones que se basan en los resultados de la investigación y a los objetivos propuestos.

Concluimos con el **Capítulo VI** en el que se detalla la propuesta de Centro de Saberes Ancestrales Kallpa Nuna como estrategia de inclusión comunitaria.

Finalmente los anexos que comprenden los instrumentos de investigación aplicados; el cuestionario de la encuesta y entrevista, así como las fuentes de verificación en este caso las fotografías del trabajo realizado.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

San Clemente es un pueblo ancestral ubicado en las faldas de volcán Imbabura, es una comunidad que ofrece una alternativa turística de convivencia familiar, es un lugar lleno de cultura donde el trigo, la cebada y el maíz alimentan el cuerpo y espíritu, sus verdes campos embellecen el paisaje y la amabilidad de su gente pintan un panorama de tranquilidad y disfrute.

Actualmente 15 familias que han aunado esfuerzos se encuentran trabajando en una excelente e innovadora modalidad de turismo de convivencia familiar convirtiendo a San Clemente en un verdadero destino turístico, con el propósito de que el visitante obtenga una experiencia de acercamiento con la naturaleza y la cultura Kichwa Caranqui dando un fuerte impulso a la interculturalidad latinoamericana y del mundo entero.

Este proyecto de turismo comunitario se inició en el año 2002, como una iniciativa de desarrollo local en el que los miembros de la comunidad han sido líderes, trabajadores e impulsores de su propio desarrollo por medio de autogestión en la que todos participan.

Actualmente han logrado una apreciable difusión en el área de turismo de vivencia familiar y comunitario, forman parte de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador FEPTCE, se encuentra

en la nómina de operaciones turísticas comunitarias del Gobierno Provincial de Imbabura, y como en el caso del emprendimiento Inti Wasi forma parte de la asociación ADIN ECOSTUR en la ciudad de Ibarra; organismos de los cuales han recibido apoyo permanente en el área de capacitación y sobre todo el área de difusión y comercialización.

1.2 Planteamiento del problema

El turismo representa una alternativa de progreso, especialmente cuando tiene un enfoque sustentable; es decir, que se genere desarrollo económico, conciencia ambiental y sobre todo la responsabilidad social donde se incluye principalmente el mejoramiento de la calidad de vida, generación de fuentes de empleo y protección de la identidad cultural de un grupo humano.

Entre la variedad de tipos de turismo, el cultural ha logrado una ampliación en la preferencia de la demanda turística, el turista cada vez tiene una visión más amplia de lo que representa la experiencia directa con las manifestaciones culturales sobre todo las que tienen un legado ancestral que de forma paulatina se ha perdido y que a través de esta modalidad de turismo se ha fomentado el rescate y conservación de diferentes costumbres.

En Ecuador gran parte de las comunidades han apostado por el desarrollo de turismo cultural, en sus diferentes modalidades; místico, de vivencia familiar, de voluntariado, modalidades en las que el turista tiene la oportunidad de experimentar de forma real la cultura local.

En la provincia de Imbabura existen una serie de operaciones turísticas comunitarias siendo una de las que ha logrado mayor

reconocimiento la comunidad de San Clemente, siendo su mercado principal el extranjero.

La comunidad en si inició como un enfoque de desarrollo e integración comunitaria, sin embargo este sentido de inclusión se ha perdido ya que las familias que han logrado mejorar sus servicios para recibir al turista ha ido centralizando para sí mismo los nuevos contactos, dejando de lado el enfoque con el que se inició el turismo en la comunidad, limitando a la inclusión de sus familiares y las personas que no han logrado mejorar su infraestructura han perdido el interés y en algunos casos lamentablemente se ha generado diferencias entre los comuneros.

De igual forma la oferta se ha limitado a la vivencia familiar, que no quiere decir que sea mínima, pero la comunidad es tan rica en historia y legado ancestral que no se está aprovechando de forma eficiente, es decir existe escasas de iniciativas innovadoras a través de las cuales se facilitaría la inclusión de más actores, en términos generales las gestiones que se han desarrollado no se han enfocado en motivar la difusión de manifestaciones ancestrales las cuales poco a poco se están perdiendo, principalmente la práctica de medicina tradicional y el uso de alimentos de forma complementaria.

1.3 Formulación del problema

¿Cómo influye la cultura ancestral en la oferta turística mística de la comunidad San Clemente como alternativa de integración y desarrollo comunitario?

1.4. Delimitación

1.4.1. Unidades de Observación

La presente investigación se aplicó a los miembros de la comunidad San Clemente y a turistas que visitaron la comunidad y sitios estratégicos turísticos en el cantón Ibarra.

1.4.2. Delimitación espacial

La investigación se desarrolló en la comunidad de San Clemente, ubicada en la parroquia de Caranqui, en el cantón Ibarra.

1.4.3. Delimitación Temporal

El trabajo se desarrolló en los meses de enero a agosto del 2012.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo General

Analizar las manifestaciones de cultura ancestral de la comunidad San Clemente para desarrollar turismo místico como alternativa de integración y desarrollo comunitario

1.5.2. Objetivos Específicos

1. Caracterizar las manifestaciones místicas ancestrales de la comunidad San Clemente.
2. Ejecutar un estudio de mercado para identificar la demanda de un producto místico de la comunidad San Clemente.
3. Determinar el interés de participación de los pobladores de la comunidad San Clemente en la actividad turística.
4. Elaborar una propuesta de producto místico como parte de la cultura ancestral en la comunidad San Clemente para generar la integración y desarrollo comunitario.

1.6. Justificación

El desarrollo de la presente investigación se enfoca en analizar la cultura ancestral especialmente en medicina, música y gastronomía de la comunidad San Clemente con el objetivo de promover desarrollo local a través de la integración de miembros de la comunidad que no participan actualmente de esta actividad que es considerada una importante estrategia de progreso socioeconómico.

En el ámbito educativo se contempla difundir la información que se recopile a través del diseño y ejecución de nuevos productos turísticos que sean accesibles a todo perfil de turista, niños, jóvenes, adultos sin importar el género o la profesión.

En el aspecto cultural el propósito es contribuir al rescate y fomento de la cultura local como eje dinamizador de economía con la participación de actores claves que tengan la predisposición de trabajar en turismo, integrando más beneficiarios, cabe indicar que San Clemente es una comunidad cuyos miembros son un ejemplo vivo de cultura ancestral ya que mantienen sus costumbres y tradiciones de manera casi íntegra; su gente constituye un modelo de lucha, emprendimiento y liderazgo con las actividades que efectúan para su subsistencia y desarrollo.

En términos de producción el objetivo es integrar nuevas alternativas en la oferta de la comunidad, y por ende diversificar el turismo en el cantón y la provincia aportando así al progreso local y de las comunidades cercanas.

La propuesta a desarrollarse es factible ya que se ha mantenido contacto permanente con la Sra. Martha Pupiales presidenta de la comunidad que quien manifestó la necesidad de complementar la oferta y el desarrollo turístico integrando más beneficiarios los cuales han sido testigos del progreso de las familias que ya se han posicionado en la comunidad como líderes y referentes de lo que se puede lograr a través de una adecuada ejecución de las actividades.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Cultura

Paula Espinosa de los Monteros (1999), representante del Instituto Científico de Culturas Indígenas en su blog personal define:

La cultura es el conjunto de todas las formas de vida y expresiones de una sociedad determinada. Como tal incluye costumbres, prácticas, códigos, normas y reglas de la manera de ser, vestirse, religión, rituales, normas de comportamiento y sistemas de creencias. Desde otro punto de vista podríamos decir que la cultura es toda la información y habilidades que posee el ser humano.

Por otro lado Jorge O, (2008), describe que el término cultura, que proviene del latín cultus, hace referencia al cultivo del espíritu humano y de las facultades intelectuales del hombre.

En general, la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura.

Otra definición establece que la cultura es el conjunto de informaciones y habilidades que posee un individuo. Para la UNESCO, la cultura permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo: a través de ella, el hombre discierne valores y busca nuevas significaciones.

2.1.1.1. Características de la cultura

ADORNO, Theodor W. (2005) *Crítica cultural y sociedad* describe las siguientes características:

- a. Compuesta por categorías: Las taxonomías están en sus cabezas. Las categorías y taxonomías (formas de clasificación de la realidad) ayudan a la gente a no confundirse dentro del grupo.
- b. Cultura es siempre un Código Simbólico: Los de esa cultura comparten esos mismos símbolos (entre ellos la lengua) lo que les permite comunicarse eficazmente entre ellos.
- c. La cultura es un sistema arbitral: no hay reglas que obliguen a elegir un modelo; cada cultura ostenta su propio modelo de comportamiento cultural.
- d. Es aprendida: No es genética, no es interiorizada por instinto; una persona es el profesor (enseñador) de otra (en muchos de los casos la madre, el padre, el tío, etc).
- e. Es compartida: es necesario que todos los miembros tengan los mismos patrones de cultura para poder vivir juntos, por eso se comparte la cultura a través de la infancia, cuando se está introduciendo a los niños en la sociedad, es decir, se les está socializando (un proceso de socialización).
- f. Es todo un sistema integrado: donde cada una de las partes de esa cultura está interrelacionada con, y afectando a las otras partes de la cultura.

- g. Tiene una gran capacidad de adaptabilidad: está siempre cambiando y dispuesta a acometer nuevos cambios.
- h. La cultura existe (está) en diferentes niveles de conocimiento: nivel implícito, nivel explícito.
- i. No es lo mismo la “idea propia de Cultura” que la “cultura real vivida”: una cosa es lo que la gente dice qué es su cultura, y otra muy distinta es lo que ellos están pensando, en base a su modelo ideal de lo que deberían hacer, sobre lo que están haciendo.
- j. La primera y principal función de la cultura es adaptarse al grupo. Conseguir la continuidad a través de los individuos nuevos, juntarse al grupo.

2.1.1.2. Elementos de la cultura

RAYMOND Williams (1994) describe: La cultura forma todo lo que implica transformación y seguir un modelo de vida. Se dividen en:

A) Concretos o materiales: fiestas, alimentos, ropa (moda, arte plasmado, construcciones arquitectónicas, instrumentos de trabajo (herramientas).

B) Simbólicos o espirituales: creencias (filosofía, espiritualidad/religión), valores (criterio de juicio moral (ética), actos humanitarios), normas y sanciones (jurídicas, morales, convencionalismos sociales), organización social y sistemas políticos, símbolos (representaciones de creencias y valores, arte (apreciación), lenguaje (un sistema de comunicación simbólica) y tecnología y ciencia.

2.1.1.3. Transmisión cultural

MOYA Alba. (2000), expresa que la transmisión cultural en una sociedad se da través de lo que se conoce como la endoculturación y socialización.

E tanto el ser humano desde que nace está sujeto a la ayuda y por lo tanto a la interacción con otras personas. Por medio de esta interacción el niño y el adulto aprenden la cultura del grupo.

Durante toda la vida se transmiten los diferentes aspectos de la cultura; la forma de alimentarse y vestir; la manera de comportarse en las diferentes situaciones y contextos; la forma de relacionarse con las diversas personas; la concepción del tiempo y el espacio; la percepción de la realidad etc...

El proceso de socialización del individuo continúa a lo largo de toda la vida a través de la relación con otras personas en diferentes circunstancias, y la exposición a los diversos, medios de comunicación.

2.1.1.4. Manifestaciones culturales

ALEXANDER, Jeffrey C., (2000): Las manifestaciones culturales son de muy diverso orden. Aunque la lista puede ser extensa según el grado de especialización buscado, una taxonomía (clasificación) funcional para nuestros intereses puede reducirse a los siguientes puntos:

- personales: vestimenta, peinado, comida, creencias
- familiares: fiestas, casamientos, velorios, conmemoraciones;
- sociales: bingos, ferias, homenajes;

- públicas: desfiles, ferias, deportes;
- institucionales: asociaciones, sociedades, organizaciones, fundaciones;
- monumentales: estadios, construcciones, fuentes, monumentos, edificios;
- espaciales: parques, paseos;
- autorales: artistas, escritores, artesanos, y eventuales actos.

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

BAUMAN, Zygmunt, (2002); La condición fundamental radica en su estado público sin el cual no se pueden cumplir las condiciones identitarias. De ahí surge un serio cuestionamiento a la obra de arte, literaria o artesanal, cuya existencia, como manifestación cultural, solo adquiere vigencia cuando se la comunica, cuando adquiere estado público. La obra autoral pasa a ser cultura en el momento que participa de un proceso de comunicación. De ahí el valor de la galería, del museo, de la sala de conciertos, de la publicación y del acto de lanzamiento de una obra literaria. Esta función inherente al evento de poner en común la obra, le confiere su connotación cultural.

De ahí que, por naturaleza, en tanto convoca y provoca la identidad de los participantes, se constituye en un hecho cultural. Comunicar, dar estado público, poner en común, es participar en el proceso cultural, de donde resultaría redundante referirnos a un evento calificándolo de cultural, salvo para diferenciarlo de aquellos que llevan propósitos tales como una obra social o que tienen carácter estrictamente familiar, promocional, político, etc. En todo caso, lo que queda claro es que habría

que encontrar la fórmula para que el calificativo no apareciera como referido exclusivamente a la para cultura de la élite.

El evento cultural es un acto abierto sin propuestas subalternas, sin segundas intenciones, salvo la de entretener, en torno al descubrimiento de un acto de interés común. Aquí abordamos un aspecto subestimado por quienes teorizan sobre cultura y que no ha sido reconocido ni estudiado en toda la amplitud de su importancia: la comunicación. Los lazos que unen cultura con comunicación y a ésta con descubrimiento.

2.1.1.5. Cultura ancestral

En ese contexto, se retoma las definiciones de cultura “consiste en las costumbres, conocimientos (científicos, artísticos, etc...), expresiones y formas de vida de un determinado grupo social o pueblo, para una época o lapso de tiempo determinado”.

El sitio web <http://tuspreguntas.misrespuestas.com/> , describe:

Por cultura ancestral, se entiende que se refiere a lo tradicional o que proviene de los antepasados (un ancestro literalmente es un antepasado directo, pero aquí se utiliza en un sentido más amplio). Y en este sentido no apunta a los antepasados familiares directos, sino que refiriéndose a los orígenes de un pueblo.

Entonces tenemos que la cultura ancestral es aquella relativa a los pueblos originarios y tradiciones que dieron vida a la sociedad tal como la conocemos hoy en día.

Y así, de esta manera cada pueblo se debe de cierta manera a la cultura ancestral (o culturas, como suele ocurrir) que sirvió de base para definirlo tal como es en la actualidad. Y no sólo es un asunto histórico o de honrar a nuestros antepasados, sino que hay mucho que podemos aprender de su filosofía y sabiduría de vida, cosa tan necesaria hoy en día.

No hay que confundir lo que es la cultura ancestral con el culto a los antepasados, que se da como veneración a los ancestros ya fallecidos, donde se cree que estos interceden y participan de la existencia de los vivos. Esto se ha dado en una diversidad de culturas (por ejemplo común en aquellas ancestrales, aunque suene redundante), destacando el papel que le daban a los ancestros en China. Esto se ha dado históricamente en Egipto, África, la antigua Roma, la India y otros lugares. Me parece que ya me estoy alejando del tema, pero lo que ya te comenté me parece responde bien a tu pregunta, suerte.

2.1.1.6. Manifestaciones culturales andinas

Nidia Arrobo Rodas (2005), en la página web de la organización llacta: <http://www.llacta.org/notic/2005/not0116b.htm> describe los valores de la cultura ancestral andina:

a. Tierra-Territorio

Uno de los valores primordiales de las culturas indígenas es su adhesión a la Tierra. Existe entre los indígenas y la tierra una relación de simbiosis, de unión filial, de unidad y no de dominación. En ninguno de los casos investigados se incluye en el concepto de tierra una noción

economicista ni productivista. "La tierra es un recurso colectivo y no tiene valor individual y económico, la compra - venta es limitada".

La relación con la tierra ha sido el sustento por excelencia de la identidad y conciencia étnicas" a tal punto que la identidad indígenas está íntimamente ligada a ella, a un territorio. La relación al territorio tiene para los pueblos indígenas "una dimensión cultural - religiosa, en referencia a la Madre Tierra de donde nacieron; una dimensión cultural - histórica, por ser la tierra de los antepasados, y una dimensión "cultural - productiva", porque de ella sacan los productos que permiten la sobrevivencia y la vida".

b. Comunidad, lo Comunitario

Las culturas indígenas siguen manifestando su personalidad colectiva, ya sea en el trabajo o en la fiesta, y por eso son consensuales y tienen hondo contenido humanista y raigambre popular.

Los pueblos indígenas mantienen una serie de costumbres y reglas sociales fundamentadas en la solidaridad y el sentido comunitario. En muchos casos han institucionalizado prácticas comunitarias de ayuda mutua y/o de trabajo colectivo ritualizado.

c. Lenguas

La lengua es elemento fundamental de reproducción cultural, es elemento central de la identidad en su dimensión interiorizada y exteriorizada.

La lengua representa un patrón para la diferenciación cultural y es formadora de identidades.

d. Respeto al medio ambiente

La relación con la naturaleza y la lógica comunitaria y menos individualista hace de las culturas indígenas más proclives a la preservación del medio ambiente. La tierra recibe ofrendas frente a la destructividad intrínseca de los modelos basados en la lógica de la ganancia que depredan". "La conservación de la biodiversidad es concebida -entre los indígenas- como un bien colectivo que forma parte de una referencia cultural común que se expresa por ejemplo a través de los mitos de origen de la agricultura o de las plantas cultivadas. Además tiene un valor patrimonial y su circulación responde a reglas colectivas.

e. Solidaridad

De la praxis de la comunidad y lo comunitario nace la solidaridad como valor social que ha logrado perpetuarse en las culturas ancestrales.

Estos valores constituyen un cuestionamiento fundamental de los principios que están en el centro del dogma neoliberal, que confiere a la búsqueda de la ganancia individual y a la competencia entre agentes económicos el rol de motor y referente último del proceso económico.

f. Concepción del Tiempo

En América Latina, hasta la actualidad quedaron rezagadas visiones y valores característicos de las culturas indígenas ancestrales: Una visión distinta del tiempo, como tiempo cíclico y no lineal, de la relación con la naturaleza, como una relación de simbiosis y no de dominación, de las relaciones humanas, con la prioridad dada al equilibrio y a la armonía social por encima de la afirmación de la libertad individual.

Entre las culturas indígenas existe una lógica metodológica cíclica que tiene fundamento en la concepción del tiempo y del espacio como la que mantienen los entes adino-amazónicos, y a su vez en las dimensiones del microcosmos y macrocosmos Pacha, de acuerdo al ordenamiento natural basado en la Chakana.

Para los kichwa de Ecuador, el tiempo pasado no es lo que queda atrás, está delante. Existe una relación única y diferente con los difuntos a quienes se los honra de varias formas y hay la creencia de que ellos muestran el camino hacia donde tienen que dirigirse.

g. Resistencia milenaria

La resistencia cultural de los pueblos indígenas es secular. Mediante ella las culturas han sobrevivido a la conquista, a la colonia, al sistema capitalista, al neocolonialismo, y actualmente resisten a la globalización neoliberal. La resistencia cultural de los pueblos indígenas se sostiene en la afirmación identitaria, en el trabajo de consolidar la unidad en la diversidad y el reconocimiento de las diferencias.

"A través de los siglos las culturas indígenas han cedido parte de su personalidad ante la cultura dominante, pero no han sido destruidas por completo, son concretas como concretos son los pueblos que les dan vida. [21]

La resistencia de las culturas indígenas tiene múltiples manifestaciones. Se puede hablar de una resistencia lingüística, mediante la cual las lenguas mantienen su experiencia y su relación con el medio y la sociedad. "Se conserva la tradición oral, que suple los documentos escritos. Así mismo quedan los rituales que son al mismo tiempo una manifestación artísticas y una manera de vincularse con las fuerzas de la naturaleza; se expresa el arte como modo jubiloso de vivir; se guarda el papel cohesionador y educador de la familia; se aplican los sabios conocimientos de la medicina y la agricultura; se practica el respeto a la naturaleza".

También la resistencia tiene su expresión en la consolidación de estructuras de gobierno tradicional y nuevas instancias de participación comunitaria. Las identidades colectivas y los valores comunitarios se resisten a ceder su territorio y su cultura pese a que este haya sido severamente cercenado a lo largo de la historia y está permanentemente amenazada por las fuerzas asimilacionistas y excluyentes.

h. Capacidad de adaptación y evolución

Las culturas indígenas han evolucionado en el campo organizativo y de liderazgo; durante el fin de siglo pasado los pueblos indígenas se han convertido en sujetos políticos activos y visibles que reclaman derechos colectivos e inciden en búsqueda de cambios estructurales sustanciales de los estados.

i. Integración, no al secesionismo

Es una constante en todos los estudios nacionales el reconocimiento de la vocación integradora de los pueblos indígenas a sus respectivos estados nación. El secesionismo ni siquiera se lo menciona, al contrario se da "una articulación original entre elementos y aspiraciones culturales, políticas, territoriales y socio-económicas, una apertura a la realidad nacional y un anhelo a incorporarse a ella de manera autónoma sin renunciar a valores propios, pero con la aspiración de contribuir a la transformación de la realidad nacional".

j. Oralidad

La vigencia de la tradición oral que suple los documentos escritos, tiene fuerza y vigencia por ser genuina, minuciosa y verídica.

Testimonio elocuente es el de los kunas entre quienes "La historia se transmite oralmente, a través de tres vías: por los guías espirituales o sailagan; dentro de la casa del Congreso (Onmaked Nega), fuente principal de transmisión; por medio de la familia sobre todo la madre; y por medio de una educación colectiva (fiestas tradicionales) y educación popular (iglesia y organizaciones).

k. Religión

El sincretismo religioso es una característica de los pueblos indígenas. En México, persiste el culto a antiguas deidades y hay lugares sagrados como el cerro, las cuevas, mientras la fiesta principal es la del Santo Patrono. Las montañas y los ríos tienen significados en la

cosmogonía mesoamericana vigente en muchas comunidades son lugares de veneración y ritualización. El sistema de creencias es parte de la vida cotidiana. La siembra de la milpa y la cosecha son momentos en que se practica "la costumbre de ofrecer comida a la tierra antes de sembrar maíz, rezar en los cerros y en los ojos de agua y poner cruces en los manantiales como ofrenda a la tierra para que no se sequen, en señal de agradecimiento. Y al mismo tiempo el Santo patrono tiene que visitar a Santos de otras comunidades como señal de agradecimiento y bondad... ofrecer la amabilidad de un pueblo a otro.

I. Símbolos y costumbres

Los símbolos de identidad forman parte de la vida cotidiana de las comunidades y hay una constante recreación de los mismos. Estos están presentes en la actividad productiva, en las fiestas, en el ciclo de vida, en el acontecer político (como los rituales de cambio de poderes bastón de mando), entre otros.

En Ecuador la mujer kichwa es la guardiana de las costumbres y de la cultura. Por medio de sus vestimentas visibilizan la diferenciación cultural al interior de los pueblos de la nacionalidad kichwa. Entre los indígenas, la costumbre es ley y es fuente de leyes y mantiene la unidad de la comunidad.

m. Saberes

Las culturas indígenas disponen de muy diversos saberes, que combinados con los saberes de las culturas no indígenas, una vez que se trasladen las competencias y se definan las atribuciones que implican las

autonomías, pueden desplegarse en el proceso mismo de su reconstrucción.

n. Conocimientos técnicos de botánica:

Las culturas indígenas han desarrollado un conocimiento profundo de la naturaleza y de la botánica que se aplica no sólo en el campo de la agricultura sino también en otras áreas, como en la medicina natural. En el estudio nicaragüense encontramos que "los creoles manejan las propiedades de las plantas medicinales y la forma de cura y que entre comunidades se intercambian la asistencia médica".

La defensa de los recursos en territorio indígena y la valoración del conocimiento de la biodiversidad de los pueblos es una práctica frente a la creciente biopiratería y proyectos de ecoturismo. Los pueblos están desarrollando su capacidad para usar los medios para su reproducción y desarrollo de su cultura.

2.1.2. Turismo

Oscar de la Torre Padilla (2009), en su libro Turismo Fenómeno Social, describe la siguiente manifestación que facilita una comprensión más amplia del concepto de turismo.

El turismo es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada generando múltiples interrelaciones de importancia económica y cultural.

En tanto se puede definir al turismo como el conjunto de las acciones que una persona lleva a cabo mientras viaja y pernocta en un sitio diferente al de su residencia habitual, por un periodo consecutivo que resulta inferior a un año.

Sumado a esta definición Dahha Jorge, (2007) aporta:

El turismo se ha constituido en un renglón prioritario dentro del esquema económico de muchas naciones, tanto desarrolladas como en vías de desarrollo o emergentes. Las utilidades que aporta a un país obligan a contemplar con detenimiento la forma de intensificar esta actividad.

El fenómeno turístico, visto en otras épocas de manera superficial, ha adquirido en la actualidad un relieve de tal significación que debe situarse ya en un primer plano de la estructura económica por generar empleos, impuestos y divisas; descentralizar de modo planificado las operaciones de la economía; sustituir importaciones de servicios de turismo preparando la capacidad instalada para satisfacer al mercado interno, así como por transferir riqueza de zonas con mayor ingreso a otras de menor importancia.

2.1.2.1. Turismo rural

2.1.2.1.1. La nueva economía rural

Muñoz Roberto (2003) en su libro Manual de turismo rural para micro pequeños y medianos empresarios rurales refiere:

Durante las últimas décadas se produjeron importantes cambios en la valoración social de los recursos naturales y también en el modo de apreciar la tarea que realizan los agricultores. Antes el campo sólo era

valorado como el sostén de la producción agropecuaria y el trabajo de los agricultores se consideraba importante por ser ellos los encargados de producir los alimentos y otros bienes agrícolas.

Actualmente los habitantes de las ciudades aprecian al mundo rural como el proveedor de los alimentos que consumen, pero también como el rincón en el que se atesora la tranquilidad, la naturaleza, el agua pura, las tradiciones y muchas otras riquezas que valen la pena resguardar para las generaciones futuras.

En tanto describe externalidades o efectos positivos dentro del contexto sociocultural:

- Estilo tradicional de vida. Mantienen el estilo tradicional de vida que se pierde en las ciudades.
- Patrimonio cultural. El patrimonio cultural de los pueblos se preserva en las zonas rurales.
- Aporte al Desarrollo Rural
- Ingreso y empleo en zonas rurales. Los productores agropecuarios generan con su actividad ingresos económicos y empleos en las zonas rurales.
- Viabilizar las comunidades rurales. Los pueblos rurales se desarrollan

2.1.2.2. Turismo rural y desarrollo

Muñoz J (2003); El turismo puede contribuir notablemente al desarrollo económico y social de las comunidades rurales. Así lo consideran las más modernas estrategias de desarrollo rural que proponen desenvolver acciones destinadas a promover el turismo rural.

Un concepto central de esta estrategia de desarrollo es la fuerte participación local en el proceso. Esta característica conduce a Taylor (in Richards and Hall 2000 p.1) a señalar que el concepto de comunidad involucrada en el desarrollo del turismo rural, se aproxima al corazón del debate de la sostenibilidad, porque, según Ryan, (2002), el concepto de turismo sostenible y desarrollo comunitario están íntimamente ligados.

El planteamiento no es irrelevante, pues como toda actividad económica, el turismo genera impactos positivos y negativos. La participación de la comunidad resulta de importancia, pues se relaciona con la distribución de los ingresos que genera la actividad.

Se observa crecientemente en las zonas rurales la aparición de inversiones extrarurales cuyo aporte al desarrollo económico local en muchos casos es de bajo impacto frente a los costos ambientales asociados. Puede ocurrir que inversiones de capitales extrarregionales, las que en general deben ser bienvenidas, generan un menor impacto socioeconómico con un mayor costo ambiental que una estrategia de desarrollo local del turismo soportada con menor inversión y en general tienen menor impacto ambiental. Según nuestro criterio, ambos son negocios de turismo rural que por su localización, tienen características muy diferentes.

2.1.2.3. Revalorización del patrimonio cultural y ambiental

Barrera, E.; Muratore, N. (2003), El turismo rural ha probado ser un instrumento eficaz para revalorizar las diversas manifestaciones culturales. A su amparo se desarrollan rutas temáticas relacionadas a recursos culturales.

Es muy importante el fenómeno que se registra en cuanto a las tradiciones. El hecho de tener que mostrarles y en muchos casos dar explicaciones sobre ellas, lleva a los responsables e interesados a realizar un estudio más exhaustivo de las mismas.

El turismo rural es un instrumento cultural de singular valor que justifica el estímulo de los gobiernos para su desarrollo y realiza un aporte sustantivo en materia de conservación ambiental, porque los habitantes rurales revalorizan la naturaleza y la cultura anexa.

Dvoskin, R. (2001); En las nuevas regiones turísticas algunas especies animales que antes eran plagas de la agricultura y, por tanto, combatidas de las más diversas formas, se transforman, gracias al turismo, en valiosas y pasan desde él debe al haber en el balance patrimonial de la zona.

Los habitantes rurales reciben visitas cuando cuentan con fauna que mostrar. Quienes no la han cuidado no obtienen los ingresos que dejan los turistas.

No sólo se revaloriza la fauna con el turismo, también todos los recursos sociales de interés turístico. Las pinturas rupestres son un ejemplo interesante. Cuando están abiertas al público, sin que generen renta o sin que el Estado las proteja (como ocurre en casi toda América Latina), terminan estropeadas. Cuando un productor o una comunidad rural reciben turistas, se encargan de preservarlas para las generaciones futuras.

2.1.2.4. Modalidades

Gurría Di-Bella, M. (2000); en su libro “El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo”:

Un concepto fundamental a la hora de definir el Turismo Rural, desde la perspectiva agropecuaria, es que al menos algunos de los servicios deben ser ofrecidos por productores agropecuarios. Cualquiera sea la modalidad turística debe brindarse al visitante la posibilidad de realizar actividades variadas. Quien visita un predio con una finalidad determinada siempre disfrutará adicionalmente si realiza actividades variadas que pertenecen a modalidades diferentes del turismo rural. Aunque la motivación de viaje del turista se vincule especialmente al agroturismo, siempre la experiencia resultará enriquecida si tiene la oportunidad de participar de una excursión de tipo cultural.

La autora cita algunas de las modalidades que puede asumir el Turismo Rural de acuerdo a las motivaciones del turista.

MODALIDAD	MODALIDAD
Ecoturismo	Turismo de deportes
Turismo cultural	Turismo gastronómico
Turismo místico/esotérico	Turismo de salud
Turismo de aventura	Turismo religioso

Fuente: Gurría Di-Bella, M. (2000)

De igual forma define un perfil del turista por cada modalidad:

Tipo de turismo	Tipo de actividades	Tipo de turista	Motivación	Perfil de las vacaciones	Tamaño del mercado y potencial
TURISMO NATURAL	Senderismo	Diverso, principalmente parejas sin hijos, la mayoría de edad inferior a 44 años e ingresos elevados	Salud y bienestar, tranquilidad, naturaleza, paisaje	Muy estacional Estadía prolongada (7 noches)	Perspectivas excelentes
	Observación de la fauna	Relativamente bien situados, buena educación, maduros, interesados en el medio ambiente (nido vacío)	Naturaleza y educación	Estacional	La ornitología es el pasatiempo de más rápido crecimiento en el mundo. Muy buenas perspectivas
TURISMO CULTURA	Festivales, acontecimientos históricos, pueblos, visitas turísticas	Ingresos superiores a la media, entre 45 y 64 años, la mayoría parejas.	Descubrir, aprender, experiencia, contacto con la gente	Menos estacional, viajes más cortos para asistir a algún acontecimiento	Uno de cada 7 turistas en Escocia asiste a un acontecimiento cultural. Muy buenas perspectivas.
TURISMO EDUCATIVO	Viajes turísticos, cursos, conferencias	Extranjeros, grupos de estudiantes, personas naturales jubiladas	Educación, descubrimiento, contacto con la gente	Todo el año. Suele evitar el verano. Viajes largos	Ingresos per cápita elevados. Buenas perspectivas
DEPORTES DE CAMPO	Caza, pesca	Hombres entre 35 y 55 años	Retos, emoción	Estacional. Generalmente viajes cortos	Buenas perspectivas

Fuente: Gurriá Di-Bella, M. (2000)

Para el desarrollo del presente trabajo se tomará como definiciones base; el turismo cultural, místico y de salud.

2.1.2.5. Turismo cultural

Gurría Di-Bella, M. (2000); La riqueza histórica que se atesora en el seno de muchas familias criollas constituye, sino el único, uno de los principales sustentos de propuestas de Turismo Rural basadas en la cultura. Existen numerosos establecimientos agropecuarios que poseen un patrimonio histórico muy valioso que sólo puede ser conservado gracias a la explotación turística.

Contar con recursos humanos adecuadamente preparados para recibir a turistas es en ésta actividad tan importante como en el turismo ecológico.

El turismo cultural puede asumir diversas formas:

- Festivales y acontecimientos, banquetes
- Música, teatro, espectáculos
- Vida rural (por ejemplo granjas, mercadillos locales)
- Gastronomía, degustación de productos locales
- Turismo general, edificios rurales y “ambientes”
- Visitas a monumentos históricos y religiosos o edificios típicos, ruinas
- Gente famosa de la región

2.1.2.6. Turismo místico

Ministerio de Turismo (2006):

La diversidad de costumbres en nuestras regiones es rica en culturas y creencias. Existen lugares muy concurridos por los turistas que

gustan de experimentar nuevas experiencias, viajes de ayahuasca y practica de ritos culturales del tiempo de los incas.

www.monografias.com/místico define:

El "Turismo Místico" o "Espiritual", el que se basa en el desarrollo de la persona utilizando, generalmente, los conocimientos ancestrales y elementos naturales.

La guía Turismo Místico Un encuentro al máximo del Ministerio de Turismo (2006) explica: lo místico no siempre se relaciona con lo oculto, lo desconocido, lo sobrenatural; al contrario, nos relaciona con un estado espiritual que los visitantes experimentan al llegar a la región Norte del ecuador. Además no necesariamente debe llevarnos a pensar en el Yachak y la práctica de Sahamanismo sino más bien, en un contacto directo con la naturaleza al punto de poder conversar con ella, de sentir su energía y de crear mundos nuevos donde se puedan revivir mitos, leyendas costumbres y tradiciones ancestrales.

Desde siempre la sabiduría de las Machi, Chamanes, sanadores y otros tipos de "médicos brujos", han sanado enfermedades sólo utilizando la naturaleza y su energía. Hay algunos casos que se han demostrado científicamente y otros quedan en el anonimato, puesto que fue un fracaso.

Estos tipos de curanderos lo hacían sin fines de lucro.

El sitio web: www.mincetur.gov.pe describe:

Con el tiempo, utilizando la misma mística y conocimientos de la madre tierra, algunos grupos de personas han formado campamentos o

lugares turísticos que reúnen distintas técnicas de sanación, ya sean enfermedades o superación personal. Junto con esto, también ofrecen algunos pasatiempos como rafting, cabalgatas o escaladas, dependiendo del lugar geográfico.

Estos lugares, además de ser turismo místico, tienen mucha relación con la ecología, ya que la base de todo es la naturaleza y rechazar toda la destrucción que ha logrado el hombre.

2.1.2.7. Turismo de salud

El Plandetur 2020:

El turismo de la salud es "la suma de todas las relaciones y fenómenos resultados de un cambio de ubicación y de residencia de las personas para promover, estabilizar y en lo apropiado, restablecer el bienestar físico, mental y social mientras usa servicios médicos y para quién el lugar en donde él está permaneciendo no es su domicilio permanente o su lugar de trabajo.

Esta definición se complementa con la definición de turismo de bienestar: "la suma de todas las relaciones y fenómenos resultados de un viaje y residencia de las personas cuya principal motivación es preservar o promover su salud. Se quedan en un hotel especializado que provee el conocimiento profesional apropiado y trato personalizado. Requieren un paquete de servicios que abarca cuidado de la salud, la belleza, una nutrición saludable, dieta, relajamiento, meditación y actividades mentales educativas."

Barrera, E. (1998), en cambio describe: para esta línea de producto, se relacionaron las siguientes variantes de producto tales como Termalismo, Medicina Ancestral, SPA's, y Otros.

Por otro lado referente al turismo enfocado en el área de medicina tradicional se puede afirmar que en los últimos diez años, debido a una cierta apertura hacia la medicina no- occidental que se ha experimentado en el país, un buen porcentaje de pacientes son blancos o mestizos provenientes de zonas urbanas del país quienes acuden en búsqueda de técnicas curativas y una medicina alternativa.

2.1.1. Descripción de la zona de estudio

2.1.1.1. Macro localización; Turismo en el Ecuador

Para el presente trabajo se tomó como referencia el Plan de Marketing de las Operaciones Turísticas Comunitarias de la Provincia de Imbabura desarrollado por el Gobierno Provincial de Imbabura (2009).

Este estudio analizó la demanda potencial que enfrentarán los emprendimientos de *turismo rural comunitario*. Ésta demanda tiene sus referentes en la demanda turística nacional, en la demanda de Imbabura y Otavalo, primer punto de llegada de turistas de la zona en la provincia de Imbabura y finalmente en la demanda del turismo comunitario referenciada en la Empresa de Turismo Rural Comunitario Runa Tupari, la cual ha facilitado información fiable de los turistas que visitan las comunidades y sus preferencias.

2.1.1.2. Situación del sector turístico en el Ecuador.

En el año 2008 Ecuador recibió 1 millón 5 mil 297 llegadas de visitantes extranjeros, que significa un incremento del 7,23% con relación al año 2007 en el que ingresaron 937.487 visitantes extranjeros, según los datos provisionales entregados al Ministerio de Turismo, por la Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional.



Fuente: Anuarios de Migración Internacional – INEC (2004-2008)

Es importante destacar que en ésta cifra (1 millón 5 mil 297), no se incluye los arribos de los ecuatorianos residentes en el exterior. Ésta información estadística determina que, como una tendencia histórica, en los meses de julio y agosto existe una mayor afluencia de llegadas, registrándose durante el año 2008, 109.250 y 1196.336 respectivamente, seguido del mes de enero que contabilizó 92.378 llegadas, a través de las diferentes jefaturas de migración ubicadas a nivel nacional.

2.1.1.3. Turismo interno en el Ecuador

Para la obtención de ésta información se tomó como referencia a la encuesta de turismo interno realizada en junio 2002 y julio 2003, encuesta realizada por el Ministerio de Turismo, en donde se identifica el volumen del turismo interno en Ecuador alcanza casi los diez millones de visitantes de los cuales 3'504.131 (36%) son excursionistas y 6'354.341 (64%) son turistas, con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

Cuadro 1. Preferencias de actividad de turistas nacionales

ATRACTIVO VISITADO	TOTAL DE VISITANTES	%
Sitios naturales	786.718	29,5
Playas	775.756	29,1
Balnearios termales	404.860	15,2
Sitios de diversión	221.414	8,3
Sitios de comida	144.161	5,4
Fiestas y mercados	102.281	3,8
Fiestas religiosas	65.396	2,5
Otros	56.460	2,1
Parque nacional	40.147	1,5
Museos	34.267	1,3
Zonas históricas	26.988	1
Sitios arqueológicos	7.867	0,3
TOTAL DEL UNIVERSO	2.666.315	100

Fuente: Encuesta de Turismo Interno (junio 2002- julio 2003) – Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador. Ministerio de Turismo del Ecuador

Se espera que el turismo receptor e interno aumente con la presencia de nuevas oportunidades creadas por la innovación en productos ofertados y mejores condiciones de acceso a estos productos.

2.1.1.4. Situación del sector turístico en Imbabura.

GPI (2009), describe:

En Imbabura la actividad turística ha ido desarrollándose desde **los años 60**, entre los principales atractivos turísticos está la feria artesanal indígena de Otavalo Plaza Centenario, más conocida como la plaza de los Ponchos que en éste tiempo ya llamaba la atención de la gran mayoría de visitantes extranjeros. En la actualidad el excelente estado de la carretera panamericana norte, facilita el flujo de turistas extranjeros y nacionales, además de la excelente infraestructura de servicios de alojamiento y alimentación ubicada en las zonas urbanas y rurales; Estos factores han sido importantes para que a la provincia de Imbabura se la considere como una provincia eminentemente turística.

Entre los más importantes atractivos de origen natural tenemos la laguna de Cuicocha, parte de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, Yahuarcocha con el autódromo en el cantón de Ibarra y San Pablo con su paisaje único. En la actualidad la feria de Otavalo se efectúa todos los días, 15 siendo el de mayor importancia la feria del día sábado, que motiva la visita de turistas a nivel nacional e internacional; la feria de Moda de Atuntaqui en días feriados como el carnaval, motivan a turistas nacionales a visitar la provincia, a más de la gastronomía con apetecidos platos típicos con sus especialidades en cada uno de los Cantones. Las fiestas como la del Yamor en la ciudad de Otavalo, y de la Jora en Cotacachi, llaman la atención de los turistas en los meses de agosto y septiembre. Con éstos atractivos, servicios e instalaciones turísticas, la demanda y el interés de los turistas nacionales y extranjeros han incrementado y diversificado, hasta llegar a ser en la actualidad en el sector económico más importante en toda la provincia.

La oferta turística está compuesta por los productos turísticos que están en condiciones de ser consumidos por los turistas. Para que el consumo turístico tenga lugar es necesario contar con recursos turísticos, puestos en valor para uso turístico, acordes a las motivaciones del turista; los que unidos a los servicios turísticos, brindan la posibilidad de que el turista tenga una experiencia con un grado de satisfacción superior o al menos acorde al precio que está dispuesto a pagar por los mismos. El encuentro entre la oferta y la demanda turística en la provincia se produce de diversas formas:

- A través de paquetes preestablecidos que incluyen en su costo todos los servicios, ésta forma tradicional es manejada por los operadores turísticos y comercializada, a través de operadores y de agentes de viajes.
- A través del desplazamiento de viajeros independientes, bien informados, que organizan sus propios recorridos, transporte, alojamiento, y otros servicios; por su cuenta utilizan el Internet y los medios electrónicos de compra, tanto turistas nacionales como internacionales.
- Una mezcla de las dos posibilidades, con un paquete básico y el suficiente tiempo libre para optar por alternativas de oferta local de acuerdo a sus gustos y motivaciones.

Las dos últimas modalidades van ganando espacio frente a la primera, debido a las facilidades tecnológicas de comunicación y a las preferencias de los turistas. El turismo nacional y local, según estadísticas, constituye más del 55% del gasto turístico total, y alrededor del 60% lo hace en su propio vehículo, sale sin planificación preestablecida, y toma decisiones sobre el terreno en base de la información que encuentra, es decir, que cada vez más existe la

necesidad de adecuar los territorios con recursos listos para ser visitados, información sobre los mismos, y que los complementan.

2.1.1.5. Demanda de productos en la provincia de Imbabura

La provincia de Imbabura y la ciudad de Otavalo son puntos estratégicos para la demanda turística nacional. La ciudad de Otavalo recibe un promedio de 250.000 visitantes (turistas y no turistas) al año. El 25% de visitantes que llegan al Ecuador visitan Otavalo, de éste grupo la mayoría son extranjeros (67%), y un importante grupo son turistas nacionales (33%).

- El promedio de estadía de los turistas en la ciudad de Otavalo es de 2 noches.
- El turista que visita Imbabura llega atraído por los principales puntos promocionados internacionalmente: mercado artesanal de Otavalo, Cuicocha, Cotacachi y la cultura. La mayoría de turistas que llegan a la zona están interesados en visitar las comunidades indígenas.
- Los turistas en la ciudad de Otavalo gastan en promedio alrededor de \$85. Los principales gastos son: compra de artesanías, alojamiento y alimentación.
- La mayoría de turistas (nacionales y extranjeros) que llegan a Otavalo, usan transporte público, luego viajan en vehículo propio y en menor proporción en transporte del tour operador.
- La mayoría de turistas que decidieron visitar Otavalo conocieron de éste lugar, a través de un libro o guía turística, luego a través de referencias de amigos, el Internet, reportajes de televisión, agencias de viajes, revistas, diarios, suplementos, etc.

En este sentido es importante recalcar que los turistas son atraídos por la provincia de Imbabura, principalmente por su cultura y una de las actividades que más motiva es la visita a comunidades indígenas; de igual forma que la mayoría se moviliza en transporte público lo cual facilitaría la llegada a la comunidad de San Clemente, que es un destino rico en cultura.

Al ser San Clemente una comunidad indígena, se toma como referencia la demanda de la ciudad de Otavalo por la cercanía y características similares en la oferta de productos culturales.

2.1.1.6. Demanda Turística en la ciudad de Otavalo

- **Volúmenes y procedencias**

Es difícil obtener un dato exacto del número de visitantes (turistas y no turistas), que llegan anualmente a Otavalo. Sin embargo, es posible hacer una aproximación tomando como referentes los siguientes datos: alrededor del 25% de los visitantes que llegan al Ecuador van a Otavalo.

Según la Subdirección de Turismo de Otavalo, aproximadamente el 25% de los visitantes que llegan a Otavalo son Ecuatorianos, alrededor de 250.000 visitantes nacionales y extranjeros, al año.

Número de Visitantes (turistas y no turistas)que llegan a Otavalo					
AÑO	2004	2005	2006	2007	2008
Total	204.731,75	214.972,00	210.138,75	234.371,75	251.324,25

Nota: para calcular el número de visitantes extranjeros se ha hecho una aproximación. Los datos de las llegadas anuales de extranjeros por el 0.25, que se estima, es el porcentaje de visitantes que visitan Otavalo.

Fuente: Anuarios de Migración Internacional – INEC

De los 167 turistas entrevistados en el Sondeo de Demanda Turística en la ciudad de Otavalo (año 2.005), el 77% de los entrevistados fueron extranjeros y el 23% nacionales. En el referente de la temporada alta, que es el sondeo de demanda del 2.002, el 57% eran turistas extranjeros, mientras que el 43% fueron ecuatorianos. En promedio se tiene un 67% de turistas extranjeros y 33% de turistas nacionales.

- **Estadía o permanencia promedio**

Durante el primer trimestre del 2005, alrededor de la mitad de visitantes que llegaron a Otavalo fueron turistas (visitantes que permanecieron en la ciudad por más de 24 horas); el promedio de pernoctación del turismo receptor en la ciudad de Otavalo es de 2 noches (julio – marzo). De la experiencia de la empresa de turismo comunitario de Runa Tupari, puede concluir que la estadía promedio de los turistas que llegan a Otavalo, también es de 2 noches. Otavalo es la cuarta ciudad más visitada del Ecuador continental, luego de Quito, Guayaquil y

Cuenca. Los turistas llegan a la zona atraídos principalmente por el mercado artesanal de Otavalo y por el paisaje (lagos y montañas). Una vez en Otavalo, los turistas visitan otros lugares no tan promocionados o eligen experiencias, como el turismo comunitario.

- **Motivaciones de las visitas**

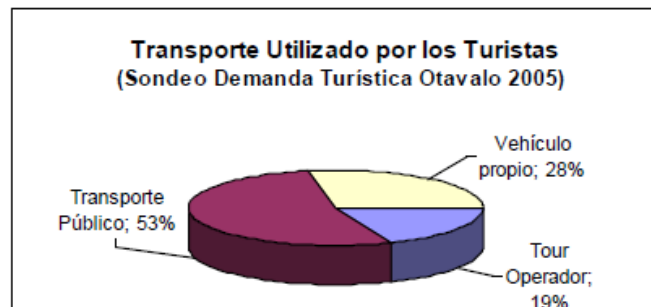
Los entrevistados del sondeo de demanda turística realizado en la ciudad de Otavalo, expresaron que su principal motivación para visitar la ciudad fue la compra de artesanías. El segundo motivo, el paisaje y el tercero se refiere a los aspectos culturales. Esto confirma que los turistas llegan a la zona motivados por los principales atractivos que son conocidos y promocionados a nivel internacional. Estos puntos de atracción son: el mercado artesanal de Otavalo, la laguna de Cuicocha, y la cultura. En el sondeo de Demanda (2005), el 68% de turistas manifestó que les interesaría visitar las comunidades indígenas, el 30% dijo no estar interesado (falta de tiempo o desinterés) y un 2% se mostró indeciso. Quienes manifestaron estar interesados en visitar las comunidades desearían encontrar servicios de alojamiento, alimentación, bicicletas o caballos.

- **Principales Gastos**

Los turistas en la ciudad de Otavalo gastan en promedio alrededor de \$85. Los principales gastos son: compra de artesanías, alojamiento y alimentación. (Sondeo de Demanda 2005).

- **Características del viaje**

Según el Sondeo de Demanda Turística del 2.005, la mayoría de turistas (nacionales y extranjeros) que llegan a Otavalo, usan transporte público (53%). El 19% de turistas viajan con transporte del tour operador, en éste grupo la mayoría son extranjeros, el 28% restante viaja en vehículo propio y generalmente son turistas nacionales.



Fuente: Sondeo de demanda turística 2005.

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

En cuanto al tipo de alojamiento al que llegaron los turistas entrevistados en el Sondeo de Demanda Turística 2005, un 89% de los turistas extranjeros se alojó en establecimientos comerciales y un 11% en casas de familiares o amigos.

- **Medios de Información**

Según el Sondeo de Demanda Turística en Otavalo (2.005), la mayoría de turistas que decidieron visitar Otavalo, conocieron de éste lugar, a través de un libro o guía turística (32%). Un 28% conocieron del lugar por referencia de amigos, a través del Internet un 7%, por reportajes de Transporte Utilizado por los Turistas (Sondeo Demanda Turística

Otavalo 2005) Tour Operador; 19%Transporte Público; 53%Vehículo propio; 28% televisión 6%, por agencias de viajes 5%, por revistas, diarios y suplementos 5% y otros medios, 17%.

2.1.1.7. Demanda del Turismo Rural Comunitario.

GPI (2009) afirma:

El primer emisor del turismo rural para Ecuador es Europa (28%), seguido por América del Norte (24%) y América del Sur con el 15%. El segmento de turistas extranjeros fue el más interesado en la experiencia de un turismo de intercambio cultural y contacto con la naturaleza. El 90% de los turistas recibidos por Runa Tupari en el 2.007 fueron de Europa (principalmente Holanda y Francia), EEUU y Japón.

- Tomando como referencia los datos históricos de la operadora de turismo Runa Tupari se confirman la tendencia de los últimos años, se ha incrementado el número de turistas interesados en un turismo rural de convivencia, de intercambio cultural y de relación con la naturaleza.

- El total de clientes atendidos desde el 2.001 hasta el 2.007 es de 5.077 turistas alojados en los alberges, esto corresponde a 12.442 pernoctaciones, también fueron atendidos 8.227 pax en los 1.872 tours vendidos en el mismo período.

- Al igual que en la tendencia nacional, los meses de temporada alta de la actividad turística son julio, agosto y septiembre, siendo el mes de julio, el de mayor actividad para la empresa Runa Tupari. El promedio de permanencia en los albergues familiares es de 1,7 noches.

- El tour más vendido es el tour a comunidades, relacionada a la cultura, luego están los tours de actividades en la naturaleza, como recorridos a Cuicocha o Mojanda y finalmente los tours de aventura.

- Existe un cierto grado de complementariedad entre los productos que ofrece Runa Tupari (alojamientos y tours). El 46% de los tours corresponden a turistas que también se han alojado en un albergue, éstos productos están muy bien conectados.

- El principal canal de distribución para el turismo rural comunitario, es el tour operador (41% de las noches vendidas en el 2.007). Al contrario en el caso de los tours, los principales consumidores fueron los turistas “independientes”, es decir, quienes no organizan su viaje con tour operador (46 % de los tours vendidos en el 2.007).

Se concluye que esta información es valiosa ya que se confirma que los tours más vendidos son los relacionados con visitas a comunidades, relacionados a la cultura y naturaleza, lo cual se debe aprovechar por la cercanía de la comunidad San Clemente a la ciudad de Otavalo y por el excelente potencial que tiene la comunidad.

2.1.2.8. Microlocalización; Comunidad San Clemente

El Gobierno Provincial de Imbabura (2008) en el documento de ***“Fortalecimiento de la cadena productiva: Operaciones Turísticas Comunitarias en los cantones de Cotacachi, Otavalo, Ibarra, Urcuquí y Pimampiro de la Provincia de Imbabura*** “describe la línea base de la comunidad:

La comunidad de San Clemente se encuentra ubicada al sur del Cantón Ibarra, en la parroquia La Esperanza. La operación turística consiste en una red de 6 alojamientos familiares rurales, que ofrecen servicio de alojamiento, alimentación, actividades culturales, visita a talleres artesanales, caminatas por senderos ecológicos y ascenso al volcán Imbabura. La oferta se organizó por iniciativa propia, posteriormente ha tenido el apoyo de ACDI - Instruct, el Ministerio de Turismo, el Gobierno Provincial de Imbabura y el Municipio de Ibarra, especialmente en temas relacionados con capacitación, asistencia técnica y promoción. A través del FEPP se ha conseguido microcréditos para hacer las adecuaciones pertinentes para acondicionar los alojamientos familiares.

- **Dimensión económico-productiva.-** El turismo de forma gradual se ha ido incorporando en la actividad productiva familiar remunerada. Se inició en el año 2.002 con dos alojamientos familiares, para ofrecer sus servicios al entonces pequeño flujo de turistas que llegaban a la parroquia de la Esperanza. Esta actividad se ha ido desarrollando con iniciativa propia, mediante contactos que se han hecho de forma directa y posteriormente con apoyos externos.

La comunidad de San Clemente tiene como principal actividad productiva la agricultura, se cultiva cereales y tubérculos. En menor medida hay producción de ganado vacuno en unidades productivas cuyo tamaño promedio es de 2.75 ha. por familia. Los ingresos que se generan provienen de: 55% agricultura y ganadería, 15% artesanías en madera, 10% artesanías en bordados, 15% trabajo en el sector construcción y un 6% son educadores. El turismo en el caso de algunas familias representa hasta el 35% de sus ingresos totales. El trabajo remunerado se da especialmente en actividades agrícolas y el sector de la construcción para

los varones. Para las mujeres es el sector artesanal, específicamente bordados.

- **Potencialidades.-** Existe capacidad instalada y debidamente adecuada para recibir a 48 personas en 6 alojamientos familiares distribuidos en la comunidad. A los turistas se ofrecen los siguientes servicios: Alimentación con gastronomía andina, guianza nativa por senderos ecológicos en las cercanías, ascenso al Imbabura, presentaciones artísticas de música y danza tradicional, demostración y venta de artesanías, paseos a caballo y alquiler de bicicletas. Los comuneros han ido adquiriendo experiencia en el manejo turístico y se puede evidenciar la importancia que le dan a la calidad en el servicio, la manipulación higiénica de los alimentos y la buena sazón. Es una fortaleza importante que puede ser replicada con otras comunidades. Cuentan con un sistema de registro de huéspedes y se lleva una contabilidad de las actividades.

- **Dificultades.-** San Clemente tiene como principal dificultad el acceso a canales comercialización y promoción del turismo, a fin de incrementar la demanda y hacer un mayor uso de la capacidad instalada. Al momento, reciben en promedio 360 pasajeros por año, en su mayoría extranjeros lo cual equivale a un índice promedio de ocupación del 2.1% en el servicio de alojamiento.

- **Dimensión ambiental-territorial.-** San Clemente se encuentra ubicado en la parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra, en las coordenadas longitud 08° 19' 71'' y latitud 00° 31' 38'' a una altitud de 2.673 msnm. en el valle interandino. Está a una distancia en tiempo de

15 minutos desde la zona urbana. Se dispone de una vía de segundo orden (empedrada), lo cual facilita su acceso durante todo el año. Existe servicio de transporte público hasta la comunidad, lo cual facilita su acceso y abarata los costos operativos.

- **Potencialidades.-** San Clemente se encuentra ubicado en un sitio privilegiado, con un hermoso paisaje en su alrededor, muy cerca de la ciudad de Ibarra, es de fácil accesibilidad y en un entorno cultural único. La parroquia La Esperanza, ha sido desde hace ya muchos años un lugar de destino turístico, cuya oferta se concentraba principalmente en la cabecera parroquial. Adicionalmente, existen algunos vestigios arqueológicos precolombinos en el sector de la cultura Caranquis que tienen potencial de ser aprovechados como atractivos complementarios. Su fácil acceso hacia el volcán Imbabura es otra potencialidad a ser desarrollada, para el segmento de turistas que practican el andinismo. Por otro lado, San Clemente cuenta con un sistema de clasificación de desechos y un manejo apropiado para su disposición final. En general se puede observar que la comunidad está siempre limpia y libre de desechos en las vías, producto de la concientización de sus comuneros sobre la importancia de mantenerla limpia para el turismo.

- **Dificultades.-** Es muy escasa la señalización vial. Los senderos ecológicos para uso turístico no cuentan con señalética apropiada. Es necesario hacer algunas adecuaciones para garantizar la seguridad de las personas para el ascenso al volcán Imbabura.

- **Dimensión social.-** San Clemente ha ido desarrollando una cultura participativa con sus comuneros. A través del turismo han fomentado la

revitalización cultural, especialmente en la escuela de la comunidad. La redistribución de una parte de los beneficios que genera el turismo para la comunidad ha generado confianza en los comuneros y les ha incentivado a un mayor empoderamiento del turismo. Tienen la capacidad de establecer compromisos como contraparte.

- **Dimensión humana.-** En San Clemente, la población está conformada por 138 familias, con 573 habitantes, 278 varones y 295 mujeres. Todos pertenecen al grupo indígena kichwa Karanki. Se cuenta con acceso a servicio de agua potable, energía eléctrica, telefonía fija en algunas casas y telefonía celular. La comunidad cuenta con una escuela primaria. La educación secundaria está relativamente cercana en la cabecera parroquial e Ibarra. El índice de analfabetismo es del 25,6% en personas mayores de 15 años (Inec, 2.001)

En tanto la comunidad es un potencial en excelencia para el desarrollo del turismo, pero demanda intervención en algunos aspectos para que el turismo se fortalezca y sobre todo se mejore las condiciones de vida de la población, se generen fuentes de empleo y sobre todo se promueva el respeto a la identidad de la cultura local.

2.1.3. Mercado Turístico

Philip Kotler 2004 describe:

“El concepto de transacción conlleva al concepto de mercado. Un mercado es un conjunto de compradores reales y potenciales que pueden realizar transacciones con un vendedor. El tamaño de un mercado depende del número de personas que muestren una necesidad común,

disponen de renta y otros recursos que interesan a otros, y están deseando ofrecer estos recursos a cambio de lo que quieren”.

2.1.3.1. Componentes.

El mercado turístico está constituido por dos elementos que hacen posible el diseño, la comercialización y el consumo de los productos.

a. Oferta turística

La Asociación Chilena de Municipalidades declaró en el 2000 que: **“La oferta de una comunidad pertenece al conjunto integrado de tres componentes básicos que son: atractivo turístico, planta turística e infraestructura. Estos pueden ser colocados en el mercado por medio de procesos de gestión, desplegados por los empresarios turísticos, por las propias comunidades y por otras organizaciones”.**

Referente a esta definición el autor del presente trabajo hace referencia que es importante mantener una armoniosa relación entre el atractivo, la planta y la infraestructura turista, ya que de una forma planificada se puede gestionar e involucrar un producto en el mercado y posesionarlo.

b. Demanda Turística

Desde el punto de vista económico la demanda turística para Mera R. en su libro de Marketing turístico del 2002 se precisa que la cantidad de cualquier producto o servicio turístico que las personas desean o son

capaces de adquirir, a cada costo específico en un conjunto de posibles precios durante un periodo de tiempo.

Haciendo referencia a la definición del autor la demanda turística es el conjunto de turistas que están motivados por una serie de productos y servicios turísticos para cubrir sus necesidades de descanso, recreo, esparcimiento, negocios, existiendo una estrecha relación entre el precio del mercado y el volumen de la demanda.

2.1.4. Producto turístico

Hemos tratado en forma universal el término producto con las características que debe poseer para adentrarnos general del turismo como prolegómeno al concepto de producto turístico de cara al marketing. Por tanto, el concepto de producto turístico es importante tenerlo bien claro como base para la aplicación de la mercadotecnia en turismo.

Conceptualización del producto turístico. Conjunto de bienes y servicios con específico que contribuye a la satisfacción de los requerimientos del turismo; sus insumos son:

- Los atractivos turísticos, tanto naturales como artificiales.
- Los recursos humanos en su versión de calidad de servicio, cultura y hospitalidad.
- Los servicios de entretenimiento, transporte, alojamiento, alimentación, etcétera.

Características del producto turístico. En general, responden a las mencionadas al inicio del capítulo, comunes a cualquier producto, más otras propias del fenómeno turístico.

Por tanto, el producto turístico es:

- Funcional: se acopla y sirve al usuario turístico.
- Material: conformado por los atractivos naturales.
- Aureolar: por la imagen posicionada del producto en cuanto al todo como un elemento atractivo, de seguridad y confianza para el turista.
- Comercial: es ofertado y demandado.
- Económico: constituye un factor influyente en el producto interno bruto y en la balanza comercial.
- Evolutivo: marcha a la par con la tecnología y la competencia.

Otras características del producto propias de su esencia son:

- No es transportable sino más bien estacionario.
- Se compra su uso, no el producto.
- Comercia, exporta e importa derivados del producto turístico, como atractivos y eventos culturales.
- Tiene un perfil físico y de servicio, por tanto su conducción resulta bastante sui generis.
- Integra la comodidad material con la espiritual tanto a nivel individual como de masas.

Uno de los principales objetivos del marketing es conocer el tipo de producto turístico, su demanda, oferta, comercialización y los mercados

alternativos, lo que permite determinar el mercado potencial del producto turístico.

2.2. Fundamentaciones

2.2.1. Fundamentación social

De acuerdo al código ético mundial para turismo; El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino:

1. Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

2. Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. La concepción urbanística y arquitectónica y el modo de explotación de las estaciones y de los medios de alojamiento turístico tenderán a su óptima integración en el tejido económico y social local. En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal local.

En tanto la pertinencia de intervenir con un trabajo que fortalezca la actividad turística en la comunidad San Clemente con un enfoque de inclusión social.

2.2.2. Fundamentación turística

En el contexto turístico se tomará como base el Plan de marketing para las operaciones turísticas de las operaciones turísticas comunitarias de Imbabura donde menciona que el turista que visita Imbabura llega atraído por los principales puntos promocionados internacionalmente: mercado artesanal de Otavalo, Cuicocha, Cotacachi y la cultura. La mayoría de turistas que llegan a la zona están interesados en visitar las comunidades indígenas; en tanto el potencial que existe en la comunidad San Clemente debe ser aprovechado de forma eficiente.

2.2.3. Fundamentación legal

Se puede hacer referencia a la Constitución de la república del Ecuador donde se menciona:

TÍTULO I; ELEMENTOS CONSTITUTIVOS DEL ESTADO, Capítulo primero; Principios Fundamentales

Art. 3. Son deberes primordiales del Estado: 7. Proteger el patrimonio natural y cultural del país.

De igual forma en el capítulo II, sección cuarta; cultura y ciencia: Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

2.3. Glosario de términos

Actividad Turística: Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista.

Atractivos turísticos: Todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico.

Biodiversidad.- Variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente. En su sentido más amplio, biodiversidad es casi sinónimo de 'vida sobre la Tierra'.

Conservación.- Mantener algo o cuidar de su permanencia. Continuar la práctica de costumbres, virtudes y cosas semejantes.

Diversidad Cultural: en nuestro país existe una diversidad cultural muy extensa, con tanta pluralidad que viene a ser una de las más completas del mundo entero, ya que en ella encierra la libertad de cultos, deportes, mitos, leyendas, canto, artes y danzas entre otras cosas.

Exótico.- Extranjero, peregrino, especialmente si procede de país lejano.

Extenuante.- Enflaquecimiento, debilitación de fuerzas materiales.

Interculturalidad.- Al hablar de interculturalidad nos referimos al cambio de conocimientos de nuestros acervos, o mejor dicho a llevar nuestras cultura a otros sectores, con la finalidad de hacer que trascienda a otros ámbitos y dar a conocer nuestra identidad y origen.

Patrimonio.- Conjunto de los bienes propios adquiridos por cualquier título.

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

Preservación Cultural: es deber de todo ciudadano velar por la preservación de sus orígenes culturales para no dejarlos perder como ha sucedido hasta ahora, que nos hemos dejado llenar de culturas ajenas a las nuestras, perdiendo así la identidad cultural que nos caracteriza.

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

Valoración: se basa en el aprecio personal que demos a los legados ancestrales que conforman nuestro acervo y que desde siempre han marcado nuestra identidad como pueblo y nuestra autonomía cultural.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

El desarrollo del trabajo se fundamentó en diferentes tipos de investigación donde se priorizo el trabajo de campo y la intervención de fuentes primarias.

3.1.1. Investigación bibliográfica y documental: se desarrolló a través de la identificación de textos de autores relacionados al área cultural abordando lo siguientes temas: la cultura, sus características, elementos y sobre todo las manifestaciones que forman caracterizan a un grupo humano; de igual forma sobre la cultura como potencial turístico. También se abordó temas de estudio de mercado tomando como referente un estudio realizado en el cantón Otavalo, destino de cultura ancestral de comunidades indígenas.

3.1.2. Investigación de campo: como primer punto se realizó una reunión previa con la presidenta de la comunidad para socializar el trabajo a desarrollarse y así lograr desarrollar un trabajo real, verídico y sobre todo participativo. Posteriormente se realizó visitas de campo a la comunidad, se entrevistó a las personas que tienen conocimientos sobre prácticas de medicina ancestral, donde las señoras de la tercera edad fueron las principales fuentes de información.

3.2. Método de Investigación

3.2.1. Método Analítico: este método facilitó el análisis de los diferentes componentes de la cultura ancestral que se identificaron a través de las entrevistas.

3.2.2. Método Sintético: se refleja en el desarrollo de la propuesta donde se sintetizó los componentes de la cultura local en una idea que integra dichos conocimientos y sobre todo una pauta de inicio para que las personas de la comunidad que aún no han participado en la actividad turística se integren de forma paulatina.

3.3. Técnicas e Instrumentos de Investigación

Para el desarrollo de la investigación bibliográfica se aplicó las fichas nemotécnicas.

Y para la ejecución de la investigación de campo se aplicó la **encuesta**, como herramienta de recolección primaria. La técnica mencionada estuvo dirigida a turistas que visitaron la comunidad San Clemente y en operaciones turísticas comunitarias de la provincia como Peguche. Así mismo en sitios de afluencia turística como: la Plaza de Ponchos de Otavalo y Cotacachi.

De igual forma entrevistas a miembros de la comunidad para identificar las manifestaciones culturales.

3.4. Población

Para el presente trabajo se tomó en cuenta que el producto a proponer es de tipo cultural en una comunidad indígena. En tanto se consideró como población el número de turistas que ingresan al cantón Otavalo de forma mensual.

De igual forma a los jefes de familia de la comunidad San Clemente, para identificar el nivel de participación en la actividad turística.

UNIDADES DE OBSERVACION	TOTAL
Turistas extranjeros al cantón Otavalo	20943
Número de familias de la comunidad	161

3.5. Muestra

En tanto la muestra se obtiene aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{PQ \cdot N}{(N-1) \frac{E^2}{K^2} + PQ}$$

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

N = Población / Universo

(N-1) = Corrección geométrica, para muestras grandes >30

E = Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.3 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado. en educación.)

K = Coeficiente de corrección de error, valor constante = 2

$$n = \frac{0.25 (20943)}{\frac{20942 (0.0036) + 0,25}{4}}$$

$$n = \frac{5235,75}{19,097}$$

$$n = 274$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

El presente capítulo describe el análisis de las herramientas de investigación que se aplicaron para el cumplimiento de los objetivos. En una primera parte se expone los resultados de las encuestas aplicadas a los turistas que visitaron operaciones turísticas comunitarias en la provincia de Imbabura; en el cantón Otavalo en la cascada de Peguche, la Plaza de Ponchos; en el cantón Cotacachi, la cabecera cantonal, el terminal de Ibarra y en la comunidad de San Clemente, para determinar la demanda de un producto místico de cultura indígena ancestral.

En una segunda parte se detalla las encuestas aplicadas a los líderes familiares de la comunidad, para identificar el nivel socio económico, el nivel de participación y antecedentes de la actividad turística en la comunidad, el interés y predisposición de integrarse en el turismo, determinar los diferentes recursos con los que cuentan para poder hacerlo, información valiosa para el desarrollo de una propuesta alternativa posterior al trabajo de investigación que genere un involucramiento comunitario.

Finalmente un resumen de las entrevista realizada a la Sra. Martha Pupiales presidenta de la comunidad y adultos mayores para recopilar la información de las manifestaciones ancestrales de la comunidad.

4.1. Análisis de las encuestas aplicadas a los turistas

1. Género

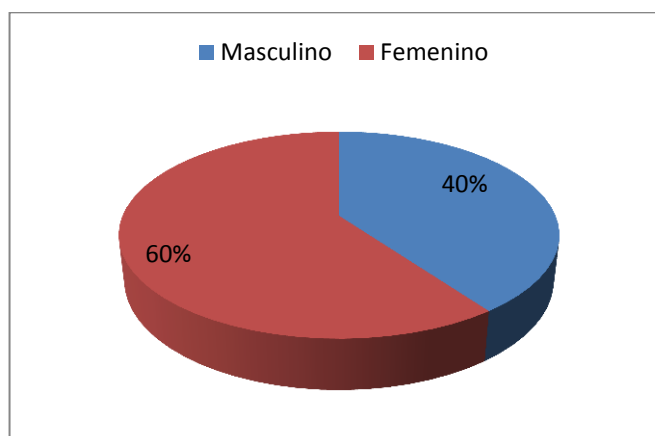
Cuadro N° 1. Género del encuestado

Género	Frecuencia	%
Masculino	110	40
Femenino	164	60
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 1. Género del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

La información describe que los turistas que visitan la provincia de Imbabura son en su mayoría mujeres, sobre todo en los grupos de turistas extranjeros donde se pudo identificar que estaban compuestos por el género femenino.

2. Edad del encuestado

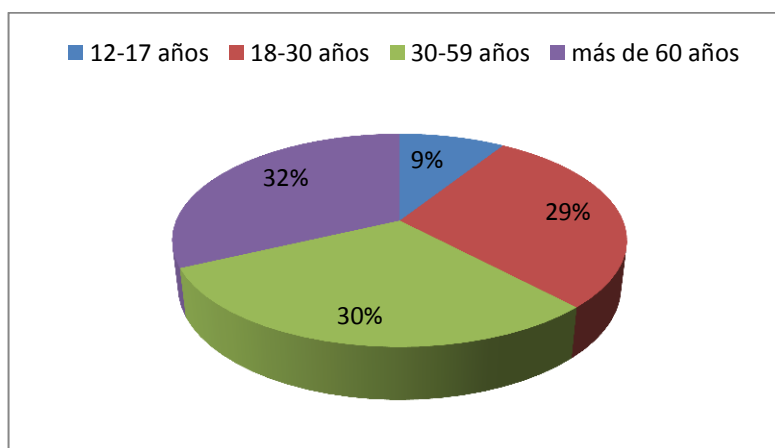
Cuadro N° 2. Edad del encuestado

Edad	Frecuencia	%
12-17 años	25	9
18-30 años	79	29
30-59 años	81	30
más de 60 años	89	32
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 2. Edad del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Referente a la edad se distingue que el 9% estaba compuesto por menores de edad, el 29% entre 18 y 30 años, y el resto sobre pasa los 30 años. En este sentido es importante recalcar que destinos enfocados en ofertar manifestaciones culturales son visitados de preferencia por personas mayores de 30 años que verdaderamente se interesan en la cultura de un grupo humano y tienen tendencia a participar de ella.

3. Profesión u ocupación

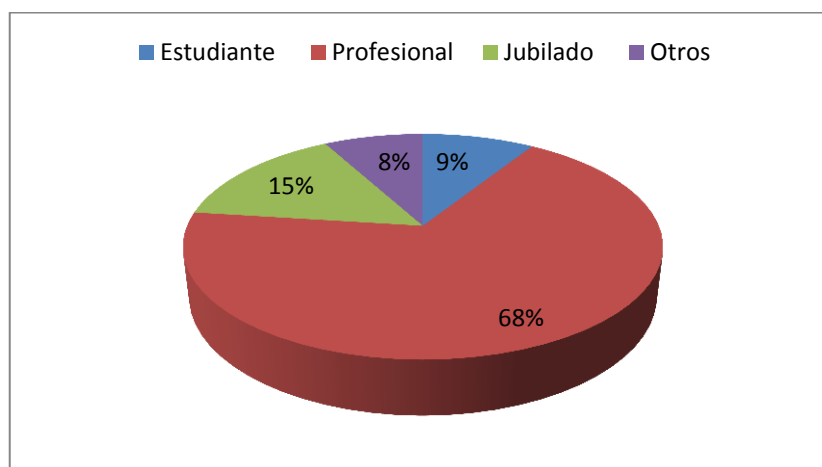
Cuadro N° 3. Profesión u ocupación

Profesión	Frecuencia	%
Estudiante	25	9
Profesional	187	68
Jubilados	41	15
Otros	21	8
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 3. Profesión u ocupación



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

En lo que respecta a la ocupación o profesión se distingue que el 68% está compuesto por profesionales, seguido por el grupo de jubilados y los estudiantes. En este sentido es importante recalcar que los destinos culturales son visitados en gran parte por personas con fines informativos donde el interés por conocer y en algunos casos participar de las actividades culturales está presente en el perfil del turista.

4. Lugar de procedencia:

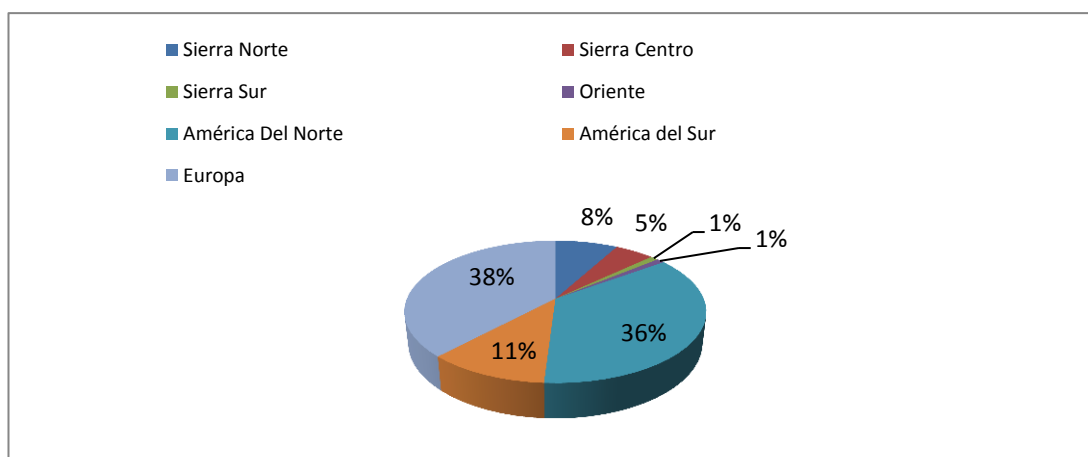
Cuadro N° 4. Lugar de procedencia

Profesión	Frecuencia	%
Sierra Norte	21	8
Sierra Centro	15	5
Sierra Sur	3	1
Oriente	2	1
América Del Norte	98	36
América del Sur	29	11
Europa	106	39
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 4. Lugar de procedencia



La información describe el lugar de origen del turista para lo que se menciona que en la investigación de campo se consideró en su mayoría a turistas extranjeros en razón de que el destino a potenciar “La comunidad de San Clemente” tiene afluencia en un 90% extranjera. Se pudo identificar que los turistas eran de Norte América y Europa. En lo que se refiere a turistas nacionales la mayoría eran de la Sierra norte y centro de las ciudades de Tulcán, Quito, Ambato.

5. En el último año ¿Cuántas veces visitó una comunidad indígena de cultura ancestral en el área rural de la zona andina ecuatoriana?

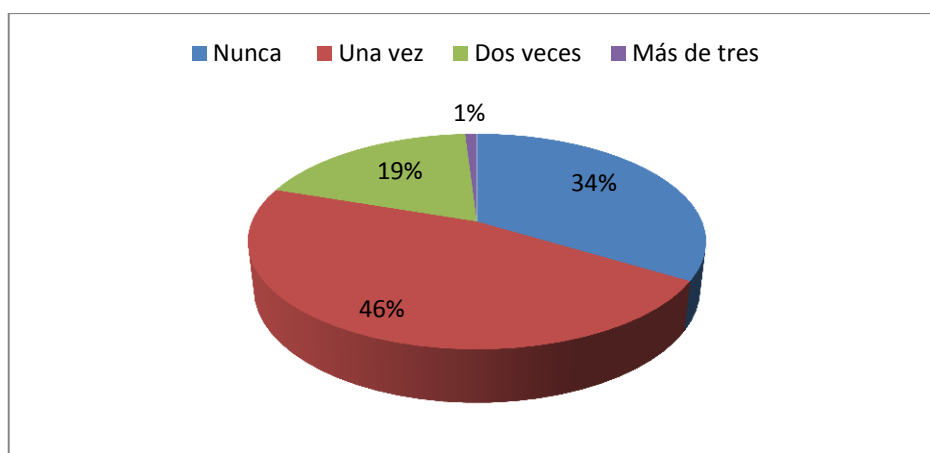
Cuadro N° 5. Lugar de procedencia

Frecuencia de viajes	Frecuencia	%
Nunca	92	34
Una vez	129	47
Dos veces	51	19
Más de tres	2	1
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 5. Lugar de procedencia



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Casi la mitad de los encuestados manifestaron que en último año visitaron una comunidad indígena de cultura ancestral en la zona andina ecuatoriana, el 34% nunca, el 19% dos veces y el 1% más de tres veces. Se puede concluir que este tipo de destinos culturales no tienen tanta acogida como los destinos de naturaleza, aventura, playa, recreación; ya que no están dirigidos a un segmento de mercado de masas.

6. Si ha visitado este tipo de atractivos, ¿cuantos días permaneció?

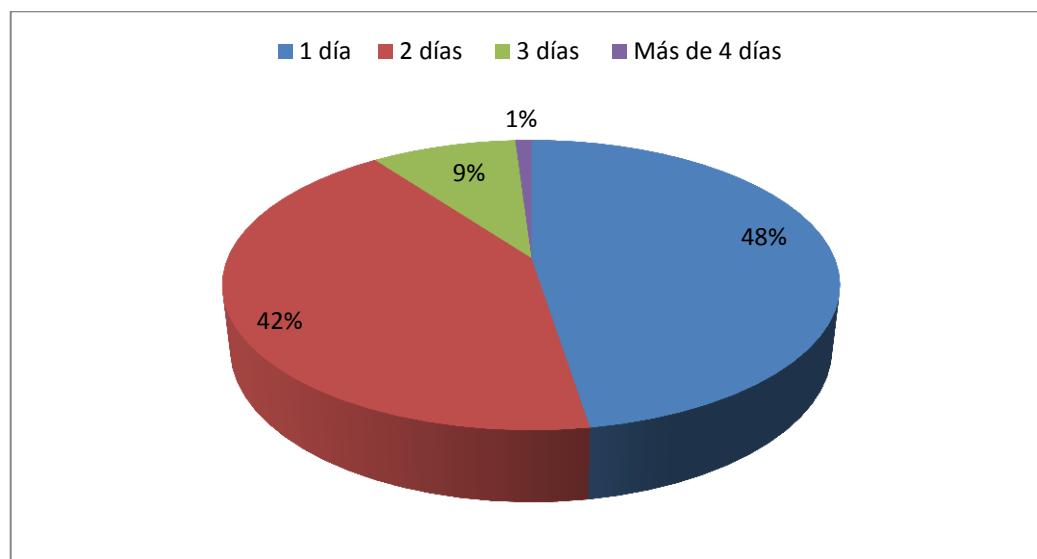
Cuadro N° 6. Días de visita

Frecuencia de viajes	Frecuencia	%
1 día	129	47
2 días	116	42
3 días	26	9
Más de 4 días	3	1
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 6. Días de visita



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

El 89% permaneció entre uno y dos días en una comunidad, ya que en su mayoría los turistas extranjeros que vienen en grupos lo hacen siguiendo una planificación previa por lo que no disponen de mucho tiempo para permanecer en un solo destino. Sin embargo hay un pequeño porcentaje que gusta de aprovechar el tiempo compartiendo experiencias sobre todo en zonas rurales donde la cultura es el principal atractivo.

7. Si ha visitado este tipo de atractivos, ¿qué medio de transporte utilizó la última vez que lo hizo?

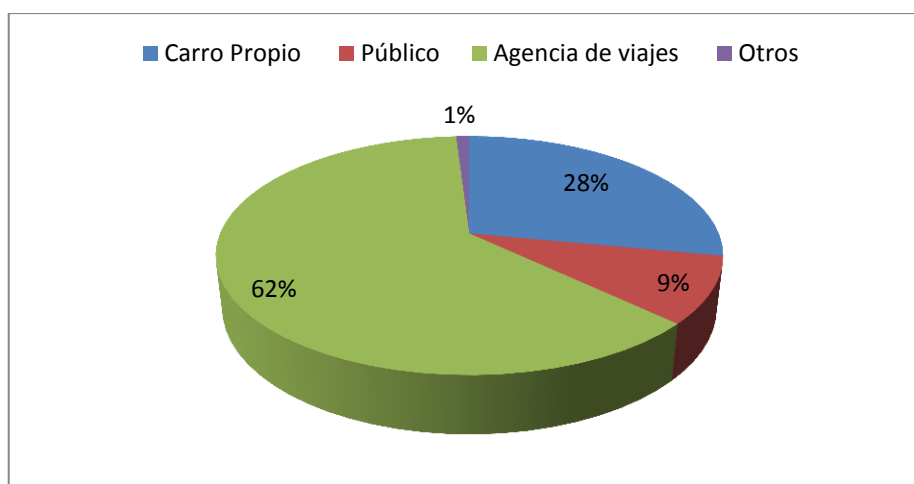
Cuadro N° 7. Medio de transporte

Frecuencia de viajes	Frecuencia	%
Carro Propio	77	28
Público	26	9
Agencia de viajes	168	62
Otros	3	1
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 7. Medio de transporte



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Como se manifestó anteriormente la mayoría de encuestados fue segmento extranjero, el medio de transporte utilizado para llegar al destino visitado fue el de las agencias donde contrataron el servicio turístico. De igual forma lo han realizado en carro propio, también en público y finalmente en transporte alquilado.

8. ¿Cómo se enteró del atractivo visitado? (si es que lo hizo)

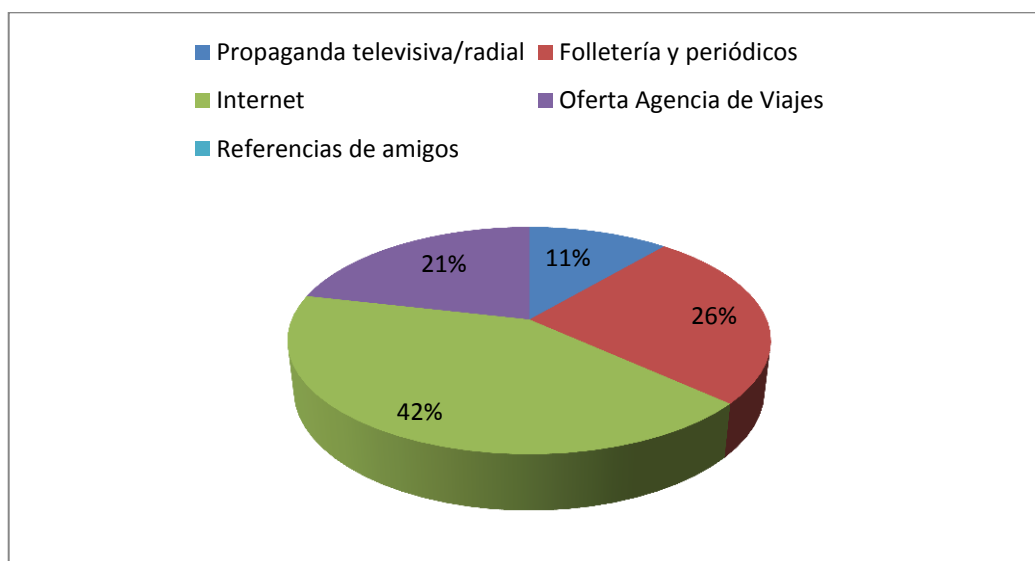
Cuadro N° 8. Medio de información

Frecuencia de viajes	Frecuencia	%
Propaganda televisiva/radial	31	11
Folletería y periódicos	69	25
Internet	111	41
Oferta Agencia de Viajes	58	21
Referencias de amigos	5	2
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 8. Medio de información



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

La mayoría indicó que se informó del lugar visitado por medio del internet, de igual forma por medios impresos, dato que debe considerarse al planificar la promoción y difusión de la propuesta a realizarse.

9. ¿En su última visita a este tipo de atractivos, cuanto fue el nivel de gasto personal por las actividades desarrolladas?

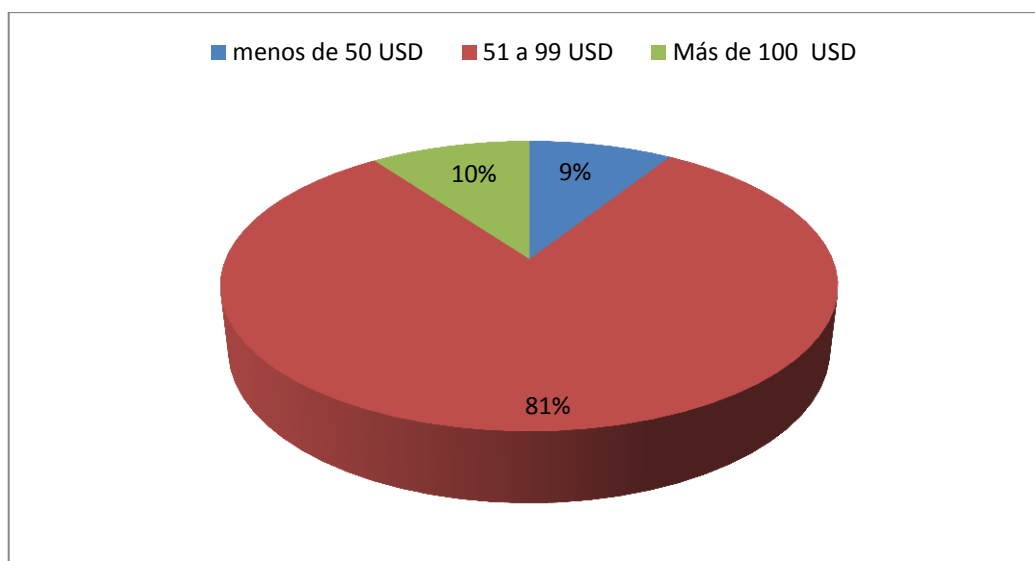
Cuadro N° 9. Nivel de gasto

Gasto diario	Frecuencia	%
Menos de 50 USD	25	9
51-99 USD	221	81
Más de 100 USD	28	10
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 9. Nivel de gasto



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

El promedio de gasto diario se encuentra entre 51 a 90 USD, dinero que se gasta en alojamiento, alimentación, transporte, actividades de recreación y compra de artesanías.

10. Señale las actividades que considera que fundamentalmente debe disponer una comunidad que oferta actividades turísticas.

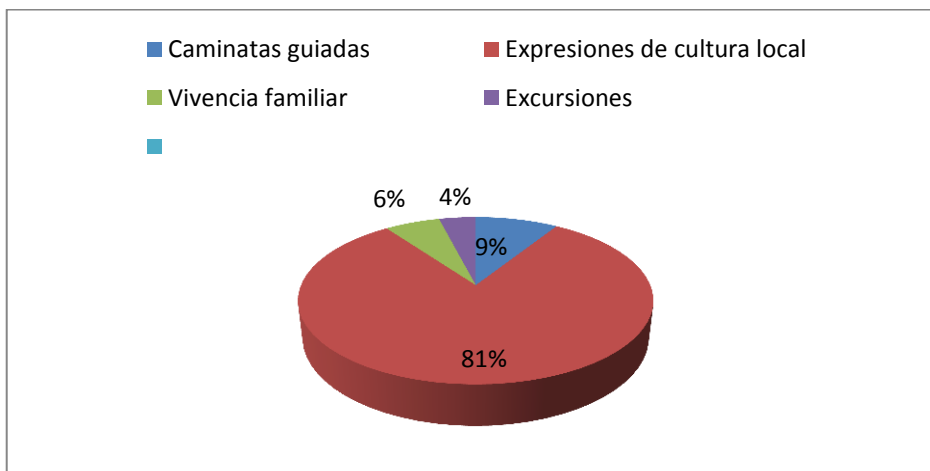
Cuadro N° 10. Actividades

Gasto diario	Frecuencia	%
Caminatas guiadas	25	9
Expresiones de cultura local	221	81
Vivencia familiar	10	6
Excursiones	8	4
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 10. Actividades



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Los turistas indicaron que en una comunidad las principales actividades deben enfocarse en exponer la cultura local, como la danza, la gastronomía, el arte, la oralidad, la medicina, rituales entre otras. De igual forma la vivencia familiar, las excursiones y caminatas guiadas que complementando la visita entre lo cultural y natural.

**11. De las expresiones de una comunidad indígena de cultura ancestral
¿Cuáles son de su preferencia?**

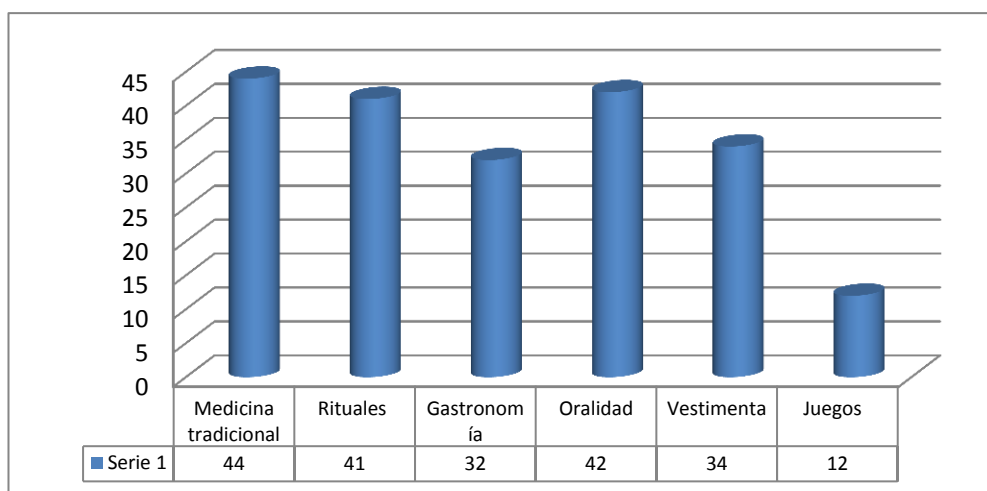
Cuadro N° 11. Actividades

Gasto diario	Frecuencia	%
Medicina tradicional	121	44
Rituales	111	41
Gastronomía	89	32
Oralidad	114	42
Vestimenta	95	34
Juegos	34	12
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 11. Actividades



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Como expresiones que los turistas gustan conocer se distingue la medicina tradicional los rituales y la oralidad. En tanto la comunidad de San Clemente tiene todos estos componentes que podrían ser potenciados para fomentar el turismo a nivel comunitario.

12. ¿Ha visitado la comunidad San Clemente en la ciudad de Ibarra?

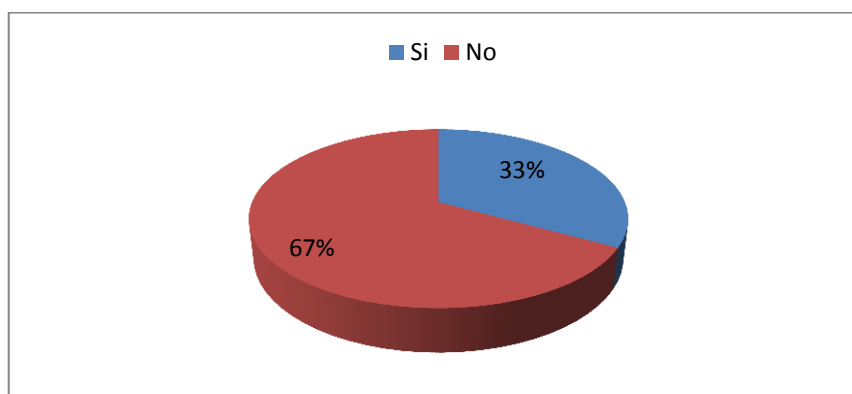
Cuadro N° 12. Conocimiento de la comunidad San Clemente

Gasto diario	Frecuencia	%
Si	91	33
No	183	67
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 12. Conocimiento de la comunidad San Clemente



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

La mayoría no conoce la comunidad de San Clemente, pero se puede decir que si se evidencia un porcentaje representativo que si ha visitado o escuchado de la actividad turística que se desarrolla en la zona que es conocida por el turismo comunitario pero que en realidad es de vivencia familiar.

13. ¿Es de su interés participar en actividades de turismo místico ancestral en la comunidad San Clemente?

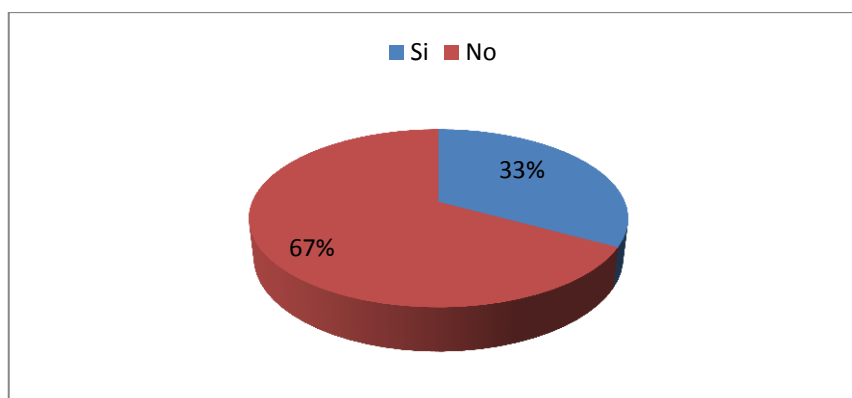
Cuadro N° 13. Interés de participación

Gasto diario	Frecuencia	%
Si	199	73
No	75	27
TOTAL	274	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 13. Interés de participación



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Una tercer parte manifestó que sería muy interesante conocer y participar de la cultura local de tan diversa comunidad. Sin embargo el grupo que indicó que no manifestó que por razones de tiempo, lugar de origen entre otras circunstancias que se encuentran fuera de su alcance.

4.2. Nivel de participación de la comunidad en la actividad turística

1. Género

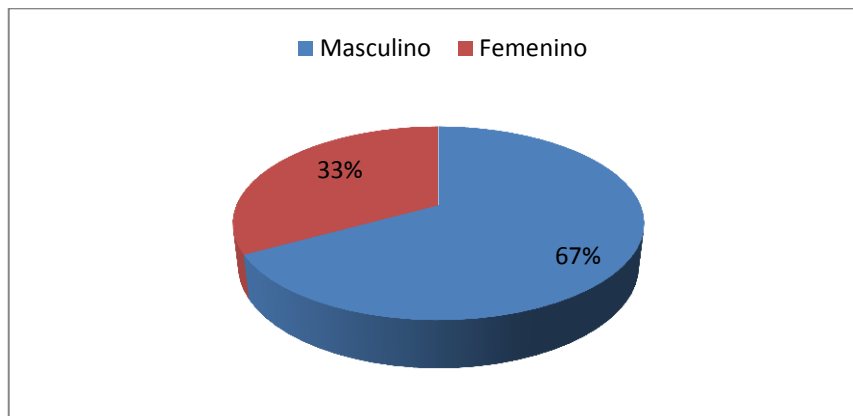
Cuadro N° 14 Género del encuestado

Género	Frecuencia	%
Masculino	121	75
Femenino	40	25
TOTAL	161	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 14. Género del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Referente al género, se tomó a los jefes de familia pero en algunos casos no se pudo conversar con ellos y se encuestó a las esposas; en tanto los resultados se exponen de la siguiente manera: 75% hombres y 25% mujeres.

2. Edad

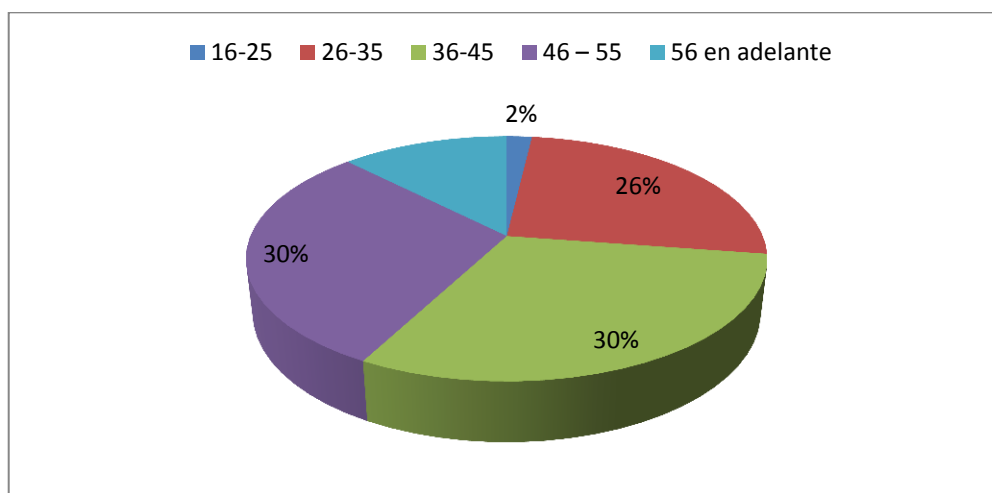
Cuadro N° 15 Género del encuestado

Género	Frecuencia	%
16-25	3	2
26-35	41	25
36-45	49	30
46 – 55	48	30
56 en adelante	20	12
TOTAL	161	100

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 15. Género del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Se puede indicar que la comunidad es relativamente compuesta por gente adulta joven, en su mayoría no sobre pasa los 55 años lo cual representa una gran fortaleza para trabajar en ideas que beneficien a la comunidad.

3. Nivel de educación

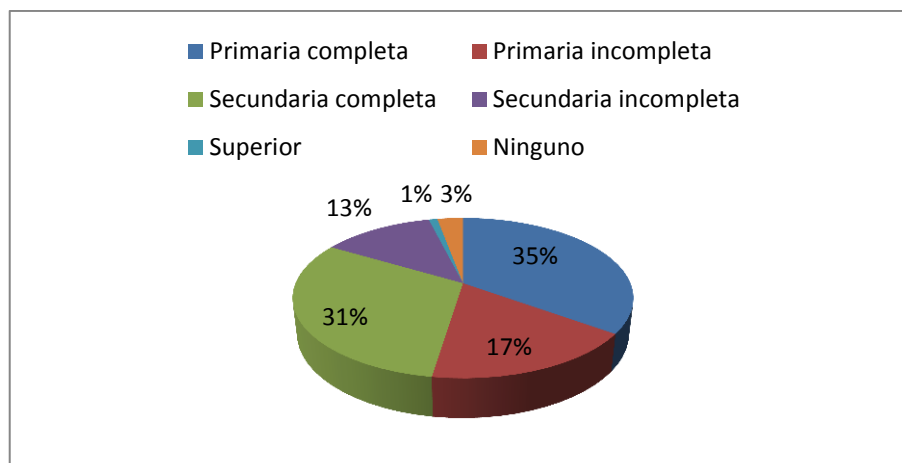
Cuadro N° 16: Nivel de educación

Nivel de educación	f	%
Primaria completa	58	36
Primaria incompleta	25	15
Secundaria completa	51	32
Secundaria incompleta	21	13
Superior	2	1
Ninguno	5	3
TOTAL	161	100%

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 16: Nivel de educación



Fuente: aplicación de encuestas

Se evidencia que toda la comunidad no tiene culminado la secundaria y existe un mínimo porcentaje de analfabetismo (en los mayores de la tercera edad). Lo cual representa una fortaleza para que se inserten en procesos de capacitación para fortalecer sus conocimientos empíricos.

4. Ocupación o Profesión

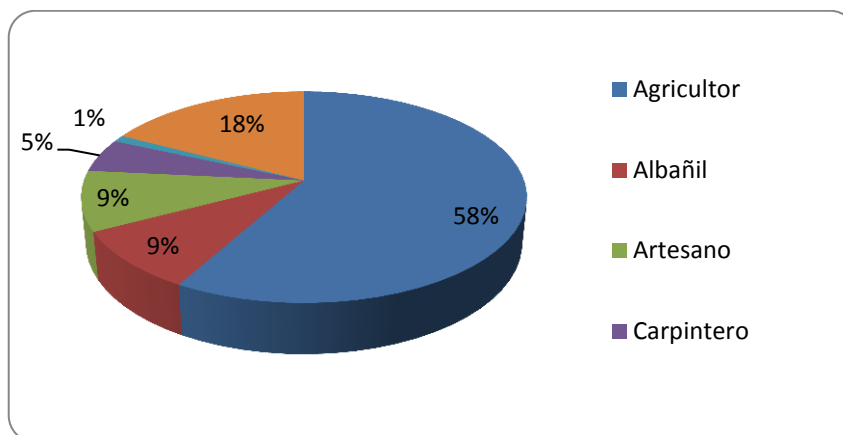
Cuadro N° 17: Ocupación o profesión

Ocupación	f	%
Agricultor	83	52
Albañil	17	11
Artesano	17	11
Carpintero	10	6
Empleado Privado (Quehaceres Domésticos)	2	1
	31	19
TOTAL	161	100%

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 17: Ocupación o profesión



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

La mayoría de la comunidad se dedica a la agricultura, y cabe indicar que el 95% de la producción es para autoconsumo, solo comercializan en poca cantidad la producción de cebada y trigo. Lo hacen de forma orgánica, evitando el uso de químicos y utilizando técnicas antiguas de regadío y combinación de plantas como el maíz y el frejol, lo cual llama la atención a los turistas especialmente extranjeros.

5. Ingresos Económicos Mensuales

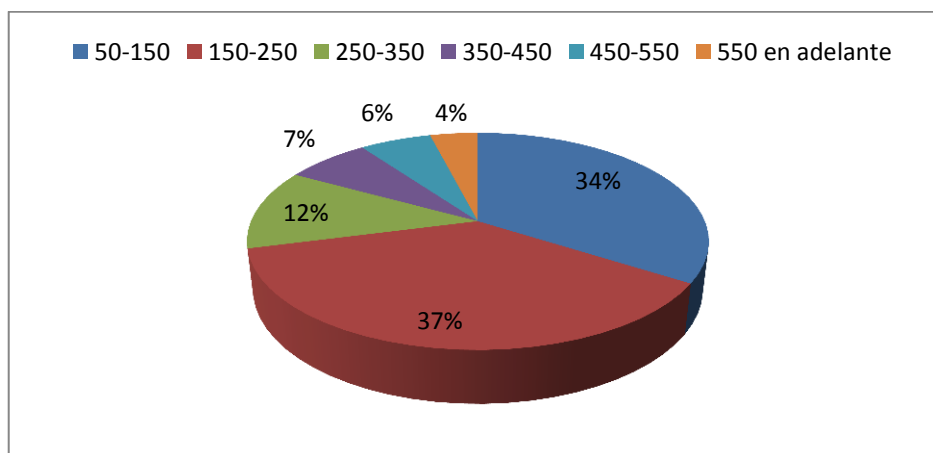
Cuadro N° 18: Ingresos económicos

Rubros	f	%
50-150	59	37
151-250	59	37
251-350	15	9
351-450	10	6
451-550	10	6
550 en adelante	8	5
TOTAL	161	100%

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 18: Ingresos económicos



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

El 74% percibe ingresos menores a 250 USD, ya que las actividades se limitan a carpintería, agricultura, trabajan al diario en comunidades cercanas, los bordados y artesanía no se venden de forma permanente por lo que es interesante integrar nuevas alternativas que generen mayores ingresos a nivel comunitario.

6. Ha participado de la actividad turística

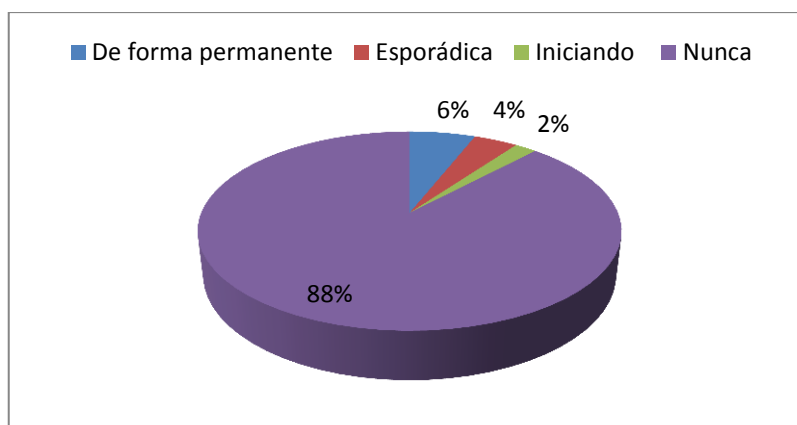
Cuadro N° 19: Participación en la actividad turística

Rubros	f	%
De forma permanente	10	6
Esporádica	8	5
Iniciando	4	2
Nunca	139	86
TOTAL	161	100%

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Gráfico N° 19: Ingresos económicos



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Más de la tercera parte de la comunidad no se ha participado nunca el turismo, lo cual es lamentable ya que la comunidad es reconocida por los turistas extranjeros como un destino comunitario y la realidad no se presenta así, al contrario esta situación ha generado limitantes para el desarrollo ya que las personas que no participan no están de acuerdo en que se tome el nombre de toda la comunidad en una actividad que beneficia a pocos.

7. ¿De sus ingresos económicos detalle qué porcentaje le genera la actividad turística?

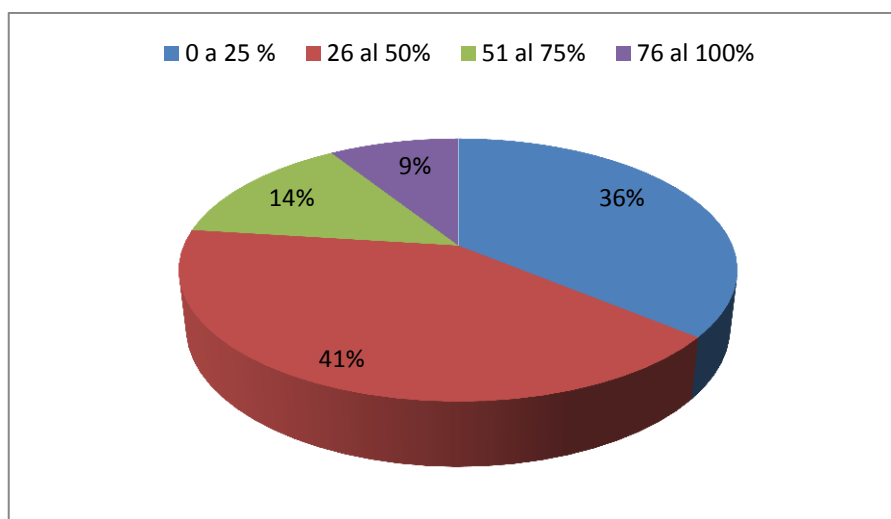
Cuadro N° 20: Porcentaje de ingresos por turismo

Rubros	f	%
0 a 25 %	8	36
26 al 50%	9	41
51 al 75%	3	14
76 al 100%	2	9
TOTAL	22	100%

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Cuadro N° 20: Porcentaje de ingresos por turismo



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Esta pregunta estuvo dirigida a las personas que de alguna u otra forma participan en la actividad turística. Para el 41% la mitad de ingresos económicos familiares se generan por el turismo, dato interesante si el resto podría irse integrando de a poco ya que representa una fuente generadora de ingresos.

8. ¿Le interesa integrarse en el turismo?

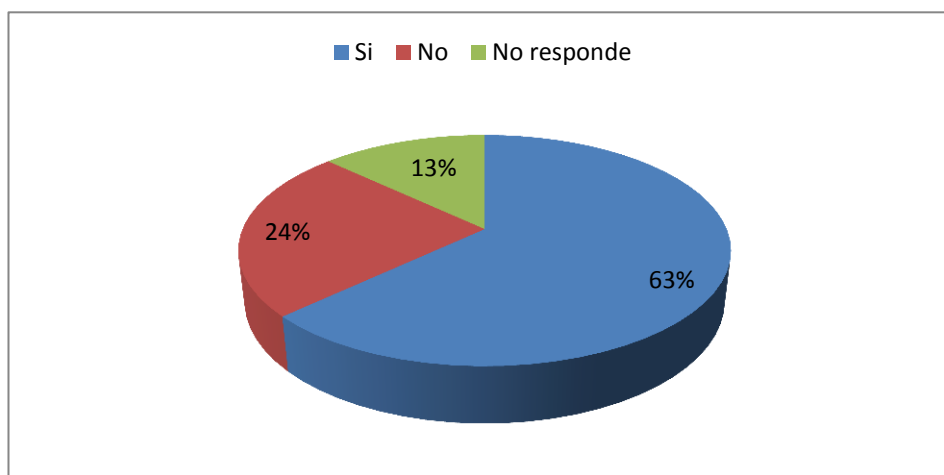
Cuadro N° 21: Interés por el turismo

Rubros	f	%
Si	101	63
No	39	24
No responde	21	13
TOTAL	161	100%

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Cuadro N° 21: Interés por el turismo



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Un gran porcentaje manifestó interés por integrarse al turismo. Sin embargo hubo personas que indicaron que no y otras no respondieron, las cuales manifestaron ser realistas al indicar que no tenían recursos con que hacerlo, más que sus conocimientos sobre diferentes manifestaciones propias de su cultura y entorno. En tanto es importante trabajar con la comunidad en el área de motivación ya que la gente no se encuentra totalmente interesada por los limitantes que en ocasiones se ha generado.

9. ¿Con qué recursos podría integrarse al turismo?

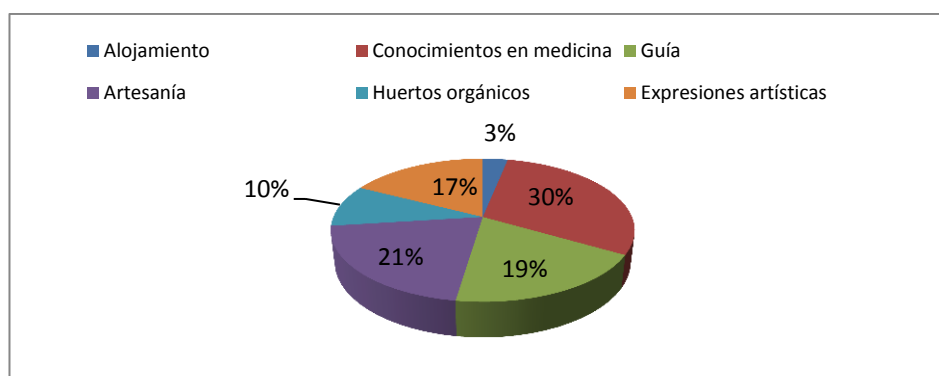
Cuadro N° 22: Recursos / actividades

Rubros	F	%
Alojamiento	3	2
Conocimientos en medicina	30	19
Guía	20	12
Artesanía	21	13
Huertos orgánicos	10	6
Expresiones artísticas	17	11
TOTAL	101	100%

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Cuadro N° 22: Recursos / actividades



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Esta pregunta respondieron las 101 personas que indicaron estar interesadas en el turismo; donde se indicó que podrían integrarse principalmente con sus conocimientos en el uso de plantas medicinales, como guías en recorridos por los cultivos y a los cerros cercanos; Culilche, Cunro, Imbabura entre otros. De igual forma con la artesanía y demostraciones de sus expresiones culturales como danza, música.

10. ¿Cómo considera el ambiente en la comunidad para trabajar en turismo?

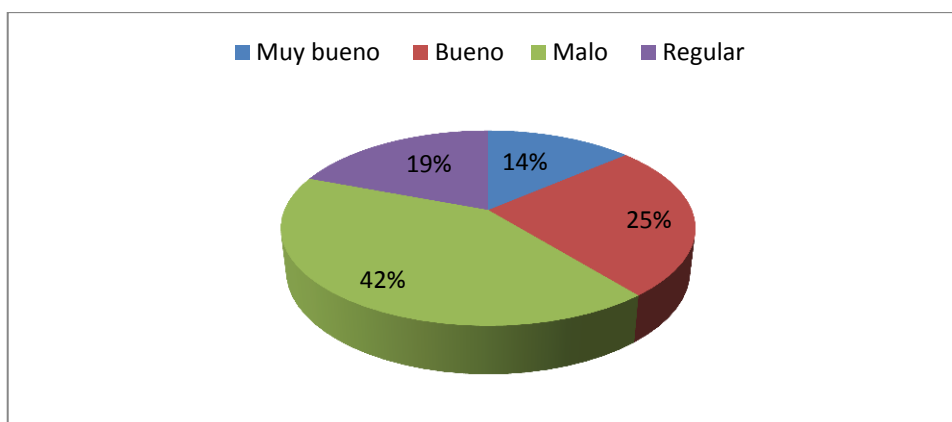
Cuadro N° 22: Opinión sobre ambiente favorable

Opinión	F	%
Muy bueno	22	14
Bueno	41	25
Malo	67	42
Regular	31	19
TOTAL	161	100%

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Cuadro N° 22: Opinión sobre ambiente favorable



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Se evidencia que la mayoría considera el ambiente entre bueno y regular, por los diferentes problemas que se han generado por el manejo limitado del turismo por tres familias en toda la comunidad. Manifestaron diferentes criterios como que nuevamente se centraría la actividad en pocas familias; para lo cual sería importante trabajar en el área de coordinación con la presidencia.

11. ¿Cómo considera la gestión de los líderes comunitarios en el área de desarrollo comunitario turístico?

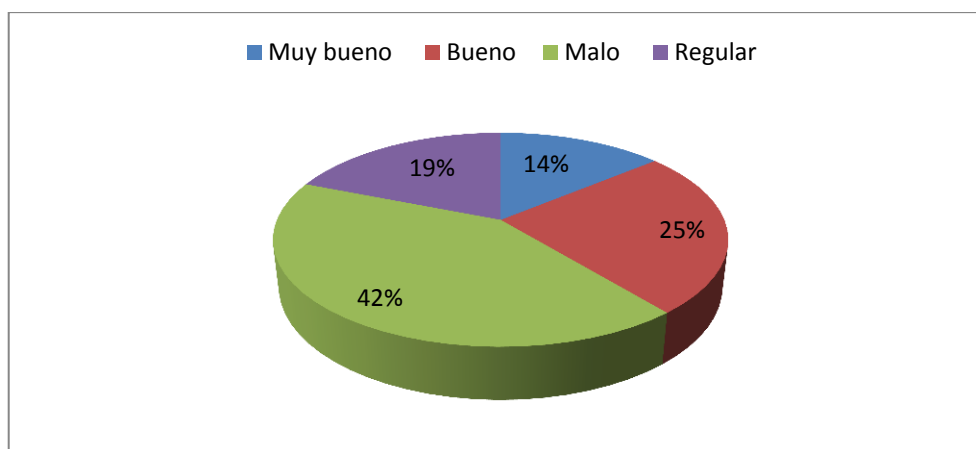
Cuadro N° 23: Opinión sobre la gestión turística comunitaria

Opinión	F	%
Muy bueno	5	3
Bueno	12	7
Regular	89	55
Malo	45	28
TOTAL	161	100%

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Cuadro N° 23: Opinión sobre la gestión turística comunitaria



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado por: Pantoja S. (2012)

Referente a gestión de los líderes en el área turística es limitada ya que solo el 8% de la comunidad participa y como no representa un beneficio común no ha existido gestión clara en esta área. Sin embargo existe el interés por que se desarrolle e integre actividades proyectos que puedan fomentar el turismo a nivel comunitario.

4.3. Resumen de las manifestaciones culturales ancestrales identificadas en la comunidad San Clemente.

4.3.1. Costumbres y tradiciones

El matrimonio: cuando un joven está interesado en una señorita, el cortejo inicia con chistes en el trabajo, si la encuentra en la calle o en otra circunstancia. Cuando se sienten atraídos se quitan el sombrero lo que significa que el amor ha sido aceptado entre los dos, luego el novio acostumbra a visitar la casa de la novia con velas o una linterna para saber si tiene otro pretendiente.

Más tarde el novio designa al mañai, el cual tiene que ser mediador y conversar con los padres de la novia para ponerse de acuerdo en la boda. Para el pedido de mano el mañai y familiares van cantando y llevando velas prendidas como en una procesión hasta llegar a la casa a pedir la mano, definen la fecha de la boda y cantan y bailan toda la noche.

El día del matrimonio se festeja hasta que los novios se quedan solos, esconden a la novia y el mañai, la encuentra para entregarla al novio quien la está esperando en la parte alta de la casa.

Al otro día los novios son bañados en un acequia o en un recipiente hasta las rodillas y regresan a la casa jugando, el padrino les regala un ayunta de bueyes para que trabajen.

El bautizo: se realiza a los ocho días de que el niño ha nacido, ceremonia a la cual no acude la madre porque se encuentra cumpliendo la dieta de 40 días, por lo que una jovencita de la familia es quien la lleva a la iglesia.

4.3.2. Gastronomía

Dentro de la cosmovisión andina el maíz ha sido fuente de alimento de estos pueblos milenarios, del cual se derivan algunas variedades: maíz amarillo, morocho, canguil, maíz blanco entre otros.

De igual forma en el contexto de la alimentación prehispánica hay que destacar el papel del maíz como un producto no sólo de consumo sino también ritual, la abundancia del maíz y su importancia como el cultivo principal, era virtualmente el rasgo característico de la economía de los Andes del norte.

El fogón compuesto por tres piedras grandes tullpa: es una constante hasta el día de hoy; la cocción de los alimentos aun se realizan frecuentemente en la tullpa. De acuerdo con la característica "integral" de la cultura indígena, no solo era una disposición utilitaria sino que encerraba, una idea de fecundidad asociada seguramente a la alimentación, tanto es así que aún subsisten leyendas relativas a la posibilidad de un embarazo si se está muy cerca de ella y por demasiado tiempo y, por otra parte, las mujeres entierran bajo el fogón la placenta tras el parto con la convicción de que así seguirán pudiendo quedar grávidas y llevarán felizmente los sucesivos embarazos.

Las guayungas (dos mazorcas) de maíz se colgaban en las vigas de las casas para que se conserven más tiempo. El maíz se consumía desde estas épocas, como mote, chuchuca, choclos, tostado, etc. Además era por demás importante la preparación y el consumo de la aswa (chicha), "acompañada siempre por expresiones de afecto y de alegría". La entrega de maíz cocido ratifica, en la comunidad, la existencia de un lazo social.

El manejo ceremonial de la economía maicera puso énfasis en la solidaridad, en la identidad compartida y en una camaradería, casi familiar. El poder sobre el maíz, se podría decir, fue a la vez poder sobre la seguridad material, y poder sobre el sentimiento compartido. Y si los usos cotidianos del maíz para el sustento son importantes, no son menos los usos rituales, que ocurrían con ocasión de las grandes fiestas, en ritos de pasaje, en "el sentimiento de que el maíz es necesario para sustentar las almas de ultratumba"

La chicha de jora es la más popular de todas, se prepara con ocasión de fiestas, bautizos, matrimonios, etc. Para hacerla, se empieza por escoger maíz amarillo delgado y se pone en un lugar para su germinación cubriéndolo con hojas de achera y mojando cada día (por ó días); después se pone el maíz a secar al sol para que se endulce y a continuación se muele y se cocina con una gran cantidad de agua. Cuando ha hervido se saca; una vez frío se coloca en los pundos o barriles y se deja ocho días para que fermente. El afrecho que ha quedado después de moler y exprimir la jora se utiliza para hacer guarapo.

4.3.3. Medicina

La medicina es la principal manifestación que se mantiene vigente en los conocimientos de los comuneros. Esta es una sabiduría que se ha heredado por varias generaciones, en donde las abuelas son quienes tienen la responsabilidad de mantener vivo el conocimiento transmitiendo a sus nietas.

Las mujeres acostumbran a sembrar las plantas medicinales en sus huertas, ya que algunas cuidan de plagas y enfermedades del resto de cultivos, además de proporcionar alivio a los diferentes "males".

El conocimiento de las virtudes de ciertas hierbas y su uso son muy difundidos a todo nivel, en la mayor parte de las casas se reserva un lugarcito para tenerlas sembradas y hacer las "aguas de remedio" cada vez que sea preciso, así con la manzanilla, toronjil, llantén, taraxaco, amapola y otras.

A más de los vegetales, otros elementos de la naturaleza tienen propiedades curativas de males físicos o morales, por ejemplo, para combatir el sufrimiento hay que beber agua fría en las mañanas: "la agüita que cae de una agua corriente y que forma unas perlitas, también poniendo en cabeza caliente mientras se piensa en Dios".

A continuación se describe dolencias y las plantas que utilizan las sabias mujeres de la comunidad:

DOLOR DE ESTOMAGO

Raíz de cebolla: En infusión tomar con una pizca de bicarbonato.

Tipo, anís o menta: Tomar en infusión caliente con raspadura de panela y con gotitas de trago.

Platanillo: Tomar como agua de tiempo (del día), por tres días seguidos.

Manzanilla y orégano: En infusión con un poquito de bicarbonato y gotas de limón

Mejorana: En infusión, tomar con una pizca de sal y limón.

DOLOR DE CABEZA

Verbena: Tomar una copita de zumo de verbena en la mañana y al medio día. Es muy bueno también para controlar la bilis, en personas coléricas.

Barrabas: Tomar una copita de zumo de barrabás en la mañana.

Mostaza: Las hojas machacadas ponerse en la frente, dejar hasta que desaparezca la molestia.

GRIPE

Verbena: Tomar una copita de zumo de la verbena en la mañana por tres días. El zumo también sirve para curar "el mal", de las aves de corral

Eucalipto aromático: se hierven la hojas y la persona debe inhalar cubierto con una manta, luego acostarse y no salir al frío.

Romero: hervir las hojas e inhalar igual que el eucalipto aromático.

PASMO

Ruda: Con ramas de ruda frotar por el cuerpo de la persona enferma, conjuntamente con ají, huevo, tabaco y trago, se frota especialmente la cabeza para que salga el mal espíritu. Votar las ramas bien lejos de la casa.

Hierba de gallinazo y ruda: Con ramas de ruda, hierba de gallinazo y trago (puntas) se barre y se reza dos Ave Marías, para que salga el mal espíritu del cuerpo.

Marco, Mosquera: Ruda, marco y guanto y chilca: Con ramas de estas plantas se hace una escoba, se limpia a la persona soplando aguardiente de caña, para espantar a los espíritus.

COLERIN

Orégano: Agua en infusión con sal y gotitas de limón, tomar todo el día.

Llantén y ortiga: Coloque tres hojas de llantén, tres cogollos de ortiga, té y limón en infusión; tomar para controlar el vomito provocado por colerín.

INFECCIÓN DE OVARIOS

Flor de mejorana o chinchín: Tomar como agua de tiempo el agua de flor de mejorana para las infecciones o secreciones vaginales, por nueve mañanas seguidas.

INFECCIÓN DE VÍAS URINARIAS

Cola de caballo, taraxaco, pepa de cerote, calaguala: Cocinar todo, o también en infusión los ingredientes y, tomar como agua de tiempo.

Linaza, pelo de choclo, cachicerraja, cola de caballo, taraxaco, cerote, llantén, grama, toronjil, tamarindo: Se pone en infusión la linaza tostada, pelo de choclo, cachicerraja, cola de caballo, taraxaco, cerote, llantén y grama. Al sacar el agua se adiciona una rama de toronjil y se toma con tamarindo.

CÓLICOS MENSTRUALES

Borraja: Tomar agua de tallo de borraja en infusión con panela.

Flor de ruda: Poner las flores de ruda en infusión con panela y gotitas de trago, tomar un poco caliente, una taza en la maña y otra por la noche..

DOLOR DE GARGANTA

Tomate de árbol: Se so-asa el tomate (calentar la pulpa), con aceite de almendras y se da a comer para el dolor de garganta, y otro tomate so-asado en hojas de hortensia, se coloca en la garganta, amarrando con una tela.

Manzanilla y llantén: Hervir agua con las hojas de llantén y manzanilla, agregar gotas de limón y hacer gárgaras.

GOLPES

Hierba mora, matico y manzanilla: Bañarse el área afectada con agua hervida de hierba mora, matico y manzanilla (todas las plantas cocinar juntas).

NERVIOS

Toronjil: En una jarra con agua fría poner 2 ramas de toronjil se deja en el sereno por una noche, al siguiente día se toma como agua de tiempo. La rama de toronjil percibir por unos diez minutos y relajarse.

HONGOS

Sauco, romero y laurel: Cocine dos ramas de cada planta y cuando esté tibia lavarse los pies, gos, repita el tratamiento por una semana todas las noches.

TRABAJO DE LA PARTERA

Tratamiento antes del parto

Platanillo: Tomar agua de platanillo en infusión con canela, panela y gotitas de trago, durante un mes antes de "dar a luz". De preferencia tomar en la noche para sacar el frío del vientre.

Tratamiento después del parto

Nogal y marco: Cocinar las hojas de nogal y marco para baños de la madre, después de los 8 días de haber dado a luz.

Purga: Orégano, manzanilla, menta, hierba buena, anís, malva olorosa: Para después del parto para dolores de estómago se tomaba aguas de orégano, anís para las madres y recién nacidos.

SENOS AGRIETADOS EN LA MADRE

Hierba mora: diluí alcanfor en manteca de cacao y se hace emplasto con las hojas de hierba mora en los senos y se repite hasta que mejore.

DIETA PARA DESPUÉS DEL PARTO

Zanahoria blanca: Comer cocinada para la dieta después de dar a luz, es ideal para mejorar el metabolismo. y caldode gallina de campo.

MAS INFORMACIÓN DE LAS PARTERAS

- Una vez que se ha producido el parto, para lo cual ha estado en posición cuclillas, la partera procede a cortar el cordón umbilical, al tiempo que pone cebo de vela o manteca de borrego y ceniza sobre la herida (ibid). Toda la operación del alumbramiento está impregnada de elementos mágico-míticos, por ejemplo una vez cortado el cordón umbilical, éste, junto con la placenta, son enterrados debajo de la tulpá o fogón (centro térmico y de fertilidad de la casa) con el fin de que a la madre no le duela el útero posteriormente con el frío, y también para garantizar su capacidad reproductiva.

Diagnóstico del cuy

- El cuy es utilizado para reconocer la enfermedad u organo interno que se encuentra enfermo; el cuy debe ser frotado por todo el cuerpo y luego le abren y de acuerdo al organo interno que este sangrando es lo que esta enfermado al paciente. Luego de este diagnóstico curan al paciente con plantas medicinales.

El uso de las piedras y los cerros

- Es importante mencionar que el equilibrio de la energía es muy importante, por esta razón utilizan elementos de la madre tierra, las piedras volcánicas que son recogidas en las quebradas del cerro Imbabura.
- En la curación el paciente debe permanecer de pie con los brazos abiertos, como posición para que las nuevas energías sean recibidas por su cuerpo. Las curanderas /os llaman al cerro Imbabura al cerro Cotacachi, como símbolo de equilibrio y dualidad, Imbabura que representa al macho y la mama Cotacachi la hembra para que devuelva el equilibrio al cuerpo y alma enfermas.
- De igual forma las piedras son utilizadas para curaciones en baños, con hierbas, cabe mencionar que los habitantes tienen los conocimientos para hacer curaciones en temascales pero no tienen los recursos necesarios para la construcción.

Sumado a esto se menciona que en la concepción de indígenas y mestizos imbabureños destaca nítidamente el poder sobrenatural que se confiere a los elementos de la naturaleza. Contrariando la idea de un único creador, noción que limita a dichos elementos a su realidad física, la visión del mundo propia de los sectores populares se basa en la sacralización de los mismos. Montes, vertientes, arroyos, quebradas, árboles, etc., son símbolos sagrados que tienen vida por sí mismos, rúes están animados por fuerzas espirituales capaces de alterar el curso de la vida humana.

Tal concepción no niega la existencia del Dios cristiano/pero esta deidad, en comparación con los dioses naturales, aparece lejana y a veces difusa, y su superioridad dentro de la Jerarquía mítica no es nunca muy clara; Taita Diosito ocupa un lugar preeminente en el cielo lo que le otorga cierta posición de privilegio, pero no está latente en todas las cosas, lo que conceptualmente lo distancia de la cotidianidad.

Los espíritus de los grandes montes, y en particular Taita Imbabura, constituyen las fuerzas más poderosas. De ellos dependen los fenómenos climáticos y atmosféricos, y de sus voluntades provienen bendiciones y calamidades. A ellos se invoca para pedir lluvias en caso de sequías o para solicitar que cesen las mismas si lo que se requiere son días asoleados. En gran medida, las condiciones de la naturaleza parecen depender de sus estados de ánimo. Taita Imbabura es también un vigía y, en este sentido, un juez; si a alguien se le extravía una cabeza de ganado, la invocación de Taita Imbabura para averiguar sobre el destino del animal invocación meditada por el yachac es imprescindible.

Del mismo modo, el extraordinario poder que se atribuye al espíritu de estos montes se expresa también en las frecuentes invocaciones a los mismos durante el ritual curativo de los yachac. Estos tienen en Taita Imbabura, y en menor medida en el Cotacachi, grandes aliados; de hecho, la virtud curativa del yachac se funda en su capacidad de concentrar en sí a los poderes sobrenaturales y en especial al del Taita Imbabura.

El espíritu de la tierra, la Pachamama, es otra de las divinidades centrales del panteón popular. El culto a la Pachamama es quizás el rasgo más extendido de la religiosidad popular andina.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

La comunidad de San Clemente es una comunidad que descende del pueblo Karanqui, por lo que es rico en manifestaciones culturales que no se han perdido totalmente. Entre las principales se identificó: tradiciones como el matrimonio, bautizos, el embarazo y el parto, manifestaciones cuyas expresiones envuelven un sinfín de significados, elementos y rituales que representan un excelente potencial para aprovecharlo en el área turística. De igual forma en la alimentación y sobre todo en el uso de plantas medicinales y rituales donde el equilibrio del alma y el espíritu son tratados con plantas de la naturaleza y la energía de los cerros cercanos.

Referente a la demanda de producto turístico místico en una comunidad de cultura ancestral se identificó que si existe un segmento de mercado que gusta de visitar este tipo de productos, donde el perfil se determina por ser mayores de 40 años, de preferencia extranjeros, profesionales, turistas que expresan interés por la cultura local y las principales actividades que les interesa vivir se enfocan en conocer manifestaciones como la danza, la gastronomía, el arte, la oralidad, la medicina, rituales, complementando la oferta con el entorno natural; en tanto la comunidad San Clemente representa un gran potencial para trabajar en el área turística ya que está habitada por una etnia diversa que comparte un entorno lleno de energía y recursos.

La comunidad de San Clemente, no es un destino muy difundido pero se puede decir que si se evidencia un porcentaje representativo que si ha visitado o escuchado de la actividad turística que se desarrolla en la zona que es conocida por el turismo comunitario pero que en realidad es de vivencia familiar.

Gran parte de la comunidad tiene como actividad de producción la agricultura, la cual no es para comercializar, es auto consumo y solo productos como la cebada y el trigo cuya producción es máxima de 5 quintales por familia es para la venta, que de igual forma 10 familias venden. A la agricultura se complementa con carpintería como maestros y ayudantes, trabajo al diario en comunidades cercanas, albañiles que vienen a la ciudad a trabajar, de igual forma en lo que se refiere a artesanía los bordados las mujeres trabajan para emprendimientos de la comunidad de Zuleta, no se venden en la comunidad por la falta de capacitación y recursos y son explotadas ya que el bordado de una blusa completa les pagan 0,60 ctvs. Y en la comunidad de Zuleta les venden hasta en %40,00.

El 74% de la población local percibe ingresos menores a 250 USD, ingreso que se encuentra por debajo de la canasta familiar que es de \$422,07 es decir bordea por la mitad, lo cual no garantiza que se cumplan todas las necesidades básicas que demanda un grupo familiar, por lo que sería interesante integrar nuevas alternativas que generen plazas de trabajo y sobre todo un mejoramiento de la calidad de vida, ya que para las familias pioneras del turismo los ingresos por esta actividad es del 26 a 50%.

Una séptima parte de la comunidad ha participado de alguna forma en el turismo, pero actualmente se encuentra liderado por tres familias de los señores: Juan Guatemala, Manuel Guatemala y la Sra.

Martina Pupiales quienes reciben turistas y si no alcanzan a cubrir la demanda integran a los otros emprendimientos, compartiendo los turistas en el servicio de alojamiento; situación que ha incomodado al resto de la comunidad ya que en el internet y otros medios de difusión se denomina a la comunidad como operación de turismo comunitario, siendo este de vivencia familiar.

Referente a gestión de los líderes en el área turística es limitada ya que solo el 8% de la comunidad participa y como no representa un beneficio común; sin embargo existe el interés por que se desarrolle e integre actividades proyectos que puedan fomentar el turismo a nivel comunitario ya que un gran porcentaje manifestó interés por integrarse al turismo, sin embargo es necesario considerar aspectos previos como la motivación y capacitación previa.

5.2. RECOMENDACIONES

Diseñar un producto turístico enfocado en difundir las manifestaciones culturales ancestrales de la comunidad, sobre todo en el área de medicina ya que son conocimientos que aún se conservan y practican y los miembros de la comunidad manifestó facilidad para integrarse, ya que no requiere de infraestructura individual o inversión.

El producto debe enfocarse en el perfil del turista que se identificó, considerando las preferencias por conocer las expresiones reales de la cultura local, sobre todo en la medicina, danza y gastronomía.

Desarrollar una propuesta encaminada a integrar a la comunidad, en este caso es impórtate aprovechar la infraestructura que facilitaría la

comunidad LA CASA COMUNAL, que cuenta con cinco habitaciones, cocina y patio adecuados para poder integrar el proyecto.

Presentar la propuesta de financiamiento al Gobierno Provincial de Imbabura para que se tome en cuenta en el presupuesto del año 2013 las modificaciones que se deben realizar en la casa comunal para poder desarrollar el proyecto.

Gestionar a la SETEC, el desarrollo de cursos sobre motivación, liderazgo y emprendimiento con el fin de generar en la comunidad un cambio de actitud frente a la actividad turística, ya que por la participación mínima se han originado conflictos que han disminuido el sentido de unión que caracteriza a una comunidad indígena.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la propuesta

Diseño de un centro de saberes ancestrales en la comunidad San Clemente

CENTRO DE SABERES ANCESTRALES
KALLPA NUNA

6.2. Justificación

La comunidad de San Clemente, es un referente de turismo comunitario a nivel nacional e internacional, sin embargo la realidad a nivel comunitario se presenta desde otro punto de vista; el turismo es liderado por tres familias, limitando la participación de no toda la comunidad pero si de más actores.

En tanto el desarrollo de la presente propuesta está encaminada a diseñar una alternativa que integre a más actores en la actividad turística, sin que la falta de recursos o infraestructura sea un limitante para poder hacerlo, para ellos existen otros recursos que pueden ser potenciados a nivel comunitario y esto es lo que se pretende lograr.

Gran parte de la comunidad se manifiesta interesada en participar con sus conocimientos, saberes; sobre todo en el área medicinal, lo cual representa un buen potencial para trabajar en el área turística.

La propuesta está encaminada a diseñar un centro de saberes ancestrales, considerando como principal contraparte la Casa Comunal de la comunidad, lo cual evidencia el interés de la líder de la comunidad por generar nuevas estrategias que integren a los comuneros en proyectos con intereses y beneficios comunes, aprovechando la unión en el trabajo basado en mingas, característica principal de las comunidades indígenas.

6.3. Fundamentación

6.3.1. Fundamentación legal

La valorización y reconocimiento de los sistemas de Salud ancestrales un deber del Estado Nacional. Es indispensable el desarrollo de Políticas de Salvaguardia de los especialistas ancestrales, junto con sus saberes anexos. Estos saberes primordiales construidos, según Victor Manuel Toledo, 2010, con base en un korpus (creencias), una cosmovisión (conocimiento) y praxis (prácticas) recreadas en el habitat de cada nacionalidad convive.

El Subproceso de Medicina Intercultural del Ministerio de Salud Pública, ha presentado un anteproyecto de Ley de Medicina Tradicional, 2006, cuyos avances son sustanciales en la medida que las cosmovisiones, conocimientos y prácticas, los recursos diagnósticos, terapéuticos y de sanación de las medicinas tradicionales indígenas, forman verdaderos sistemas de salud.

Estas medicinas no formales, recreadas y reproducidas cotidianamente, han generado prácticas holísticas en las cuales sus especialistas han impreso su propia visión del mundo, su propia identidad. Además se considera importante la nominación de “medicina ancestral”, en lugar de medicina tradicional.

En el mismo sentido, el Artículo 57, No. 12, exige: ³Mantener, proteger y desarrollar los conocimientos colectivos; sus ciencias, tecnologías y saberes ancestrales; los recursos genéticos que contienen la diversidad biológica y la agro biodiversidad; sus medicinas y prácticas de medicina tradicional, con inclusión del derecho a recuperar, promover y proteger los lugares rituales y sagrados, así como plantas, animales, minerales y ecosistemas dentro de sus territorios; y el conocimiento de los recursos y propiedades de la fauna y la flora´.

6.3.2. Fundamentación científica

El planteamiento de considerar como medicinas ancestrales, es por cuanto, la medicina tradicional´ ha sido considerada como contradictoria a la medicina moderna´, que limita el progreso científico. En cambio, la medicina ancestral, es el producto de un proceso histórico, milenario y de diversificación científica y tecnológica, como lo describe el Preámbulo Constitucional. Sin embargo de estos avances epistemológicos, la Organización Mundial de la Salud OMS, sigue definiendo la Medicina Tradicional como: la suma completa de conocimientos, técnicas y prácticas fundamentales en las teorías, creencias y experiencias propias de las diferentes culturas y que se utilizan para mantener la salud y prevenir, diagnosticar, mejorar o tratar trastornos físicos o mentales´.

Además alerta su inconveniencia dado los problemas salud que podrían suscitar, ante un uso incorrecto de medicamentos naturales.

6.3.3. Fundamentación Turística

En este contexto se hace referencia al CÓDIGO ÉTICO MUNDIAL PARA EL TURISMO;

Artículo 4:

El turismo, factor de aprovechamiento y enriquecimiento del patrimonio cultural de la humanidad:

- 1) Los recursos turísticos pertenecen al patrimonio común de la humanidad. Las comunidades en cuyo territorio se encuentran tienen con respecto a ellos derechos y obligaciones particulares.
- 3) Los recursos procedentes de la frecuentación de los sitios y monumentos de interés cultural habrían de asignarse preferentemente, al menos en parte, al mantenimiento, a la protección, a la mejora y al enriquecimiento de ese patrimonio.
- 4) La actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folklore, y que no conduzca a su normalización y empobrecimiento.

Artículo 5:

El turismo, actividad beneficiosa para los países y las comunidades de destino.

- 1) Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.

Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. La concepción urbanística y arquitectónica y el modo de explotación de las estaciones y de los medios de alojamiento turístico tenderán a su óptima integración en el tejido económico y social local. En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal local.

6.4. Objetivos

6.4.1. General

Implementar un centro de saberes ancestrales como oferta mística en la comunidad San Clemente, para difundir su valor cultural.

6.4.2. Específicos

1. Ofertar productos y servicios culturales místicos a la demanda turística nacional e internacional.

2. Difundir la cultura local ancestral como una estrategia de integración social.

6.5. Ubicación sectorial y física

La presente propuesta se desarrolló en la comunidad San Clemente, parroquia La Esperanza, cantón Ibarra.

6.6. Desarrollo de la propuesta

La presente propuesta se enfoca en diseñar un centro de saberes ancestrales en el área medicinal, considerando la integración de los comuneros, desde los niños de la escuela hasta las personas más adultas con sus conocimientos.

6.6.1. Razón Social

CENTRO DE SABERES ANCESTRALES
KALLPA NUNA

Para lo que la traducción al español es:

- Kallpa: Espíritu
- Nuna: Fuerza

6.6.2. Logo



Descripción del logo

Mujer indígena: se eligió una mujer porque dentro de la cosmovisión andina la Madre tierra es la dadora de la vida y del equilibrio. La mujer lleva en su espalda plantas milenarias, como símbolo de sus conocimientos antiguos que hoy pueden ayudar a recuperar la salud del cuerpo y espíritu.

6.6.3. Objeto social

6.6.3.1. ¿Quiénes somos?

Kallpa Nuna es una empresa comunitaria, que se consolida como estrategia de difundir la cultura ancestral de la comunidad San Clemente, a través del turismo sustentable, para brindar a los turistas experiencias de rituales de medicina ancestral, complementando con servicios de alojamiento, guía, gastronomía, danza y oralidad.

6.6.3.2. ¿Qué hacemos?

- Fomentar la transmisión de la cultura ancestral
- Exponer rituales de medicina ancestral
- Capacitar a la comunidad.
- Promover el turismo cultural místico
- Generar fuentes de empleo a nivel local.

6.6.4. Base Filosófica

6.6.4.1. Misión

Promover el desarrollo comunitario sustentable mediante la conservación y difusión de la cultura ancestral, ofertando un producto místico.

6.6.4.2. Visión

Consolidar una empresa integradora que promueva el desarrollo sustentable de la comunidad de San Clemente potenciando la cultura ancestral local.

6.6.5. Valores corporativas

6.6.5.1. Políticas

- Planificación, Organización y coordinación a nivel comunitario
- Responsabilidad en el cumplimiento de las tareas asignadas.
- Puntualidad en los horarios establecidos para las diferentes actividades.
- Veracidad en la información que se otorga al turista
- Participación activa de los comuneros

6.6.6. Productos turísticos a ofertar



RITUALES DE MEDICINA

El turista tendrá la oportunidad de conocer y experimentar demostraciones de curaciones con plantas medicinales.; el uso del cuy como diagnóstico de una enfermedad o desequilibrio energético,.

Posterior al diagnóstico se realizaran tratamientos con plantas medicinales, dependiendo de la dolencia del paciente.



TEMASCAL

El Temazcal es una profunda experiencia de renacimiento en el vientre de nuestra Madre Tierra.

Se realiza en un espacio circular ubicado en el este, que representa el vientre materno y que se cubre por lonas hasta quedar completamente a oscuras.

En el oeste se levanta un fuego que representa al Sol y su poder creador. En él se calientan piedras volcánicas hasta quedar completamente rojas.

Se inicia así un movimiento, a través de intenciones, cantos y silencio, en que se integran los 4 elementos de la vida y nuestra corporalidad: cuerpo, corazón, mente y espíritu, llevándonos a espacios del alma donde experimentamos la comprensión de ser parte de un todo indivisible.

El Temazcal produce muchísimos beneficios terapéuticos: libera toxinas a través de la sudoración, fortaleciendo salud y vigor; abre el corazón, conduciendo naturalmente a sanar vínculos y relaciones; relaja la mente, liberando stress y nos hace tomar consciencia de nuestro rol en la vida. Es una poderosa medicina que nos conecta desde el espíritu.

Las piedras deben ser volcánicas, lo cual se facilita ya que la comunidad se encuentra cerca del volcán Imbabura.

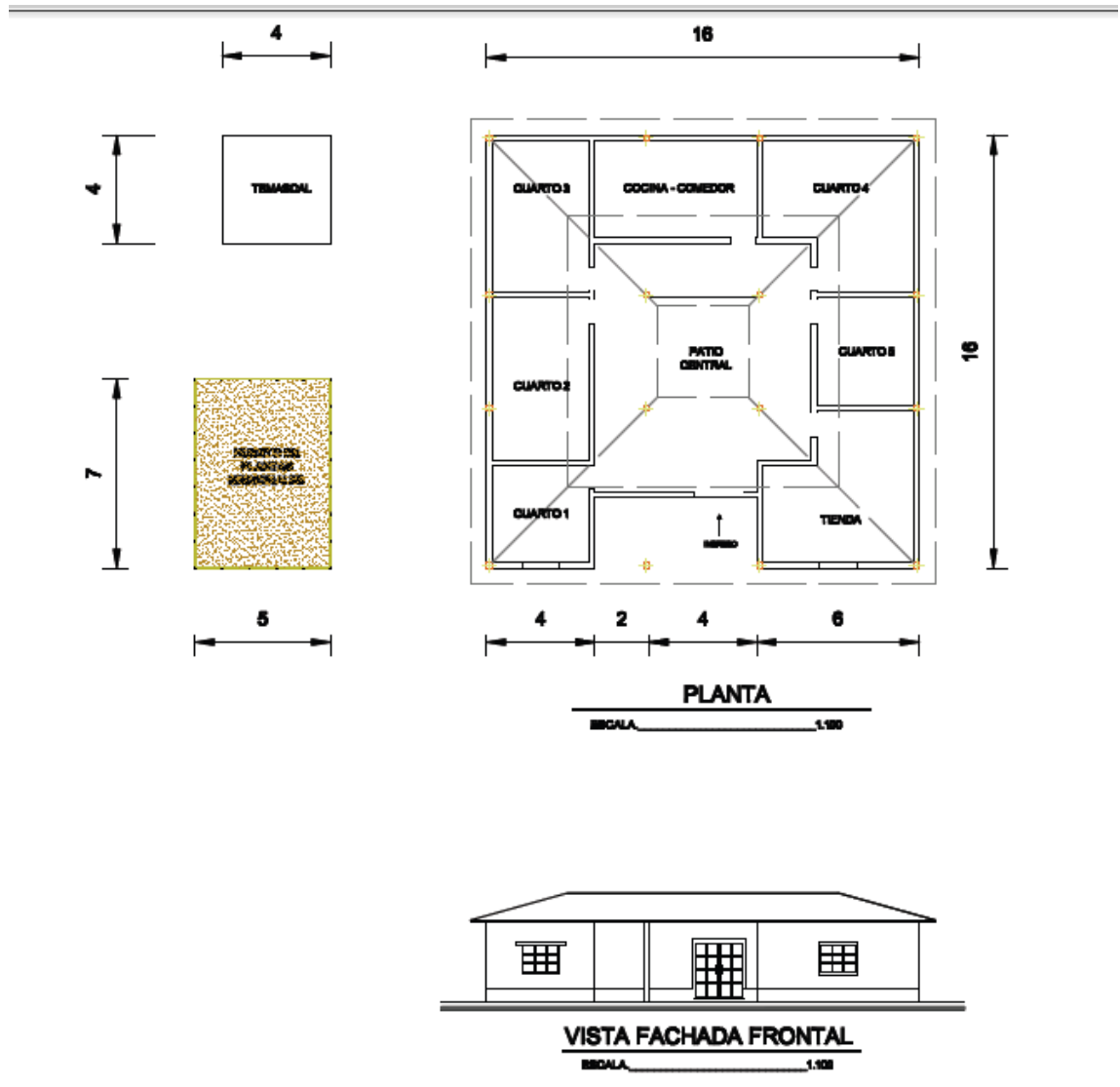


EXPRESIONES DE CULTURA

El turista tendrá la oportunidad de ver expresiones de danza y cantos que forman parte de la vida cotidiana de las personas de la comunidad.

Gustar de la gastronomía orgánica de los huertos familiares, de pendiente del tiempo de estadía el hospedaje se lo realizará en las familias que ya tienen los recursos necesarios disponibles.

6.6.7. Infraestructura del Centro de Saberes Ancestrales



El Centro de Saberes Ancestrales se implementará en la Casa Comunal de la comunidad, cuyo plano se describe de la siguiente forma:

- **Habitación N° 3:** Habitación para las exposiciones de los rituales con plantas medicinales.
- **Habitación N° 4.** Habitación de diagnóstico.
- **Parte trasera de la casa:** El temascal
- **Huerto de la escuela:** huerto de plantas medicinales.

6.6.8. Abastecimiento de plantas medicinales

Como uno de los objetivos del presente trabajo es aportar al rescate, conservación y trasmisión de los saberes ancestrales, se determinó un convenio para que el huerto de la escuela sea utilizado para que los niños de la escuela cultiven plantas medicinales y de esta forma aprendan sobre sus usos.

De igual forma en cada casa existe un huerto de plantas el abastecimiento sería permanente.

6.6.9. Materiales y presupuesto

Detalle	Unidades	Valor Unitario USD	Valor Total USD
Mantenimiento e infraestructura			
Puerta pequeña de madera	7	90	560,00

Puerta grande de madera	1	100	
Galones Pintura	3	20	60
Galón de resina	4	8	32
Ventas	6	40	240
Metros de canales de agua	20 mtrs	10	200
Tejas	1000	0,20	200
Vigas	4	10	40
Pileta	1	350	350
Qq cemento	15	8	120
Arena	1 volqueta	100	100
SUBTOTAL			1902
Implementación de insumos y menaje			
Camillas	2	200	400
Cocina industrial	1	70	70
tanque de gas	1	50	50
Vajillas de barro	2	70	140
Toallas grandes	12	10	120
Toallas pequeñas	12	5	60
Batas de baño	12	20	240
Gorras desechables	100	0,10	10
Ollas grandes de acero quirúrgico	5	120	600
Otros			300
SUBTOTAL			1990
Huerto orgánico			
Semillas			50
SUBTOTAL			50
Temascal			
Ladrillos	500	0,20	100
SUBTOTAL			100
TOTAL			4042

6.7. Impactos

6.7.1. Impacto social

Resultados		Negativo				Positivo			
Nº	Nivel de Impacto	Alto	Medio	Bajo	Indiferente	Bajo	Medio	Alto	
	Indicadores	-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Organización de la comunidad						x		
2	Fuentes de trabajo						X		
3	Acceso a capacitación						x		
	TOTAL								
	Total	0	0	0	0	0	8	0	8

$$\frac{\text{Nivel de impacto}}{\text{No. De indicadores}}$$

$$\frac{8}{4}$$

$$\frac{\text{Nivel de impacto}}{\text{Impacto medio positivo}}$$

Impacto medio positivo

En el aspecto social se menciona que la visión de la presente propuesta es motivar a los miembros de la comunidad San Clemente a integrarse en la actividad turística en un proyecto que tenga intereses en común y que de alguna forma se genere el turismo comunitario por lo que

es reconocida la comunidad, y que esta no se limite a manejo de tres familias.

De igual forma al encontrarse organizados el acceso a procesos de capacitación es más abierto, o a otros procesos que beneficien a la comunidad.

6.7.2. Impacto Cultural

Resultados		Negativo				Positivo			
Nº	Indicadores	Alto	Medio	Bajo	Indiferente	Bajo	Medio	Alto	
		-3	-2	-1		0	1	2	
1	Integración de la comunidad					x			
2	Transmisión de saberes ancestrales							x	
3	Fortalecimiento de Identidad cultural						x		
Total		0	0	0	0	1	2	3	6

Nivel de
impacto

Impactos
No. De indicadores

nivel de
impacto

6
3

Nivel de
impacto

2

Impacto Alto Positivo

En este sentido se puede mencionar que el impacto a generarse es medio positivo, en razón de que el objetivo principal de la propuesta se encamina a potenciar la cultura ancestral de la comunidad, especialmente en el área de medicina. La visión es integrar a parte de la comunidad en diferentes áreas desde los adultos mayores con sus conocimientos, en la práctica de rituales, terapias; de igual forma a los niños de la escuela quienes mantendrán el huerto como proyecto educativo, para el abastecimiento de las plantas medicinales necesarias para los diferentes tratamientos.

6.7.3. Impacto turístico

Nivel de Impacto		Negativo				Positivo			
		Alto	Medio	Bajo	Indiferente	Bajo	Medio	Alto	
Indicadores		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Capacitación turística						x		
2	Diversidad de oferta						x		
3	Potenciar la demanda actual						x		
Total		0	0	0	0	0	6		6

$$\frac{\text{Nivel de impacto}}{\text{No. De indicadores}}$$

$$\frac{\text{nivel de impacto}}{3} = 2$$

$$\frac{\text{Nivel de impacto}}{2} = 3$$

Impacto medio positivo

En el aspecto turístico el nivel el impacto se considera medio positivo, ya que se difundirá un producto turístico nuevo que diversificará la oferta actual integrando un producto místico, así mismo se potenciará la demanda actual con miras a que la comunidad tome el sentido de turismo comunitario y que en futuros años se convierta en un referente de la provincia como un producto integrado que genera empleo y crecimiento a través de la adecuada difusión y promoción.

6.8. Difusión

La propuesta será entregada a la presidenta de la comunidad como líder para que se dé continuidad a proceso en convenio con el GPI y la Junta parroquia de La Esperanza.

El presente proyecto se presentará a la dirección técnica de turismo del Gobierno Provincial de Imbabura, para que sea integrado en el presupuesto del año 2013, para hacer las respectivas implementaciones, con el apoyo de la Sra. Martha Pupiales presidenta de la comunidad San Clemente y la Sra. Anita Carrillo presidenta de la junta parroquial de La Esperanza.

6.9. BIBLIOGRAFÍA

1. AGUILAR Ruth (1996), Metodología de la Investigación Científica, Universidad Técnica Particular de Loja, Imprenta de la UTPL, Loja-Ecuador.
2. ADORNO, Theodor W.(2005) Crítica cultural y sociedad, Ed. Ariel
3. ALEXANDER, Jeffrey C., SOCIOLOGÍA CULTURAL, Editorial Anthropos, Barcelona, 2000
4. BAUMAN, Zygmunt, LA CULTURA COMO PRAXIS, Paidós, Barcelona, 2002.
5. CEVALLOS Raúl, Fiestas Tradicionales Cotacachi, Imprenta Dikapsa, Otavalo – Ecuador 2007
6. GOBIERNO PROVINCIAL DE IMBABURA (2002), Plan de Desarrollo Estratégico 2002-2015, Ibarra-Ecuador
7. HARRIS, Marvin, ANTROPOLOGÍA CULTURAL, Alianza Editorial, Madrid, (1980) 1
8. Barrera, E.; Muratore, N. (2003) Turismo Rural en Latinoamérica. Casos y Experiencias de Turismo Rural. Material preparado para el curso a distancia: “Curso de gestión de empresas y proyectos de turismo rural.” Universidad del País Vasco. España
9. Dvoskin, R. (2001) Curso de Alta Dirección en Turismo Rural. Presentaciones en Power Point. Postgrado de Turismo Rural. Facultad de Agronomía. Universidad de Buenos Aires.
10. Gurría Di-Bella, M. (2000). El Turismo Rural Sostenible como una oportunidad de desarrollo de las pequeñas comunidades de los países en desarrollo. Cuarta Feria Ecoturística y de Producción 15 – 23 Julio. Santo Domingo, D.N., Republica Dominicana
11. LANDÍVAR J, Hermida E, y Proaño H, op. cit. p. 48. ESTRELLA, Eduardo. (1977). Medicina Aborigen, La práctica médica aborigen de la Sierra ecuatoriana, Ed. Época, Quito.

12. NAULA, Juan. (2006). El Proyecto de Ley de las Medicinas Tradicionales de las Nacionalidades y Pueblos Indígenas del Ecuador□, Ed. Subproceso de Medicina Intercultural.
13. NARANJO Marcelo, La Cultura Popular en el Ecuador, Tomo V, Centro Interamericano de Artesanías y Artes populares. 1989.
14. MOYA Alba. (2000) “Ethnos” Proyecto EBI, Quito Ecuador.
15. OBANDO Segundo, Tradiciones de Imbabura, Segunda Edición, Ediciones Abya Yala 1986.
16. OÑA, Humberto, (2000) “HISTORIA Y GEOGRAFÍA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA”
17. RAYMOND Williams. (1994) “Sociología de la Cultura” ediciones Paidós, Barcelona –España.
18. RUEDA, Sonia, (2000)”ENCICLOPEDIA DEL ECUADOR” 1ra edición, EDITORIAL GRUPO MMI OCÉANO, Barcelona – España
19. <http://es.scribd.com/doc/53490817/Medicina-Ancestral-y-Sistemas-de-Salud>

ANEXOS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS

Objetivo: Identificar la demanda de un producto de turismo místico en destinos comunitarios indígenas.

Introducción: La comunidad San Clemente se ubica al nororiente de la ciudad de Ibarra, es un destino de turismo cultural donde la vivencia directa con las familias es la oferta que se ha explotado.

Estimado turista permítase responder las siguientes preguntas, la veracidad de sus respuestas son de gran importancia en el proceso de esta investigación que aportará al desarrollo turístico de la provincia de Imbabura.

Por favor conteste marcando con una X las preguntas expuestas a continuación.

1. DATOS PERSONALES DEL ENCUESTADO:

1.1. **Sexo:** M () F ()

1.2. **Edad:** 12-17 años () 18-30 años ()

30-59 años () más de 60 años ()

1.3. Profesión u ocupación:

Estudiante () Profesional ()

Otras ocupaciones () Especifique:

1.4. Lugar de procedencia:

Turistas nacionales

Sierra Norte ()

Sierra Centro ()

Sierra Sur ()

Referencias de amigos ()
Otros () Especifique:

.....

1.10. ¿En su última visita a este tipo de atractivos, cuanto fue el nivel de gasto personal por las actividades desarrolladas?

.....

1.11. Determine el orden de preferencia lo que usted considere más relevante en la experiencia turística en la visita una comunidad indígena de cultura ancestral. (señale 2)

- () Guías especializados
- () Información proporcionada.
- () Seguridad integral física.
- () Alojamiento y Alimentación
- () Expresiones de la cultura local
- () Conservación de la identidad local
- () Diversidad de actividades

1.12. ¿De las expresiones de una comunidad indígena de cultura ancestral cuáles son las de su preferencia?

- Medicina tradicional ()
- Rituales ()
- Gastronomía ()
- Oralidad ()
- Vestimenta ()
- Juegos ()

1.13. ¿Ha visitado la comunidad San Clemente en la ciudad de Ibarra?

- Visitado ()
- Escuchado ()
- Ninguna de las anteriores ()
- Otras ()

Especifique.....

.....

1.14. ¿Es de su interés participar en actividades de turismo místico ancestral en la comunidad San Clemente?

- Si () No ()



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS

**ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD SAN
CLEMENTE**

Objetivo: Determinar el interés de participación de los pobladores de la comunidad San Clemente en la actividad turística.

Dirigido a: Miembros de la comunidad San Clemente

Estimado Sr./Sra. permítase responder las siguientes preguntas, la veracidad de sus respuestas son de gran importancia en el proceso de esta investigación que aportará al desarrollo turístico de su comunidad.

2. DATOS GENERALES:

2.1. Sexo: M () F ()

2.2. Edad: 12-17 años () 18-30 años ()

30-59 años () más de 60 años ()

2.3. Profesión u ocupación:

Agricultor () Artesano () Carpintero () Ama de casa ()

Otras ocupaciones () Especifique:

2.4. Nivel de educación

- Primaria completa ()
- Primaria incompleta ()
- Secundaria completa ()
- Secundaria incompleta ()
- Superior ()
- Ninguno ()

2.5. Promedio de ingresos mensuales

50-150 (...) 150-250 (...) 250-350 (...) 350-450 (...) 450- 550 (...) 550 en adelante (...)

2.6. Ha participado de la actividad turística de la comunidad

- De forma permanente
- Esporádica
- Iniciando
- Nunca

2.7. ¿De sus ingresos económicos señale el porcentaje que le genera el turismo?

- 0 a 25 %
- 26 al 50%
- 51 al 75%
- 76 al 100%

2.8. ¿Le interesa integrarse en el turismo?

- Si
- No

2.9. ¿Con que recursos podría integrarse al turismo?

- Alojamiento
- Conocimientos en medicina ancestral
- Guía
- Artesanía
- Huertos orgánicos

- Expresiones artísticas

2.10. Considera usted que sus conocimientos de medicina ancestral generarían trabajo en la actividad turística.

- Si
- No
- No responde

2.11. ¿Usted considera que el ambiente de la comunidad es favorable para integrarse al turismo?

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

2.12. ¿Cómo considera la gestión de los líderes comunitarios en el área de desarrollo comunitario en el aspecto turístico?

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Malo

<p>PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Influencia de la cultura ancestral en la oferta turística mística de la comunidad San Clemente como estrategia de integración y desarrollo comunitario.</p>	
<p>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</p> <p>¿Cómo influye la cultura ancestral en la oferta turística mística de la comunidad San Clemente como alternativa de integración y desarrollo comunitario?</p>	<p>OBJETIVOS GENRALES DE INVESTIGACIÓN</p> <p>Analizar la cultura ancestral como oferta turística mística de la comunidad San Clemente, como alternativa de integración y desarrollo comunitario.</p>
<p>TITULO DEL TRABAJO</p> <p>Análisis de la cultura ancestral de la comunidad San Clemente como alternativa de integración y desarrollo comunitario a través del turismo místico en la parroquia Caranqui cantón Ibarra en la provincia de Imbabura</p>	<p>OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA</p> <p>Diseñar un centro terapias de medicina ancestral para fomentar el turismo místico en la comunidad San Clemente.</p>
<p>INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN</p> <p>1.- ¿Cuáles son las características de las manifestaciones místicas ancestrales de la comunidad?</p> <p>2.- ¿Existe demanda de un producto místico?</p> <p>3.- ¿Cuál es el nivel de participación de la comunidad en la actividad turística mística?</p> <p>4.- ¿Cuál es el producto místico de cultura ancestral que se</p>	<p>OBJETIVOS ESPECIFICOS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Caracterizar las manifestaciones místicas ancestrales de la comunidad San Clemente. 2. Ejecutar un estudio de mercado para identificar la demanda de un producto místico de la comunidad San Clemente. 3. Determinar el interés de participación de los pobladores de la comunidad San Clemente en la actividad turística. 4. Elaborar una propuesta de producto místico como parte dela cultura ancestral en la

puede desarrollar en la comunidad San Clemente?	comunidad San Clemente para generar la integración y desarrollo comunitario.	
CATEGORÍA	Dimensiones	Indicadores
Manifestaciones culturales místicas ancestrales	Etnográficas	Música, Danza, Comidas y bebidas, Shamanismo, Medicina ancestral, Rituales, Religiosidad popular kichwa
Mercado turístico	Oferta Demanda	Atractivos culturales; Recursos culturales , Productos culturales Perfil del visitante, Sexo, Edad, Profesión/ocupación, Lugar de procedencia , Frecuencia de visita, Temporada, Tiempo de estadía, Medio de transporte, Motivo de visita, medio de información , nivel de gasto, preferencia de actividades, interés en actividades
Nivel de participación comunitaria	Nivel socio económico	Género, edad, educación, promedio de ingresos económicos mensuales Participación en turismo, % de ingresos por turismo, , visión sobre la cultura místico ancestral como atractivo, organización comunitaria, gestión turística comunitaria.

FOTOS

