

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el turismo es una de las actividades productivas más importantes que generan desarrollo tanto económico como social, basándose en el desarrollo sustentable; es decir, que la diversidad natural y cultural de los pueblos se mantenga inalterable y se pueda hacer uso de ella en el futuro en semejante dimensión que se hace en el presente.

Ecuador es un país reconocido mundialmente por estar ubicado en la lista de los 17 países mega diversos del mundo, en especial por la pequeña dimensión de territorio comparada con la extensa diversidad biológica que alberga, la flora es extremadamente diversa y rica.

La diversidad cultural es otro de los potenciales que representan la base de un producto turístico, esto se manifiesta en el lenguaje, de las creencias religiosas, de las prácticas del manejo de la tierra, en el arte, en la música, en la estructura social, en la selección de los cultivos, en la dieta y en todo número concebible de otros atributos de la sociedad humana.

Las comunidades indígenas han optado por rescatar su identidad cultural con el objetivo de formar parte de un mercado turístico basado en la diversidad de costumbres y tradiciones que los caracteriza.

La provincia de Imbabura es conocida por el asentamiento de comunidades indígenas que se distinguen por sus habilidades artesanales y por la unidad por medio de la cual han conseguido mantenerse y desarrollarse.

San Clemente es una comunidad rica en costumbres y tradiciones las cuales no han sido promocionadas en su totalidad para que la actividad turística se ejecute en su máximo nivel.

El desarrollo de esta investigación se resume en seis capítulos en los cuales se describe las actividades ejecutadas con el fin de plantear una propuesta alternativa.

En el capítulo I, se detalla los antecedentes, el planteamiento y formulación del problema real que se investigó, los objetivos planteados y las razones por las cuales se dio prioridad a esta investigación.

En el capítulo II, se describe el marco teórico que fue la base de esta investigación, se tomo en cuenta temas como: Turismo Comunitario, El turismo en Ecuador, La comunidad San Clemente, Marketing turístico, Producto Turístico y referencias básicas de la estructura de una revista.

El Capítulo III, demuestra la metodología utilizada en el proceso de la Investigación, los métodos, técnicas e instrumentos aplicados que sirvieron para recolectar la información que se plasma en la propuesta alternativa. Se detalla la muestra y población que forman parte importante de fuente de datos.

En el Capítulo IV, se hace un análisis de la información recopilada en las encuestas aplicadas a los miembros de la comunidad San Clemente, por medio de esto se llegó a conocer la realidad de sus costumbres y tradiciones, con la necesidad de diseñar y elaborar un instrumento que las promocióne para formar parte de un mercado turístico, diversificando la oferta de la provincia.

El Capítulo V, expresa las conclusiones que se obtuvieron luego de la aplicación de las encuestas, las cuales cumplen con los objetivos planteados. Recomendaciones que como investigadores, llegamos a

determinar con la convivencia directa de las costumbres y tradiciones en la comunidad.

Finalmente el Capítulo VI, detalla el desarrollo de la propuesta alternativa. La revista turística denominada “San Clemente Comunidad de Encanto Cultural” como material publicitario que difundirá las actividades que prestan como turismo de convivencia familiar.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

La provincia de Imbabura es un potencial turístico, mega diverso y pluricultural; que acoge una gran variedad de atractivos turísticos, diferentes tipos de gastronomía y diferentes tipos de culturas. Por lo cual es considerada a nivel nacional e internacional como una de la provincia con mayor oferta turística del Ecuador.

Imbabura es uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador, el mismo que cuenta con varios atractivos que se refleja en sus diferentes cantones, siendo uno de estos Ibarra, que es un hermoso valle de los Andes, ubicado a 115 Km. de la capital Quito en la sierra norte del Ecuador.

La parroquia La Esperanza, está dividida en tres barrios y ocho comunidades; los barrios son: Chuchupungo o San Francisco, el barrio central o San Pedro y el barrio alto o Cacholoma, llamado ahora Santa Marianita. Las comunidades que conforman la parroquia son: El Abra, La Florida, Paniquindra, Chirihuasi, Rumipamba, Cadena, y San Clemente.

La parroquia rural La Esperanza pertenece al cantón Ibarra. Es una continuación de la parroquia de Caranqui, extendiéndose a lo largo de una sola carretera, hasta encontrar el límite con la parroquia de Angochagua.

Una de las mayores haciendas fue la de San Clemente de la Flia. Gómez de la Torre y Freire Larrea que atrajo a numerosos trabajadores como huasipungueros, peones y arrieros foráneos, que poseían recuas para transportar productos agrícolas a diferentes lugares del país.

La comunidad de San Clemente tiene mucho que ofrecer tanto en lo turístico, como en lo comunitario; su riqueza cultural es única, pero por la falta de promoción no se ha podido dar a conocer todo su potencial. Tenemos que tomar nuevas alternativas para lograr salvaguardar su Cultura.

Con la elaboración de una revista turística cultural, se pretende difundir las manifestaciones socio-culturales de esta comunidad, la misma que plasmara las actividades que se ofrecen en cuanto al turismo de Convivencia Familiar; esto ayudará mucho a concienciar a todas las personas, y a valorar sus costumbres y tradiciones para que sean conocidas a nivel nacional e internacional.

1.2 Planteamiento del Problema

El desinterés por parte de sus habitantes por conservar sus raíces (vestimenta, tradiciones) esto conlleva a la pérdida paulatina de su identidad cultural.

El egoísmo por parte de algunos pobladores que solo velan por su interés personal y económico lo que provoca una desorganización comunitaria evidente.

La carencia de concienciación cultural en sus habitantes da lugar a la desvalorización de su cultura.

No cuenta con el apoyo de los gobiernos locales, esto hace que exista un desconocimiento de la riqueza cultural de ésta comunidad.

La escasa promoción y publicidad de ésta comunidad, limita la demanda de turistas.

1.3 Formulación del Problema

¿Cuáles son las costumbres y tradiciones de los habitantes de la Comunidad de San Clemente?, problema que será investigado en los próximos seis meses.

1.4 Delimitación

1.4.1 Unidades de Observación

Habitantes de la Comunidad de San Clemente

1.4.2 Delimitación Espacial

La siguiente investigación la realizaremos en la Comunidad de San Clemente

1.4.3 Delimitación Temporal

La presente investigación se realizará desde el mes de enero hasta el mes de julio del 2008.

1.5. Objetivos

1.5.1 General

Investigar las costumbres y tradiciones de la comunidad de San Clemente, sector Las Tolas, parroquia la Esperanza, provincia de Imbabura; para la promoción de su riqueza cultural.

1.5.2 Específicos

- Identificar cuales son sus fiestas tradicionales, trabajos artesanales, Vestimenta, Comidas típicas, Medicina Natural, en la comunidad de San Clemente.
- Diagnosticar el interés de los habitantes de la comunidad, en la conservación de sus costumbres y tradiciones.
- Elaborar una revista Turístico Cultural de la comunidad de San Clemente para promocionar y rescatar sus costumbres y tradiciones.

1.6. Justificación

San Clemente guarda muchas tradiciones y acontecimientos de cómo se fue constituyendo la comunidad y mereciendo sus tierras por parte del patrón a los trabajadores que hoy en día labran sus tierras.

Por esta razón se desea rescatar la actividad agrícola ancestral, como una tradición a la que se han dedicado por muchos años, esto como una alternativa económica; conjuntamente con las plantas medicinales

que se cultivan y los conocimientos de medicina ancestral que poseen, que son muy útiles a la hora de padecer de alguna enfermedad ya que no cuentan con un centro de salud en la comunidad.

Con la realización de este proyecto se pretende la unificación de sus habitantes, para la realización de las diferentes actividades que pone en práctica la comunidad, procurando dar importancia a la conservación de su identidad cultural, y se constituya como un atractivo turístico que genere el interés de los turistas.

El aporte será la elaboración de una revista que resuma su historia, costumbres y tradiciones, lugares de convivencia familiar de la comunidad de San Clemente, para beneficio de sus habitantes y la sociedad en general.

CAPITULO II

2. MARCO TEORICO

EL TURISMO COMUNITARIO EN EL ECUADOR

TURISMO COMUNITARIO

Turismo Comunitario es una nueva forma de relacionar a la comunidad y sus visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de los patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos. Un porcentaje de los beneficios generados a través de esta modalidad de hacer el Turismo, se distribuye para las comunidades.

Este es un concepto totalmente diferente y novedoso de hacer turismo. Pequeñas comunidades rurales comparten sus hogares con los turistas y permiten conocer a fondo sus costumbres, su diario vivir y sus conocimientos ancestrales.

Algunas comunidades indígenas se han dado cuenta que con el turismo pueden generar mayores recursos y han abierto sus puertas para mostrar los atractivos de sus pueblos y de sus regiones desde una perspectiva única.

Esta forma de turismo permite tener más contacto con la gente, conocer las costumbres y el modo de vida de culturas centenarias desde adentro. Son los propios pobladores los que se convierten en guías y el dinero generado de éste turismo, se re-invierte en proyectos para la comunidad.

No es lo mismo conocer la historia de un pueblo, si ésta es contada desde la perspectiva de un nativo del lugar, a cambio de la de un guía turístico. Sin embargo en un tour es difícil contar con el tiempo para poder conocer profundamente a la gente y tener acceso a su manera de pensar.

La idea del turismo comunitario, es que el turista pueda experimentar como se vive dentro de una comunidad. Que esté en contacto directo con los miembros de las comunidades, que los acompañe en sus actividades diarias o que aprenda costumbres de ellos.

La iniciativa de turismo comunitario en la comunidad de San Clemente nació en el 2001, con el propósito de mejorar las condiciones de vida y mantener el aspecto cultural como una actividad complementaria a la agricultura y las actividades socio-economicas de la comunidad.

La comunidad de San Clemente ha desarrollado el Turismo de convivencia familiar más no turismo comunitario, esto como una alternativa de trabajo y preservación de su patrimonio natural y cultural.

Con la investigación realizada en la comunidad se pudo determinar que no es TURISMO COMUNITARIO, si fuera turismo comunitario; toda la comunidad estaría vendiendo este tipo de turismo de una manera equitativa. Pero lamentablemente no es así, existen unos lugares de convivencia familiar que son los más beneficiados.

Al decir TURISMO DE CONVIVENCIA FAMILIAR significa que una familia recibe a uno o varios turistas para dar a conocer sus costumbres y tradiciones, es decir toda su riqueza cultural. Y solamente la familia es la única beneficiada más no la comunidad.

Características:

Según la pág. Web www.vivecuador.com/html2/esp/turismo_comunitario.htm

“Los beneficios que produce esta actividad no siempre se ven reflejados en las poblaciones consideradas turísticas, pues sus habitantes deben afrontar esta situación con mucha imaginación para sobrevivir elaborando artesanías, comidas típicas o representaciones de ritos y/o costumbres tradicionales que llaman la atención del visitante.”

“Turismo comunitario es toda actividad económica solidaria que relaciona a la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural, con participación consensuada de sus miembros, propendiendo al manejo adecuado de los recursos naturales y la valoración del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios generados.”

Nosotros compartimos el criterio del autor ya que consideramos que el turismo o actividad turística se la realiza en diferentes atractivos turísticos que son buscados por los turistas, pero cuando vamos al campo existe una característica muy especial, la conservación de los recursos visitados.

LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL ECUADOR

La actividad turística para las comunidades de los pueblos y nacionalidades que ahora habitamos en el Ecuador no es nueva. Uno de los atractivos del momento en los países andinos, es justamente, una de las más antiguas rutas de comunicación ancestral que cruza los Andes: “El camino del Inca”. A lo largo de esta ruta y sus ramificaciones laterales, hacia la Costa y hacia la Amazonía, podemos encontrar todavía vestigios de los “tambos”, sitios de alojamiento, alimentación y abastecimiento para los viajeros de estas rutas”

COMUNIDAD Y TURISMO

El potencial del desarrollo turístico está en relación directamente proporcional con la disponibilidad de lo que la OMT llama “recursos turísticos”, que desde nuestra visión se denomina Patrimonio Natural y Cultural, o simplemente “Patrimonio de Vida”. Es decir que de todos modos, con o sin nuestro consentimiento, las comunidades indígenas, campesinas y afro ecuatorianas, estamos involucradas en el desarrollo de la actividad turística, ya que en nuestros territorios se encuentra la gran mayoría de las “atracciones y actividades”.

En este sentido, nuestra participación asegura la protección y gestión sostenible de este patrimonio de vida, garantizada por nuestra filosofía y tradición milenarias de respeto y cuidado a la Pachamama, a nuestra Madre Tierra, con la cual nos unen vínculos sagrados. Nos encontramos en un franco proceso de revitalización cultural y fortalecimiento identitario, y tenemos mucho que compartir –aprender y enseñar– con nuestros visitantes. Este es un primer elemento que debe observarse dentro del compromiso en el mejoramiento de la vida comunitaria, lo cual significa la garantía de la reproducción de la vida y la continuidad de nuestro trabajo como cultores del agro (que va más allá de considerarnos agricultores, término que solo hace referencia a la parte tecnológica, dejando de lado los conocimientos ancestrales y las relaciones espirituales que nos unen a nuestro territorio).

Sin embargo, para el desarrollo de la actividad turística no basta con tener las “atracciones”; la calidad de los servicios turísticos depende necesariamente de la disponibilidad y calidad de la infraestructura social: agua potable, saneamiento ambiental, energía eléctrica, comunicaciones, vialidad. La responsabilidad de la dotación de dichos servicios básicos recae en manos de los gobiernos locales y nacionales: municipios,

consejos provinciales, ministerios. La participación de las comunidades indígenas, campesinas y afro ecuatorianas, en la actividad turística abre una cierta posibilidad de que finalmente los pueblos y nacionalidades del Ecuador sean atendidos en la dotación de la infraestructura social básica, una de las áreas más descuidadas por el Estado ecuatoriano. Este es un segundo elemento que se debe considerar en el mejoramiento de la vida comunitaria: la satisfacción de las necesidades básicas para el desarrollo de la vida.

Como habíamos anotado, la actividad turística no es nueva para nosotros, pueblos milenarios que nos hemos desarrollado en base al intercambio recíproco; sin embargo, hay que anotar que hasta la irrupción de las comunidades en el turismo, esta actividad nos era ajena. Por ello, nuestra participación en turismo comunitario busca diversificar las actividades productivas propias y darle valor agregado a otras. Somos cultores del agro y esa es nuestra esencia, pero no nos cerramos a emprender en otras actividades productivas que pueden ampliar las oportunidades de empleo (como el área de los servicios de alimentación, hospedaje, guianza) y comercio (como el caso de las artesanías y la recreación cultural).

INTERCULTURALIDAD

Puede darse de dos formas, cuando una cultura al entrar en contacto con otras tiende hacerlas desaparecer, estableciendo una relación de dominación hacia ellas.

La otra se da cuando al contactarse dos o más culturas, se parte del reconocimiento del otro en su propio contexto con particularidades y cosmovisión. Se establece entonces, una relación cimentada, por una parte en el respeto y en esa medida por el propio, y por otra parte, en el

intercambio de saberes y conocimientos, que antes que distorsionar o debilitar los códigos y los sistemas simbólicos de la cultura contribuyen a su fortalecimiento y enriquecimiento.

COMUNIDAD DE SAN CLEMENTE

Historia de turismo de convivencia familiar

Esta iniciativa nació en el 2001, con el propósito de mejorar las condiciones de vida y mantener el aspecto cultural como una actividad complementaria a la agricultura. La comunidad de San Clemente ha desarrollado la convivencia familiar como alternativa de trabajo y preservación de su patrimonio natural y cultural.

Ubicación y acceso

La comunidad se ubica a 2.800 msnm, en las faldas del volcán Imbabura, a media hora de la ciudad de Ibarra. Desde Ibarra se llega por transporte terrestre todos los días, en buses de pasajeros que salen de la estación del parque Germán Grijalva. Hay cerca de ocho turnos por día, desde las 07h00 hasta las 18h30. Los sábados y domingos los buses son menos frecuentes. Otra opción es tomar un taxi Ibarra-San Clemente, a un costo aproximado de 5 dólares.

Etnia

Básicamente la gente pertenece a la raza indígena vive en una extensión de 420 hectáreas de superficie, ya que ha ido creciendo sistemáticamente.

Idioma

El idioma oficial de esta comunidad es el Runa Shimi o Kichwa este es el resultado de la fusión del quechua que llego con los incas del actual Perú, En la actualidad también se habla el idioma castellano.

Salud

Esta Comunidad no cuenta con un centro de salud, por lo que deben trasladarse a La Esperanza para recibir atención medica; el mismo que está regulado en su funcionamiento por la Jefatura de Salud de Imbabura. El horario de atención en esta casa de salud es de Lunes a viernes de 09:H00 a 15:H00; permitiendo así una atención regular, bajo la responsabilidad de un médico general, enfermera y dentista.

También se da atención en control de embarazos, salud infantil, primeros auxilios, brigadas de vacunación, entre otras; la salud en la parroquia es estable.

Educación

La Comunidad de San Clemente, cuenta con una escuela de primero a sexto grado y que lleva el nombre de Patricio Espinosa.

Infraestructura

La infraestructura con la que cuenta esta comunidad actualmente es la siguiente:

- Casa comunal
- Iglesia

- Área deportiva
- Caminos de piedras
- Caminos de herradura
- Establos
- Centro de acopio de bordado y Artesanías

Servicios básicos

- Luz eléctrica
- Agua Potable
- Servicio de transporte; Buses Cooperativa de Transportes “La Esperanza”

Servicios turísticos

- Ascenso al volcán Imbabura.
- Caminata o paseo a caballo a la laguna Cubilche.
- Visitas a talleres de fabricación artesanal.
- Demostraciones culturales, participación en eventos deportivos
- Convivencia con familias, ocasión ideal para aprender kichwa.

Estructura Organizativa

La estructura Organizativa en las comunidades es conocida como Cabildo, la cual está conformada por 5 personas:

PRESIDENTE

VICEPRESIDENTE

TESORERO

SECRETARIO

SINDICO

También se forman comisiones de: Salud, Turismo, Priostes, y otras que sean necesarias, con el objetivo de incentivar las actividades de la comunidad, tienen como fin organizar a la gente, detectar los problemas, realizar el plan de trabajo y tratar de conservar toda su riqueza cultural.

Riqueza Cultural de San Clemente

COSTUMBRES

En la Comunidad existen algunas costumbres y tradiciones entre las que se menciona.

El Matrimonio

Los jóvenes se enamoran por medio de chistes en el trabajo o en alguna otra circunstancia. Cuando se sienten atraídos se quitan la jatana o el sombrero; esto significa que el amor a sido aceptado entre los dos, luego el novio acostumbra a ir a la casa de la novia con espelmas o linterna, con el propósito de espiar y saber si no tiene otro pretendiente.

Más tarde se nombra el “mañai” que es un ángel nombrado por el novio y los familiares de éste. El ángel tiene que ser una persona muy abierta y de criterio amplio para poder dialogar con los padres de la novia hasta ponerse de acuerdo. Para el pedido el ángel y los familiares van cantando y llevando velas prendidas a manera de procesión hasta llegar a la casa. Hecho el pedido se ponen de acuerdo sobre la fecha, hacen el segundo pedido, toman, bailan, y en medio de éste jolgorio se pasa la noche. El día del matrimonio se come la boda, se toma hasta cuando sea la hora de que los novios se acuesten. Se le esconde a la novia y el ángel es encargado de encontrarla para entregarla al novio que la está esperando en la parte alta de la casa. Al otro día los novios son bañados

en una acequia o en un recipiente. Se le baña hasta las rodillas. De aquí regresan a la casa jugando. El padrino antiguamente les regalaba una yunta de bueyes y el arado para que tuvieran con que mantenerse. En la fiesta se acostumbraba a sortear a dos campesinos y ponerles el yugo para que el novio manejara el arado.

El Bautizo

Se lo realiza después de unos ocho días nacidos el niño. A ésta ceremonia no acude la madre por encontrarse haciendo los cuarenta días de dieta. En su lugar se nombra a una jovencita que es la encargada de llevar al niño a la iglesia junto con los demás familiares. El niño que ha muerto antes de ser bautizado es considerado como “auca” por lo tanto hay que enterrarlo sin antes ir a la iglesia y en un lugar apartado de los demás”.

Embarazo y Parto

Durante el embarazo, la mujer es atendida por una partera campesina. Cuando ya falta un mes para el parto, ella acude a la casa de los padrinos con el esposo, con el fin de avisarles que va a ser madre muy pronto, consigo llevan el mediano (comida).

Cuando los padrinos han sido avisados, tienen la obligación de darle todos los alimentos a la mujer durante los 30 días que faltan.

Entierro de un niño

Cuando muere un niño menor de doce años, primero se avisa a los padrinos, luego estos van a la iglesia hacer doblar las campanas y a su vez habla con el sacerdote. El padrino tiene la obligación de comprar la

caja o formar el altar pascai, el cual se compone de la siguiente forma: se coloca en el centro sobre esta una silla adornada con paños, flores, espelmas. Durante la noche del velorio se come colada con carne, se juega se toma. Al día siguiente van al cementerio con música cantando y tomando, para esto todas las mujeres llevan el mediano para que coma toda la gente en el cementerio, la mama del muerto no acude al entierro.

Entierro de un adulto

Cuando un adulto fallecía, los familiares acudían a la hacienda del Sr. Galo Plaza para que les apoye con algo para el velorio y entierro. Seguidamente avisaban al párroco y hacían doblar las campanas. Fuera de las ropas que el muerto llevaba puestas le ponían un poco más de ropa y sobre está el hábito de las madres carmelitas que era adquirido en el convento de Ibarra. A las mujeres, además de todo esto les ponían sacrillos, huallicas, manillas y hasta alguna hombrera o blusa dibujada, pensando que cuando esté en el cielo trabaje y tenga que comer. Cuando el difunto es hombre se enterraba de la misma forma sino que le ponían también alguna herramienta y una trama (bastón).

Primera comunión

En esta ocasión no ocurre nada importante ya que se realiza en conjunto y con muy pocas personas.

Casa nueva

Tradicionalmente la comunidad de San Clemente, realiza una fiesta al concluir la puesta de las tejas. Se hace una minga de los familiares o amigos se nombran padrinos los cuales tienen que poner la teja nueva; el padrino sube a la cubierta la coloca y de arriba bota galletas y flores a la

gente que esta mirando. Una pareja se disfraza de negro con el fin de barrer la casa votando agua bendita, para que se vayan todos los espíritus malignos.

Plantas medicinales:

Entre las principales plantas medicinales que se utiliza en la comunidad tenemos las siguientes:

NOMBRE VULGAR	NOMBRE CIENTÍFICO	USOS
<i>Manzanilla</i>	Chamaemelum nobile	Agua medicinal: Dolor de estomago Ojos irritados
<i>Ortiga negra</i>	Ultica mimbranacea o ultica urens	Limpia mal aire Agua medicinal (nervios) Castigos
<i>Cedrón</i>	Aloysia citrodora	Agua medicinal Dolor de estomago
<i>Linaza</i>	Linum usitayissimum (Lina)	Agua medicinal Limpieza y purgante estomacal
<i>Llantén</i>	Plantago mayor	Riñones
<i>Cola de caballo</i>	Equisetum arvense (caballo chupa)	Hígado Riñones
<i>Tipo</i>		Resfrío
<i>Menta</i>	Mentha rotundifolia	Agua medicinal Cólico
<i>Hierba buena</i>	Mentha safiva	Condimento
<i>Berros</i>	Nasturtium officinale	Hierro

Ruda	Ruta graveolens	Medicinal Limpiar mal aire
Orégano	Origanum vulgare	Dolor estómago
Izo		Tos Desinfectante Escoba
Marco		Desinfectante Limpia mal aire
Chilca	Bachalis salicifolia	Limpia mal aire
Matico	Buddleja globosa	Curar heridas Limpiar intestino Cicatrizante
Lengua de vaca	Rumex crispus (pacta)	Golpes y heridas
Paico	Chenopodium ambrosioides	Comida (caldito) Ayuda con la memoria
Borraja	Borrago officinalis	Resfrío en niños
Juyanguilla	Linum usitatissimum	Fiebre interna (refrescante) Recaída
Cacha cerraja	Sanchos o leraceus	Cura el colerín (pena)
Taraxaco	Toraxacum officinale	Hígado, riñones
Toronjil	Melitis milissophyllum	Nervios y colerín
Valeriana	Oficinalis L	Sistema nervioso y corazón
Sábila	Magualiophyta	Riñón, estomago

TRADICIONES

Para Segundo Obando A. (1986) en su obra "Tradiciones de Imbabura" define:

Inti Raymi

Solsticio que coincide con el 23 y 24 de Junio la fiesta del sol y agradecimiento a la Pacha Mama

Esta fiesta es la más nombrada en San Clemente, es denominada el día grande San Juan es el protector de los sembríos. Los priostes como se los llama a los organizadores, esto generalmente son gente muy adinerada ya que tienen que pagar la banda, la volatería, dar de tomar y a veces, de comer a los asistentes. El prioste entrega la rama al Patrón la cual consiste en 12 gallos llevadas en un caballo bien adornada con mantas y espejos quien debe devolver 4 gallos. Van unas mujeres votando naranjas a la gente que observa. Adelante también va un caballo bien adornado sobre el cual va un niño, que tiene que recitar la loa al patrón. Para estas fiestas se disfrazan en forma de chivo que bailan en diversión de los presentes, aquí también se organizan los castillos que se acomodan con frutas y a veces llevan hasta un borrego la persona que quiere algo del castillo tienen que devolver en trago o chica. Esta fiesta se realiza desde el tiempo de la colonia.

Fiesta de Año Nuevo

Esta fiesta también es muy conocida en la comunidad porque se celebra el inicio del nuevo año aquí se realiza muchos juegos tradicionales por ejemplo:

- Ollas encantadas
- Palo encebado
- Gallo enterrado y cuy enlazado
- Trompos
- Cintas a caballo de palo
- Concurso de baile, cachos, cuentos de historias

VESTIMENTA

De la Mujer

La vestimenta de las mujeres y de los hombres de esta comunidad es muy costosa.

- **Las camisas:**

Son con dibujos de flores y escudos bordadas, con vistosos colores, los cuales son realizados por las mujeres de la comunidad. Las señoras que bordan las camisas van por las casas de la comunidad para ir haciendo el trueque con granos, especialmente con trigo y cebada.

- **El Sombrero:**

Generalmente son de colores vistosos tales como: café claro, ocre y café oscuro, pequeño y casi siempre llevan plumas entre el cintillo y la capa.

- **Las Hualcas:**

Son importadas de China, las Binchas son de colores vistosos, las peinetas que se utiliza son elaboradas de cachos de ganado vacuno.

- **Chalinas:**

En los días utilizan la huashajatana, que esta confeccionada de gamuza.

- **El anaco o falda:**

Es plisada, los filos están adornados de finos encajes, en las fiestas utilizan 2 o 3 centros que están separados por la enagua.

- **Las Fajas:** se adquieren en Otavalo y se las utiliza en la cintura.

- **Alpargatas:**

Estas son elaboradas con el caucho de la llanta, la capellada es la parte del empeine; que se elabora con retazos de tela.

- **Las Manillas:**

Son de color rojo miden hasta 12 metros de largo, cuando están trabajando usan Hualcas de plástico.

Del Hombre

- **El sombrero:**

Es típico de colores oscuros y ocres.

- **Bufanda:**

Es del mismo material del poncho de paño y de colores llamativos, pero en la actualidad ya no lo utilizan mucho por lo general usan chompas.

- **El Poncho:**

Es tradicional de San Clemente si lo usan es grande y muy pesado, son tejidos en los telares caseros y lo tiñen con anilinas.

- **Las Camisas:**

Son de lienzo de color blanco con los puños bordados.

- **El Pantalón:**

Son de color blanco y muy anchos.

Economía Familiar

La mayoría de sus habitantes trabaja por cuenta propia en oficios ya nombrados anteriormente y la otra parte son asalariados, que trabajan en actividades como albañiles, carpinteros, agricultores, mecanicos Fuera de su comunidad.

En la actualidad se está emprendiendo el turismo de convivencia familiar con turistas que desean conocer éstas actividades. Lo cual está ayudando al mejoramiento de su economía y calidad de vida.

Tanto mestizos como indígenas se dedican a realizar varias actividades, como agricultura, bordados a mano y carpintería. Esta es la más importante conjuntamente con el turismo de convivencia familiar.

La mayor parte de las mujeres se dedican a la elaboración de bordados a mano como: camisas, camisetas, blusas, bolsos, manteles, individuales, tarjetas, toallas.

Vivienda

La mayoría de sus habitantes poseen vivienda propia, la minoría arriendan; algunas personas han modernizado sus viviendas con el reemplazo del material de construcción de paredes de barro por paredes de ladrillo y bloque, el techo de paja, por tejas o zin; como todo grupo humano la capacidad económica de la familia determina el tipo de vivienda. Es común encontrar en algún extremo de la habitación la tulpa o fogón, compuesta por dos o tres piedras colocadas en el suelo sobre las cuales se sujetan las ollas, como combustible utilizan la leña, el gas.

Alimentación

El número de comidas diarias es generalmente dos, los indígenas desayunan y no almuerzan solo meriendan, debido al trabajo o a la pobreza.

Los alimentos que se consumen son cultivados en sus pequeñas huertas que por lo general poseen productos de diferente variedad como papas, maíz, fréjol, quinua, trigo, ocas, col.

Lo novedoso en esta comunidad es que todos sus habitantes no utilizan agroquímicos en el proceso de cultivo, sino más bien es reemplazado por abonos orgánicos; siendo así la producción de todos sus alimentos sanos.

Religión

La mayoría de los pobladores siguen la religión católica, son devotos de la virgen de la Merced, quien es su patrona y le veneran; Además realizan el viacrucis como en todo lugar del Ecuador por Semana Santa

MARKETING TURÍSTICO

CONCEPTO

Se suele traducir como Mercadología o Mercadotecnia (francés), mercantica o mercadeo (hispanos). También se ha traducido como comercialización, pero esta traducción no ha tenido mucho éxito.

En la mayoría de los países se emplea la palabra marketing, sin traducirla a ningún idioma.

Se trata de una disciplina joven, con un desarrollo científico relativamente reciente, y son muchos los intentos de los autores para dar una definición de este término.

Una de las primeras definiciones procede del Departamento de Marketing de la Universidad de Ohio en 1.965. Según ellos:

“El marketing es un proceso social”

Una de las definiciones más reconocidas la aporta Philip Kotler:

“Marketing es aquella actividad humana dirigida a satisfacer necesidades y deseos mediante procesos de intercambio.”

El profesor Rufín Moreno señala que la noción de intercambio (o transacción de valores) es normalmente aceptada en la comunidad académica y en el mundo profesional como el núcleo y fundamento de las actividades e investigaciones de Marketing.

El concepto académico del Marketing incluiría hoy en día las siguientes ideas fundamentales:

- La dirección de Marketing es una función de las empresas incluida en su planificación estratégica.
- Las cuatro actividades fundamentales para el desarrollo de la función anterior giran en torno a decisiones sobre productos, precios, comunicación y distribución.
- El intercambio no subyace sólo en los bienes y servicios, sino que se incluye cualquier clase de intercambios de valores, lo que implica ampliar el objeto del Marketing más allá de lo meramente económico.
- La satisfacción de los deseos y necesidades de los consumidores debe situarse por tanto en el mismo nivel de los objetivos de las organizaciones.

La clave para alcanzar los objetivos de una organización consiste en identificar las necesidades y deseos del público objetivo y entregar los

satis factores deseados de una forma más efectiva y eficiente que la competencia.

Hay que equilibrar tres consideraciones a la hora de establecer las políticas de marketing: Beneficios de la empresa, satisfacción de los deseos de los consumidores, e interés público.

El marketing como ciencia

Marketing positive y Marketing normativo. Micromarketing y Macromarketing.

Marketing positivo: Se trata de explicar lo que es o se hace, lo que ha sido y lo que puede ser. Explica las actividades o fenómeno que realmente existen y las leyes que los rigen.

Marketing normativo: Explica lo que debe ser o lo que debe hacerse. Organizaciones o individuos deben utilizar el marketing y las formas o sistemas a adoptar.

Micromarketing: Se refiere a actividades de unidades individuales, tales como individuos, empresas u otras entidades.

Macromarketing: Incluye un nivel de agregación mayor e incluye sistemas comerciales y grupos de consumidores.

En la actualidad se considera que el Marketing es una Ciencia: Tiene un objeto de estudio propio, posee un cuerpo de doctrinas amplio y adopta métodos de investigación objetivos y sistemáticos.

El marketing como sistema

El marketing como sistema hace referencia a un grupo de instituciones, actividades y flujos en interacción, diseñados para facilitar el intercambio entre una organización y su mercado.

En el mercado existen dos partes:

- Una que concibe, produce y vende productos y servicios. **Oferta.**
- Otra que compra y consume esos productos y servicios. **Demanda.**

La función del marketing en una economía de mercado es organizar el intercambio voluntario y competitivo de manera que se asegure un encuentro eficiente entre la oferta y la demanda de productos y servicios, es decir, entre los productores y compradores.

La gestión del marketing

El departamento de marketing debe mantener estrechas relaciones con los restantes y desarrollar una política coherente con la política general de la empresa ya que de alguna manera es el vínculo entre la empresa y los consumidores. Debe transmitir una imagen de la empresa no contradictoria con la que de ella tienen los consumidores y no transmitir a las demás departamentos la información necesaria para alcanzar los objetivos fijados.

La empresa que adopta este esquema debe:

- Planificar, es decir, fijar sus objetivos, los cuales se dividen en misiones y metas. (La misión es la finalidad general de la empresa, y una meta es un objetivo cuantificado).
- Poner en práctica la estrategia diseñada para conseguir esos objetivos, previo análisis de los puntos fuertes y débiles de la empresa y de las oportunidades y amenazas del entorno.
- Controlar las desviaciones entre lo planificado y lo realizado.

Método de investigación en marketing

El Marketing, como cuerpo científico de conocimientos, aplica el método científico al proceso de investigación sistemático y objetivo de la realidad que pretende explicar: Los intercambios. Este proceso de investigación utiliza un conjunto definido de técnicas, tanto específicas como comunes a otras disciplinas, y es lo que se conoce como Investigación de Marketing

Los principios del método científico se agrupan en:

- Diseño de la investigación comercial: Definir el problema, y las variables relacionadas con él.
- Obtención de la información
- Tratamiento, tabulación y análisis de los datos.
- Interpretación de los resultados y presentación de conclusiones.

El consumidor

Comportamiento del consumidor

Desde el punto de vista del marketing, se trata de:

- Estudiar el comportamiento humano frente a los productos que la empresa pone a disposición del posible comprador o consumidor en el mercado
- Detectar las necesidades que existen, y analizar el proceso de decisión que conduce al acto de adquisición.

Se refiere al conjunto de actividades que lleva a cabo una persona o una organización desde que tiene una necesidad hasta el momento que efectúa la compra y usa posteriormente el producto.

Características del comportamiento

- Complejo: Hay muchas variables internas y externas que influyen en el comportamiento.
- Cambia con el ciclo de vida del producto.
- Varía según el tipo de productos.

Factores explicativos del comportamiento

Condicionantes internos o endógenos.

La motivación, la percepción, la experiencia y el aprendizaje, las características psicográficas (la personalidad y los estilos de vida), y las actitudes.

Condicionantes externos o exógenos.

Hacen referencia a la pertenencia del consumidor a una determinada cultura, clase social, grupo social de referencia, la familia. También el macro entorno es un condicionante externo (entorno económico, cultural y social, demográfico, legal y político, tecnológico y el medio ambiente).

Fases del proceso de decisión de compra

1. Reconocimiento del problema: Aparece la necesidad unida al deseo de satisfacerla. La acción de marketing consiste en orientar y canalizar las necesidades hacia la demanda de los productos ya ofertados.
2. Búsqueda de información: Interna (memoria), o externa (amigos, expertos, catálogos...)
3. Evaluación de las alternativas posibles para satisfacer la necesidad: Marcas y productos. Se perciben los atributos de los

productos que pueden satisfacer la necesidad y se procede a jerarquizarlos.

4. Comprar o no comprar. Influyen las diferentes informaciones: Beneficios que aportará el producto, el entorno, la decisión de compra previamente establecida.
5. Si se ha efectuado la compra, fase de satisfacción o insatisfacción. Si el producto es satisfactorio, seguramente se volverá a comprar: Lealtad a la marca. Si no es así, cambio de marca.
6. La experiencia adquirida con el uso o consumo del producto será una información que se guardará y se podrá utilizar en un nuevo proceso de decisión de compra.

Segmentación de los mercados

Concepto

La segmentación de mercados es un proceso de división del mercado en subgrupos de compradores homogéneos con el fin de llevar a cabo una estrategia comercial diferenciada para cada uno de ellos que permita satisfacer de forma más efectiva sus necesidades, intereses y preferencias y se permita al mismo tiempo alcanzar los objetivos comerciales de la empresa.

Requisitos de una segmentación eficaz

Los segmentos deber ser:

- Identificables y su potencial de compra medible.
- Accesibles: Ser efectivamente alcanzados y servidos.
- Sustanciales: Ser lo suficientemente grandes para ser rentables.
- Diferentes en sus comportamientos de compra o uso del producto.
- Posibles de servir.

- Defendibles

Criterios de segmentación

Los criterios generales sirven para dividir cualquier población o grupo de personas con independencia de sus pautas de compra o consumo, y del producto o servicio considerado.

Los criterios específicos se refieren a comportamientos de compra o de uso o consumo del producto.

Estrategias de segmentación

- **Estrategia indiferenciada:** Misma estrategia de producto, precio, distribución y promoción, para todos los segmentos de manera que considera satisfacer necesidades distintas de cada uno de los segmentos con una única oferta comercial. Para ello se basa en las características comunes de los segmentos.
- **Estrategia diferenciada:** Desarrollar un marketing-mix distinto para cada uno de los segmentos objetivo detectado, y ofrecer un producto adaptado a las necesidades de cada uno de estos segmentos.
- **Estrategia concentrada:** Es la estrategia del especialista, que busca una cuota de mercado elevada en un nicho bien diferenciado. Los esfuerzos se dirigen a uno o pocos segmentos en los que se posea una ventaja comparativa.

El producto.

Concepto

Desde el punto de vista del marketing, es la primera y más importante de las variables de marketing - mix.

Si una empresa no tiene el producto adecuado para estimular la demanda, no puede llevar a cabo de forma efectiva ninguna acción comercial. Se puede decir que el producto es el punto de partida de la estrategia de marketing.

Desde el punto de vista comercial, producto designa cualquier bien o servicio, o la combinación de ambos, que poseen un conjunto de atributos físicos y psicológicos que el consumidor considera que tiene un bien para satisfacer sus deseos o necesidades.

El producto turístico es principalmente un conjunto de servicios, compuesto por una mezcla o combinación de elementos de la industria turística.

Características

1. **Intangibilidad.** Los productos turísticos tienen unas componentes tangibles y otras intangibles. La tangibilidad se observa en la cama de un hotel, el overbooking, la calidad de la comida. La parte tangible la constituye el producto turístico en sí, tal y como es ofrecido por la empresa de servicios turísticos. La intangibilidad se deduce del hecho de que las características de las componentes de un producto turístico no se pueden testar por medio de los sentidos. Los turistas generan expectativas, imaginan cómo es el producto, qué uso le darán, y qué resultados esperan obtener. Esta componente de intangibilidad hace que los consumidores no estén

seguros de lo que compran, ni del beneficio que realmente van a obtener cuando consuman el producto.

2. **Caducidad.** Los productos turísticos no se pueden almacenar.
3. **Agregabilidad y sustituibilidad.** El producto turístico se forma a partir de la agregación de varios componentes, alguno de los cuales se puede sustituir por otro de forma inmediata.
4. **Heterogeneidad.** El producto turístico está formado por muchas partes, y condicionado por muchos factores.
5. **Subjetividad,** individualidad, inmediatez y simultaneidad de producción y consumo. Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén clientes y prestatario en el momento del consumo. Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras. Su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.
6. **Otros:** Es un producto estacional.

Estrategias para el producto turístico

Tendrá que decidir si se dirige a nuevos mercados o hacia los actuales, y por otro lado, las acciones sobre el mercado escogido pueden realizarse con los productos actuales o con nuevos productos. Si se combinan estas opciones, se consiguen cuatro estrategias turísticas:

E. de penetración: Incrementar la cuota global del mercado, ofertando el mismo producto existente sin incorporar ninguna modificación o mejora.

E. de desarrollo del producto turístico: Actuar sobre los mercados turísticos actuales, incorporando nuevos productos que surjan como

variaciones de los productos turísticos existentes. Extensiones en la línea básica o con productos sustitutivos.

E. de extensión del mercado turístico: Utilizar el mismo producto turístico, intentando atraer nuevos consumidores turísticos, bien por su oferta a regiones poco explotadas hasta el momento (sol y playa en el mercado ruso), o bien por la identificación de nuevos segmentos del mercado sobre los que no se habían realizado las acciones adecuadas.

E. de diversificación turística:

Horizontal: Mayor cobertura del mercado turístico con una amplia gama de productos turísticos para clientes con comportamientos similares a los ya existentes.

Vertical: Los nuevos productos actualmente desarrollados por las organizaciones logran captar nuevos mercados de forma que las nuevas actividades desarrolladas no se diferencian demasiado de las actuales.

Concéntrica: Prestación más integrada de todos los servicios que componen el producto turístico, dotando de mayor homogeneidad la calidad e imagen de la organización turística en los mercados turísticos, y con ello, innovar y desarrollar su cartera de productos, y atraer a nuevos consumidores turistas.

Supone el desarrollo de nuevos productos, basados en la satisfacción de nuevos clientes, con nuevos destinos turísticos y con la incorporación de actividades turísticas nuevas, muchas veces con escasa relación con la actividad principal desarrollada por la organización turística.

El precio

Concepto

Es la cantidad de dinero que el comprador desembolsa a cambio de un producto del cual espera que le proporcione unas ventajas y satisfacciones que compensen el sacrificio que representa el gasto realizado.

Importancia del precio

Es un instrumento con el que se puede actuar, dentro de unos límites, con rapidez y flexibilidad, más que con otros instrumentos de marketing.

- Es un instrumento a C/P.
- Es un instrumento competitivo con mucha fuerza.
- Es el único instrumento que proporciona ingresos.
- Tiene importantes repercusiones psicológicas sobre el consumidor o usuario. Éste lo utiliza para valorar la calidad del producto.
- Es la única información disponible en muchas decisiones de compra.

La distribución

Concepto

La distribución es el instrumento de marketing que relaciona la producción con el consumo, siendo su función poner el producto a disposición del consumidor final en el momento en que lo necesite y en el lugar donde desee adquirirlo.

Canal de distribución

Dentro del marketing turístico, los canales o redes de distribución son la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones, con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los diferentes fabricantes realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro.

Estrategias del canal de distribución

Existen dos orientaciones alternativas, o bien se puede realizar una combinación de ambas:

- Estrategia de empuje (push): El productor planifica que el canal le sirva como instrumento para promover su producto.
- Estrategia de atracción (pull): El productor dirige la promoción del producto directamente al consumidor final, encargándose plenamente él de todas las actividades oportunas, con el objetivo de fomentar por sí mismo la demanda del producto y atraer al consumidor hacia el canal de distribución.

La función de distribución en turismo

Si entendemos que la distribución física de los productos, consiste en acercar el producto al cliente, al aplicar al Turismo este concepto, se hace referencia al acercamiento y entrega de documentaciones (bonos, billetes), que justifiquen que se ha adquirido el producto turístico.

Para algunos negocios como los restaurantes, cafeterías, y agencias de viaje, la localización o punto de venta es lo más importante. En vez de hablar de distribución hablamos de localización.

Para otros negocios la localización no es suficiente y es necesario tener una red de ventas que actúe lejos del lugar de producción debido a la distancia entre consumidor y prestatario, al deseo de captar nuevos cliente, a la necesidad de generar ventas anticipadas, es decir, reservas

La comunicación

No es suficiente con disponer de un buen producto, y comercializarlo a través del canal de distribución más adecuado, con un buen precio. Además, hay que comunicar su existencia.

Los instrumentos para realizar esta actividad forman lo que se llama el mix de comunicación:

Publicidad: Comunicación no personal y pagada para la presentación y promoción de bienes, servicios o ideas, que lleva a cabo un patrocinador identificado.

Herramientas: Medios de masas, circulares, cartas, pósters, catálogos

Los objetivos son: Informar, persuadir y mantener el recuerdo.

Promoción de ventas: Incentivos a corto plazo para incentivar la compra de un producto o servicio.

Herramientas: Descuentos, mayor contenido por el mismo precio, regalos directos o diferidos, sorteos, muestras, degustaciones.

Relaciones públicas: Conjunto de programas para mejorar, mantener o proteger la imagen de una compañía o producto, y crear una conciencia favorable hacia los mismos.

Herramientas: Publicaciones, acontecimientos, noticias, conferencias, marketing social, logotipos, símbolos.

Fuerza de ventas: Comunicación verbal con un cliente potencial, cuyo propósito es realizar una adquisición.

Herramientas: Vendedores, representantes, presentaciones.

Marketing directo: Comunicación de la oferta de bienes y servicios directamente al consumidor potencial sin contar con intermediarios.

Herramientas: Catálogos, correo, tele marketing, televisión, radio, revistas, periódicos, ordenador.

El Producto Turístico

Cuando un turista compra un "producto turístico" compra un producto que está sustentado en lo que hemos denominado la "oferta turística" de una región y esta oferta se fundamenta en el "patrimonio turístico" Pero el producto no solo tiene características o atributos atendiendo a su fabricación industrial, pues al satisfacer una necesidad humana el producto tiene atributos de orden psicológico y sociológico.

Entonces al diseñar el producto, no se puede hacer una definición objetiva del mismo sino que hay que hacerlo pensando en el turista, utilizando su visión. En última instancia el producto es todo aquello que contribuye a la satisfacción de los clientes o consumidores; por tanto, lo

que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse mediante el consumo de ese producto, cuya utilidad depende de su capacidad para satisfacer una necesidad.

Definición de producto turístico

Cárdenas (1991:15): "el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista".

Es decir, desde la perspectiva del turista, el "producto turístico" puede considerarse como una experiencia, en el transcurso de la cual son utilizados productos muy diversos.

En cuanto a esto Medlik y Middleton (1973:78) afirman que:"en lo que concierne al turismo, el turista puede optar entre una amplísima gama de productos desde el momento en que sale de su domicilio hasta que regresa. Así, pues, el "producto turístico" puede considerarse como una amalgama de atracciones, de variopintas ofertas de destino y de accesibilidad a los distintos lugares. En otras palabras, el producto no es sólo un asiento en un avión o una habitación en un hotel, o el descanso en una playa, sino la amalgama de numerosísimos componentes intangibles de un paquete tangible".

Establecido el marco conceptual del "producto turístico", creemos oportuno, referirnos a sus características más importantes y diferenciadoras, de forma tal que podamos profundizar en su conocimiento.

Características del producto turístico.

Cuando un cliente adquiere un producto busca en realidad el servicio que proporciona la posesión de ese producto, y a su vez, cualquier proceso de entrega del servicio necesita apoyarse en algunos productos para tangibilizar dicho servicio. Por lo que producto y servicios están complementados.

Particularizando en las características del producto en cuestión, en el "mix de producto turístico", los elementos intangibles (relajación, imagen) dominan sobre los elementos tangibles (construcciones, comida, regalos). La doctrina sobre marketing de servicios es relativamente unánime al reconocer cuatro características básicas que se pueden atribuir a los servicios de forma genérica.

- a) intangibilidad,
- b) inseparabilidad,
- c) heterogeneidad y
- d) caducidad.

Pero existen otras tres características, además de las anteriores, que se pueden asociar a los "productos turísticos" de forma particular, y que han sido reconocidas por diferentes investigadores (Middleton, 1988; Holloway y Robinson, 1995; Ascanio, 1991; Acerenza, 1990):

- a) Agregabilidad,
- b) Estacionalidad y
- c) Mayor subjetividad

Posicionamiento de un producto turístico.

Para un producto turístico, de acuerdo con las características del sector y con las particularidades inherentes a su imagen , el concepto de posicionamiento se amplía hasta incluir no solamente el "producto turístico" en sí mismo, sino también "las políticas y prácticas" a través de las cuales se presta (la estrategia operativa); el "sistema turístico" en que se presta, el destino que lo presta y el "perceptor" (o cliente), que juega un papel importante en la prestación de los servicios turísticos. Es por ello que la estrategia de posicionamiento es un elemento clave en la gestión de marcas turísticas

Sin estrategia de posicionamiento no existe posibilidad de una correcta definición de la política de gestión e imagen de marca en el turismo. Pero además, el posicionamiento hace referencia a la imagen percibida, que no tiene que corresponderse necesariamente con las características reales del producto turístico englobado bajo la marca, sino que reflejará la utilidad o beneficios percibidos.

Turismo místico

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.

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

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.

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. La mayoría de estos sitios se encuentran en Latinoamérica, México, Brasil, Ecuador, Perú y Chile, entre otros.

CÓMO HACER UNA REVISTA

El primer paso es redactar y comprobar la viabilidad de la idea, para ello hay que redactar un proyecto editorial que incluya:

- Público objetivo de la revista y análisis socio demográfico. Audiencia que se aspira alcanzar: su número, segmentos de preferencia (popular o revista de referencia profesional o social).
- Resumen ejecutivo sobre el proyecto editorial. Establecer la línea editorial de la nueva revista, contenidos, estilo y presentación que se adapta mejor al público. Es decir establecer las intenciones de fondo que inspirarán a la publicación y que guiarán su desarrollo a lo largo del tiempo. Además habrá que incluir las prioridades informativas de la revista y el estilo general (noticioso, analítico, etc.)

Características de una revista.

- **Índice de contenidos.** Descripción de las secciones y suplementos, su estructura, ritmo y orden. Incluir un planillo.
- **Organización de la redacción.** Organigrama, cargos y funciones.
- **Memoria de diseño.** Establece un planteamiento de la política de texto, presentación, fotografía e ilustración. Además hay que describir y ejemplificar como la revista presentará la arquitectura interna de las páginas, el uso de la tipografía, retícula, formato, cabeceras y uso del color.

2.1 Fundamentación Teórica

El presente proyecto se fundamentará en los siguientes temas que nos permitirá cumplir con nuestros objetivos planteados.

2.1.1 Fundamentación Científica

No existe un estudio científico de las costumbres y tradiciones en la comunidad, esto ha provocado un desconocimiento de las actividades que se realizan, lo cual conlleva a una escasa afluencia de turistas.

2.1.2 Fundamentación Psicológica

Las manifestaciones culturales que tiene cada comunidad, atraen la admiración de los turistas para conocer sus tradiciones y rasgos históricos; lo cual permite que se desarrolle el turismo, incentivando así a

sus habitantes a la realización de varias actividades de convivencia familiar.

2.1.3 Fundamentación Pedagógica

El desarrollo de la investigación contribuirá y aportará como una guía educativa para estudiantes y personas naturales; también servirá como material de apoyo para la realización de trabajos similares donde se dará a conocer la historia de la creación de la comunidad de San Clemente, conjuntamente con sus costumbres y tradiciones.

2.1.4 Fundamentación Educativa

Se pretende concienciar a los miembros de la comunidad para que valoren sus costumbres y tradiciones, las mismas que son muy importantes para conocer sus orígenes y evolución de su cultura.

2.1.5 Fundamentación Social

Con el aporte técnico investigativo se busca la integración de los miembros de esta comunidad, y formar un grupo sólido de líderes que velen por el desarrollo de diferentes actividades encaminadas al mejoramiento de la calidad de vida de sus habitantes.

2.1.6 Fundamentación Turística

Gracias al movimiento de turistas por diferentes lugares permite el desarrollo de numerosas actividades en diferentes campos ocupacionales; uno de ellos es el turismo comunitario o convivencia familiar, el cual permite explotar su riqueza cultural en San Clemente de

una manera sustentable, logrando así una alternativa para el desarrollo económico en diferentes sectores.

2.2. Posicionamiento Teórico Personal

La provincia de Imbabura tiene una gran variedad de grupos étnicos, cuenta con diferentes manifestaciones socio-culturales; hacemos referencia a una de ellas como “La Comunidad de San Clemente”, donde se pretende cimentar el Turismo comunitario. En la actualidad se está desarrollando la Convivencia Familiar únicamente; esto ha permitido que tenga la acogida de turistas extranjeros interesados por conocer sus actividades diarias.

Se que es muy importante tomar la Fundamentación Turística, ya que por medio de nuevas alternativas turísticas se está mejorando la calidad de vida de sus habitantes y se ésta recuperando de ésta manera las costumbres propias de su comunidad.

2.3 Glosario de Términos

A

A culturización: Adaptación a nuevas costumbres o comportamientos.

Ancestrales: Conocimientos antepasados.

C

Comunidad: Congregación de personas que viven unidas bajo ciertas reglas impuestas.

Cucha uku: Pozo adentro o debajo del pozo.

Cultura: Conjunto de costumbres sociales, religiosas, y manifestaciones interculturales, artísticas, que caracterizan a una sociedad.

D

Destino: Lugar de llegada

Desvalorización: Desacreditación de una cosa o acontecimiento.

E

Etnia: Grupos de familias que se basa en una estructura familiar y social común, y en una lengua y cultura así mismo comunes.

H

Huasipungueros: Personas en cargadas de labrar la Tierra.

L

Liderazgo: Persona encarga de dirigir o estar a la cabeza de un grupo o partido.

M

Manifestaciones: Comportamientos de un pueblo o lugar.

Mañai: Maestro de ceremonias.

Megadiverso: Gran Variedad de atractivos naturales, turísticos, culturales.

Micha pata. Luz de loma

O

Oferta: Bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a un precio en un determinado momento.

P

Patrimonio: Bienes propios adquiridos por cualquier cosa.

Potencial Turístico: Lugar o sitio turístico que atrae la demanda de turistas.

Pluricultural: Diferentes tipos de cultura.

Preservación: Acción de cuidar.

Producto: Resultado de una actividad natural o humana.

Promocionar: Dar a conocer un producto que satisfaga las necesidades del comprador.

R

Rija punku. Puerta de reja.

S

San Clemente. Comunidad perteneciente a la parroquia de Zuleta, Provincia De Imbabura

Socio- Cultural: Interacción de las costumbres de un lugar ante la sociedad.

T

Tradiciones: Son hechos históricos leyes, doctrinas y costumbres a ser conmemoradas.

Tolas: Agrupación o montículos de tierra naturales o artificiales creados por el hombre, para diferentes fines.

Tula uku. Debajo de la tola

Turismo Comunitario: Actividades que se realizan en una Comunidad, dando a conocer sus manifestaciones a los turistas que la visitan.

U

Urpi luma. Loma de tórtola

V

Valle: Depresión de terreno, que posee un clima cálido. Con escasas corriente de aire.

Virdianku. Vena verde.

W

Wasipichai. Casa limpia (Minga)

2.4 Subproblemas, interrogantes, supuestos implícitos

- La pérdida paulatina de su identidad cultural
 - Si desaparece paulatinamente su identidad cultural, conlleva a una pérdida de su etnia y baja recepción turística y económica.
 - Si se conserva, se mejoran los ingresos de turistas e ingresos económicos de igual forma se conservan sus costumbres y raíces.

- Desorganización comunitaria.
 - Si existe desorganización en la comunidad, no habrá un desarrollo óptimo en las actividades.
 - Si la comunidad es organizada, se desarrolla a plenitud y se establece un mayor interés en valorar su identidad cultural.

- Desvalorización de su Cultura.
 - Si se desvaloriza, provoca la pérdida de sus costumbres, una baja demanda turística, futuras generaciones sin identidad cultural.
 - Si hay una gran valorización cultural, aumenta el conocimiento a nivel nacional de su cultura, y acrecienta el respeto a su identidad cultural, aumenta la demanda turística, se establecerían nuevas plazas de trabajo, disminuiría el desempleo.

- Desconocimiento de la riqueza cultural

- La pérdida de su riqueza cultural, provocaría que el lugar pierda importancia, la adaptación a nuevas costumbres o a culturización.
- Si se incrementa su riqueza cultural, se fortalece su comunidad, apertura a fuentes de empleo, mejora de ingresos económicos, mantienen su identidad cultural.

➤ Limitada demanda de turistas

- Si se limita la demanda de turistas, existe un bajo rendimiento del turismo de convivencia familiar, pobreza, disminución de su riqueza cultural.
- Si aumenta la demanda de turistas, la comunidad se fortalece, mayor y mejor demanda del turismo de convivencia familiar, mejoramiento de ingresos económicos, incremento de fuentes de trabajo.

2.5. Matriz Categorial

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIONES	INDICADORES
<p>Conjunto de personas que habitan en un determinado espacio geográfico y que se diferencian por sus manifestaciones culturales.</p>	<p>Comunidad</p>	<p>Rural</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Historia - Ubicación y acceso - Población - Infraestructura - Servicios Básicos - Servicios Turísticos - Educación - Estructura organizativa
<p>Es el conjunto de expresiones que forjan la identidad cultural de un pueblo.</p>	<p>Manifestaciones Socio-Culturales</p>	<p>Ofertas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Gastronomía - Tradiciones - Costumbres - Vestimenta - Vivienda - Economía - Artesanía

CAPITULO III

3 METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION

El presente capítulo define la metodología necesaria para la investigación de campo y documental. También se basará en teorías necesarias para el procedimiento de información.

3.1 Tipo de Investigación

El presente trabajo está enmarcado dentro de una **investigación de campo** de carácter descriptivo, por lo que los datos son tomados directamente del campo por parte de los investigadores y apoyada por la información documental.

Investigación de Campo, es aquella que se la realiza en el lugar de los hechos así como también la información recopilada en el lugar con respecto al tema que se está investigando.

Investigación Documental, es aquella que se encuentra en centros de investigación como bibliotecas, museos, casa de la cultura, entre otras. Que disponen de fuentes bibliográficas.

Productivo, este proyecto propone un medio publicitario en el cual se va a dar a conocer las manifestaciones culturales de esta manera beneficiará a toda la comunidad de San Clemente, ya que ellos realizan el turismo de convivencia familiar esta es una de sus fuentes de trabajo, ya que ellos prestan sus casas para convivir con los turistas.

3.2. Métodos

Los métodos, son los que se emplean para realizar los diversos tipos de investigación.

Método Empírico, Se basaremos en la recolección de información documental y también de fuentes internas por parte de un miembro nativo de la comunidad, en cuanto a la situación socio-económico, ambiental, demográfica factores que permitan tener una visión de los potenciales visitantes.

Métodos Teóricos, se justifica este método por que se relaciona que se van realizando para determinar el perfil del proyecto el mismo que se basa en los métodos.

Histórico Lógico, Gracias a éste método se recolectara información de las diferentes etapas cronológicas para conocer su evolución y desarrollo de la comunidad, destacando su historia

Analítico-sintético, es aquel que compara, analiza e interrelaciona la información o compara un tema con otro. A continuación una definición científica:

Es importante para el proceso investigativo comprender que el objeto que se investiga ante las personas con características dialécticas, a la vez único y múltiplo.

Necesario para el análisis de información para el perfil del marco teórico, así como para analizar y descomponer el problema para luego obtener sub problemas y llegar a los objetivos propuestos.

Inductivo-deductivo, este método nos ayuda a observar analizar describir y jerarquizar un determinado problema a la vez a enriquecer el conocimiento con la determinada propuesta para alcázar un objetivo.

Este método será empleado en el análisis e interpretación de resultado de encuestas formuladas, para explicar con facilidad y calidad los resultados.

3.3 Técnicas e instrumentos

Para una buena investigación se ha propuesto aplicar encuestas a los habitantes de la comunidad de San Clemente para recopilar información acerca de sus costumbres y tradiciones.

3.4. Población

La población a quien se aplicara las encuestas son a los habitantes de la Comunidad de San Clemente, se les aplicara según el censo de este sector por lo tanto calcularemos la muestra.

Comunidad de San Clemente	# Habitantes
Hombres	302
Mujeres	292
TOTAL	594

3.5. Muestra

La muestra se extrae de la población o universo, que se calcula de acuerdo la siguiente fórmula.

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

N: Tamaño de la muestra numero de unidades a determinarse.

N: Universo o población a estudiarse.

d²: Varianza de la población respecto a las principales características que se van a representar. El valor constante que equivales a 0,25, ya que la desviación típica tomada como referenciales $0 = 0,5$.

N -1: corrección que se usa para muestras mayores a 30 unidades.

E: es el límite aceptable de error de la muestra que varía entre 001 – 0.09 (1% y 9%)

Z: Valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale a 1,96.

3.5.1 Desarrollo de la Muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot PQ^2 \cdot N}{E^2 (N-1) + PQ^2 \cdot Z^2}$$
$$n = \frac{1.96^2 \cdot (0,25)^2 \cdot 594}{(0.03)^2 (594-1) + (0.25)^2 (1.96)^2}$$
$$n = \underline{142,61}$$

0.77

n = 185

3.5.2 Fracción Muestral

$$m = \frac{n}{N} E$$

m = Fracción Muestral

n = Muestra

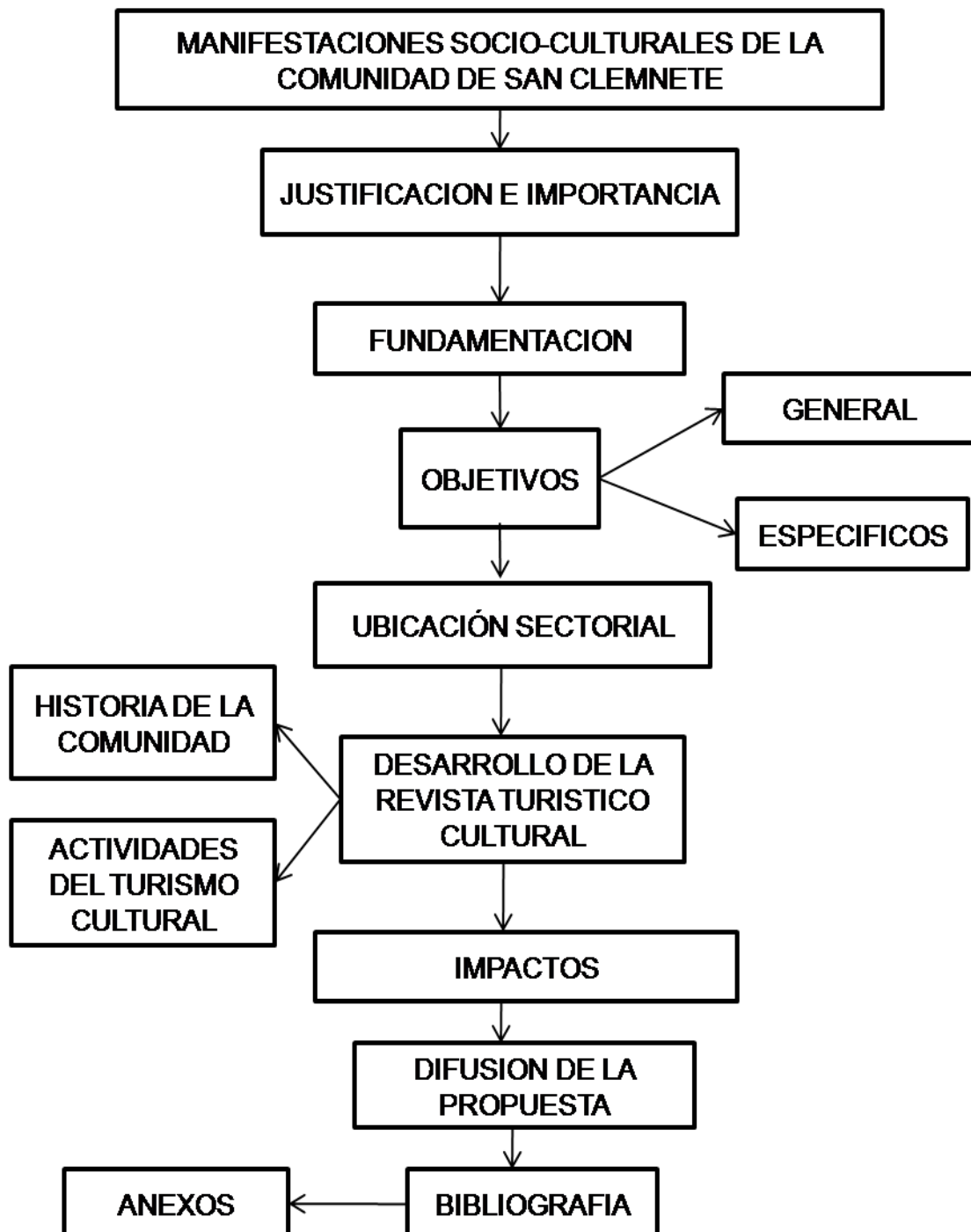
N = Población o Universo

E = Estrato (Población de cada establecimiento)

$$m = \frac{142}{0.77}$$

m = 185

3.6 Esquema de la Propuesta



CAPITULO IV

4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

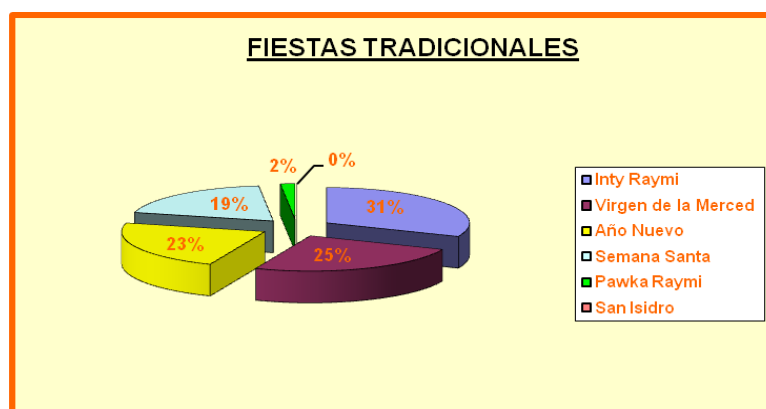
En este capítulo se describe el análisis de datos que se obtuvo por medio de las encuestas aplicadas a los moradores de la Comunidad de San Clemente, sector Las Tolas, parroquia La Esperanza del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

1. ¿Cuál es la fiesta tradicional de mayor festejo en su comunidad?

Cuadro: # 1 Fiestas tradicionales

RESPUESTA	f	%
Inty Raymi	58	31,00
Virgen de la Merced	46	25,00
Año Nuevo	42	23,00
Semana Santa	36	19,00
Pawka Raymi	3	2,00
San Isidro	0	0,0
TOTAL	185	100

Gráfico: # 1: Fiestas tradicionales



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

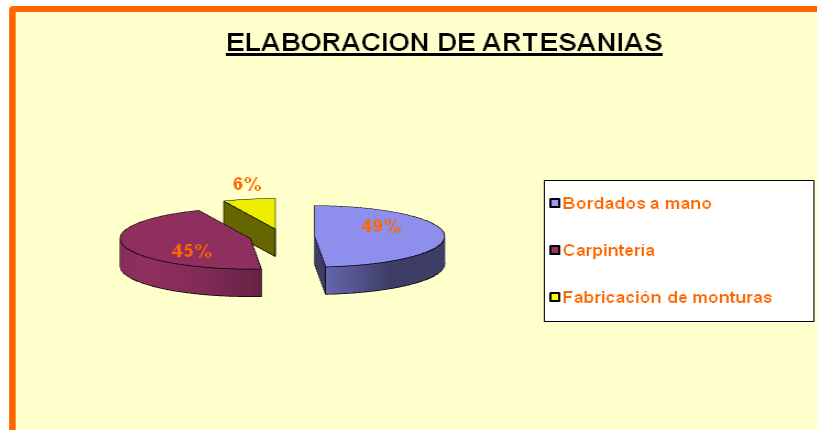
En el cuadro y gráfico estadístico se describe que el **31%** de los encuestados en la comunidad afirman que festejan la fiesta del Inti Raymi, que según la pág. web. www.otavaloinforma.com es una muestra de agradecimiento a la madre tierra y al sol por la maduración de sus frutos. El **25%** festejan las fiestas de la Patrona de la Merced, el **23%** las fiestas de Año Nuevo, el **19%** la celebración de Semana Santa, el **2%** celebran el Pawka Raymi y el **0%** corresponde a las fiestas de San Isidro.

2. ¿Cuáles de las siguientes artesanías se elaboran en su comunidad?

Cuadro: # 2 Elaboración de artesanías

RESPUESTA	f	%
Bordados a mano	90	49,00
Carpintería	83	45,00
Fabricación de monturas	12	6,00
TOTAL	185	100

Grafico: # 2 Elaboración de artesanías



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

La información que se expone en el cuadro y gráfico nos demuestran que 90 personas que representa el **49%** se dedican a la elaboración de los bordados a mano, el **45%** se dedican a la carpintería, y el **6%** se dedica a la fabricación de monturas para caballos. Estas costumbres y tradiciones son la base para ofertar un producto turístico que de acuerdo a: Cárdenas (1991:15): "el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista".

3. ¿De los siguientes juegos tradicionales, cuál es el más importante en su comunidad?

CUADRO: # 3 Juegos tradicionales de la comunidad

RESPUESTA	f	%
Cintas a caballo de madera	90	49,00
Ollas encantadas	67	36,00
Palo Encebado	28	15,00
Enlazada del cuy	0	0,00
TOTAL	185	100

GRAFICO: # 3: Juegos tradicionales de la comunidad



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

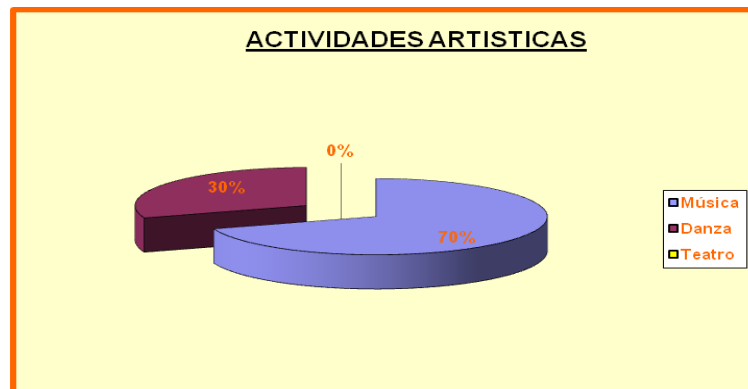
La información que se expresa en el cuadro y gráfico nos demuestra que el **49%** juegan cintas a caballo de madera, el **36%** juegan las ollitas encantadas, el **15%** practican el palo encebado y el **0%** nos indica que en la comunidad no se juega a la enlazada del cuy.

4. ¿Cuáles son las aptitudes artísticas de los miembros de la comunidad?

CUADRO: # 4 Actividades artísticas

RESPUESTA	f	%
Música	129	70,00
Danza	56	30,00
Teatro	0	0,00
TOTAL	185	100

GRAFICO: # 4 Actividades artísticas



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

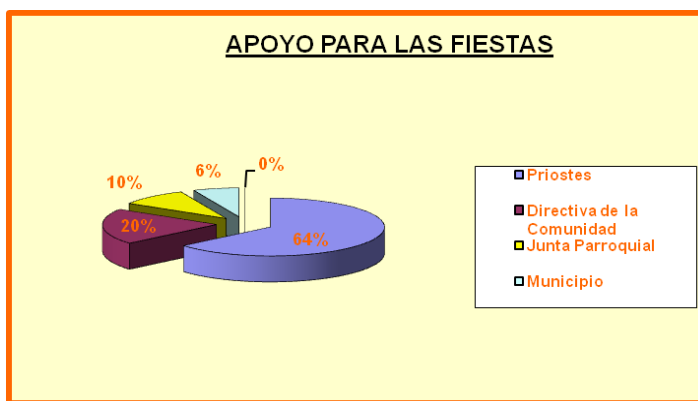
El cuadro y gráfico expresan que el **70%** de la comunidad de San Clemente, tiene habilidades con los instrumentos musicales, el **30%** se dedican al arte de la danza y el **0%** nos demuestra que en esta comunidad no se hace teatro.

5. En las fiestas que se celebran en su comunidad, de quien reciben ayuda?

CUADRO: # 5 Apoyo para las fiestas

RESPUESTA	f	%
Priostes	118	64,00
Directiva de la Comunidad	37	20,00
Junta Parroquial	18	10,00
Municipio	12	6,00
ONGs	0	0,00
TOTAL	185	100

GRAFICO: # 5 Apoyo para las fiestas



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

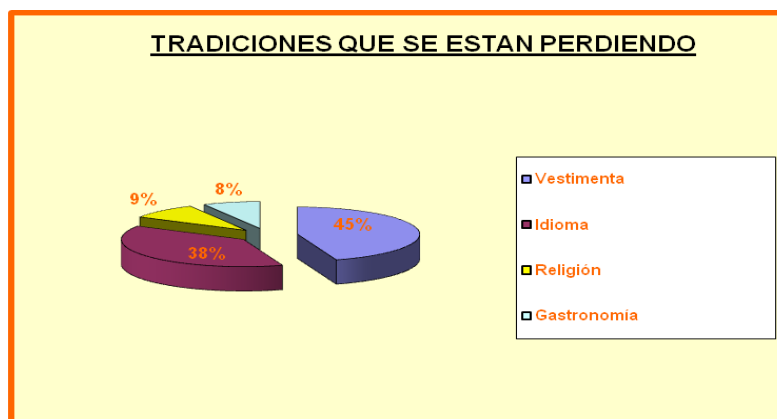
La información del cuadro y gráfico expresan que el **64%** reciben ayuda para la realización de sus fiestas de los priostes como se los llama a los organizadores, generalmente son gente muy adinerada que tienen que pagar la banda, la volatería, dar de tomar y a veces, de comer a los asistentes, el **20%** aporta la directiva de la comunidad, el **10%** la junta parroquial, el **6%** el municipio, y el **0%** nos demuestra que no reciben ayuda de ONG.

6. ¿De las siguientes tradiciones, cuales se han dejado de practicar en la comunidad?

CUADRO: # 6 Tradiciones que se están perdiendo

RESPUESTA	f	%
Vestimenta	83	45,00
Idioma	71	38,00
Religión	17	9,00
Gastronomía	14	8,00
TOTAL	185	100

GRAFICO: # 6 Tradiciones que se están perdiendo



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

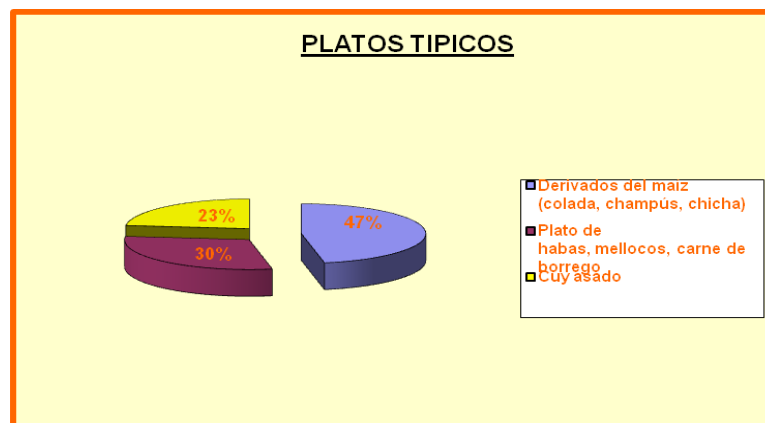
La información que se expone detalla que el **45%** ya no utilizan sus prendas autóctonas por el alto precio de las mismas, el **38%** de las personas esta perdiendo de una manera considerable su idioma; el **9%** está poco a poco optando por otra religión y el **8%** se está perdiendo la gastronomía en la comunidad.

7. ¿Qué plato típico es el más sobresaliente en su comunidad?

CUADRO: # 7 Platos típicos

RESPUESTA	f	%
Derivados del maíz (colada, champús, chicha)	87	47,00
Plato de habas, mellocos, carne de borrego	55	30,00
Cuy asado	43	23,00
TOTAL	185	100

GRAFICO: # 7: Platos típicos



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

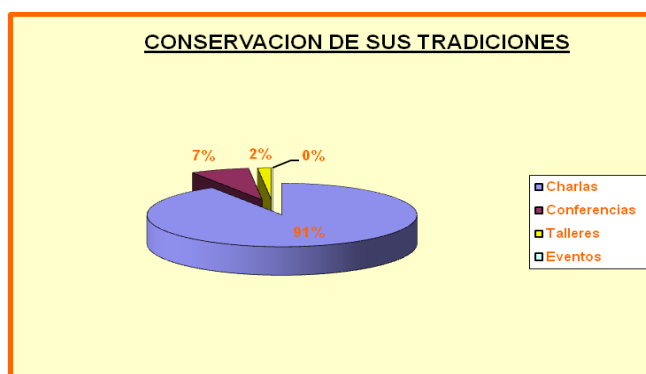
En el análisis de esta pregunta se concluye que 87 personas que corresponden al **47%** afirman que, el producto alimenticio más utilizado es el maíz, del cual se preparan diferentes platos típicos como, (Colada, Champús, Chicha), el **30%** preparan el plato de habas, mellocos y carne de borrego y a veces de res, siendo este el plato típico que se sirve a los turistas, y un **23%** prepara el cuy asado (celebraciones).

8. ¿La organización comunitaria que esta actualmente, se preocupa por la conservación de sus tradiciones a través de?

CUADRO: # 8 Conservación de sus tradiciones

RESPUESTA	f	%
Charlas	169	91,00
Conferencias	13	7,00
Talleres	3	2,00
Eventos	0	0,00
TOTAL	185	100

GRAFICO: # 8: Conservación de sus tradiciones



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

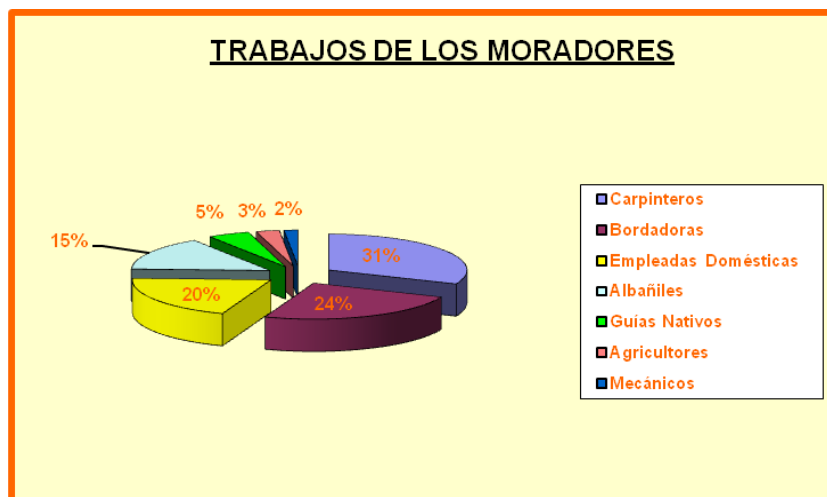
El cuadro y gráfico describen que el **91%** aducen que la organización comunitaria que se encuentra actualmente, si se preocupa por la conservación de sus costumbres y tradiciones que caracterizan a un determinado grupo humano que se encuentra ubicado en un territorio limitado, el **7%** por medio de conferencias, el **2%** a través de talleres y el **0%** por medio de eventos.

9. ¿A qué tipo de trabajo se dedican los moradores de la comunidad de San Clemente?

CUADRO: # 9 Trabajos de los moradores

RESPUESTA	F	%
Carpinteros	58	31,00
Bordadoras	45	24,00
Empleadas Domésticas	37	20,00
Albañiles	28	15,00
Guías Nativos	9	5,00
Agricultores	5	3,00
Mecánicos	3	2,00
TOTAL	185	100

GRAFICO: # 9 Trabajos de los moradores



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

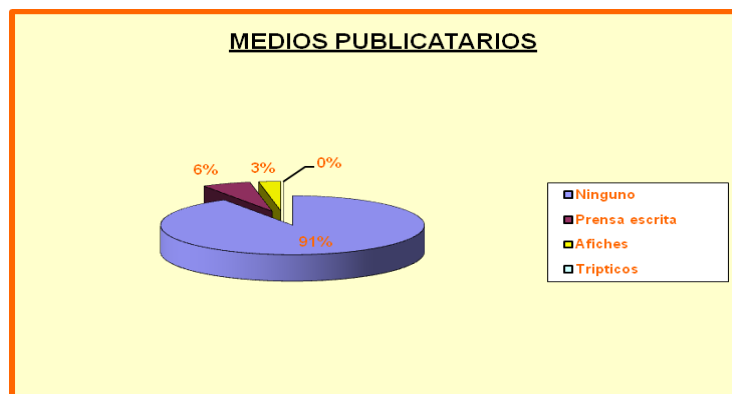
El cuadro y gráfico manifiestan que el **31%** se dedican a trabajar en carpintería, el **24%** realizan bordados a mano (Mujeres), el **20%** empleada domesticas, el **15%** se dedican a la albañilería en las ciudades, el **5%** son guías nativos, el **5%** a la agricultura orgánica (huasipungo) y el **2%** se dedican a la mecánica automotriz.

10.¿A través de que medios publicitarios se promocionan sus costumbres y tradiciones de su Comunidad?

CUADRO: # 10 Medio publicitario

RESPUESTA	f	%
Ninguno	169	91,00
Prensa escrita	11	6,00
Afiches	5	3,00
Trípticos	0	0,00
TOTAL	185	100

GRAFICO: # 10 Medio publicitario



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

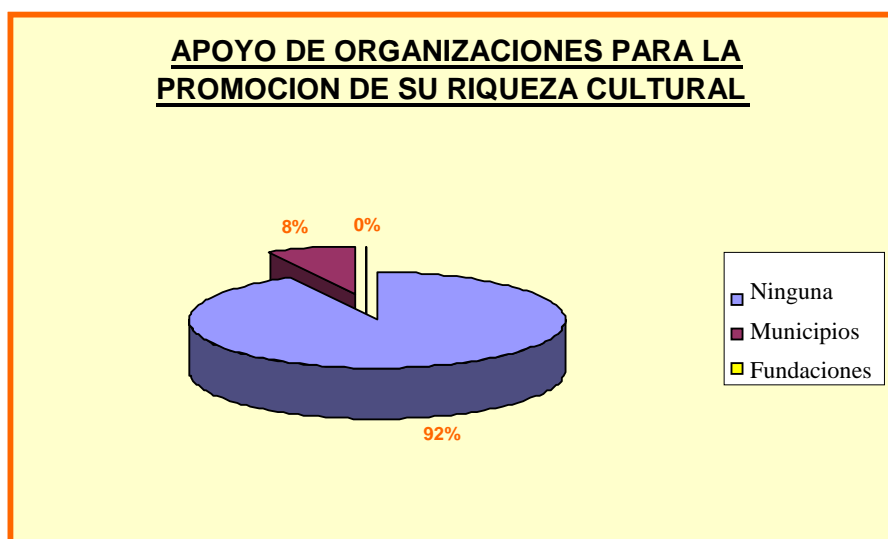
La información que se expone indica que el **91%** no tiene recursos para promocionar sus atractivos turísticos y costumbres y tradiciones por ningún medio publicitario, es decir que no se ha desarrollado ninguna estrategia de marketing, lo cual atrae beneficios como organizar el intercambio voluntario y competitivo de manera que se asegure un encuentro eficiente entre la oferta y la demanda de productos y servicios, es decir, entre los productores y compradores. El **6%** de la población asegura que en alguna ocasión se promocionó las fiestas en un diario local, el **3%** por medio de afiches y **0%** nos demuestra que nunca se hicieron trípticos.

11.¿Existe el apoyo de organizaciones, para dar a conocer la riqueza cultural que posee la comunidad?

CUADRO: # 11 Apoyo de organizaciones

RESPUESTA	f	%
Ninguna	171	92,00
Municipio	14	8,00
Fundaciones	0	0,00
TOTAL	185	100

GRÁFICO: # 11 Apoyo de organizaciones



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

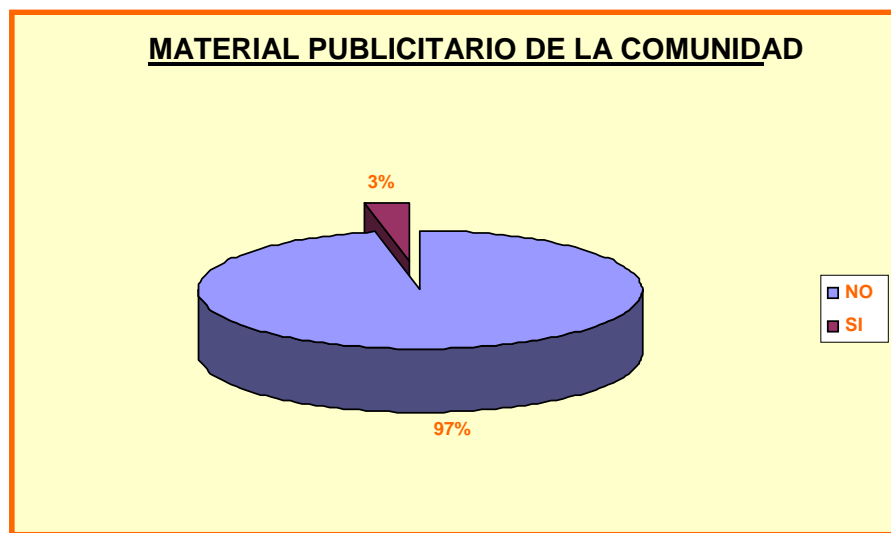
El análisis de esta pregunta describe que el **92%** no recibe apoyo de organismos locales para la difusión turística de la riqueza cultural que existe en la comunidad, mientras que el **8%** dan a conocer de vez en cuando se realizan afiches combinados de algún lugar turístico y el **0%** que no reciben apoyo de fundaciones.

12. ¿Conoce usted sobre la existencia de algún material publicitario de su comunidad?

CUADRO: # 12 Material publicitario de la comunidad

RESPUESTA	f	%
NO	179	97,00
SI	6	3,00
TOTAL	185	100

GRAFICO: # 12: Material publicitario de la comunidad



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

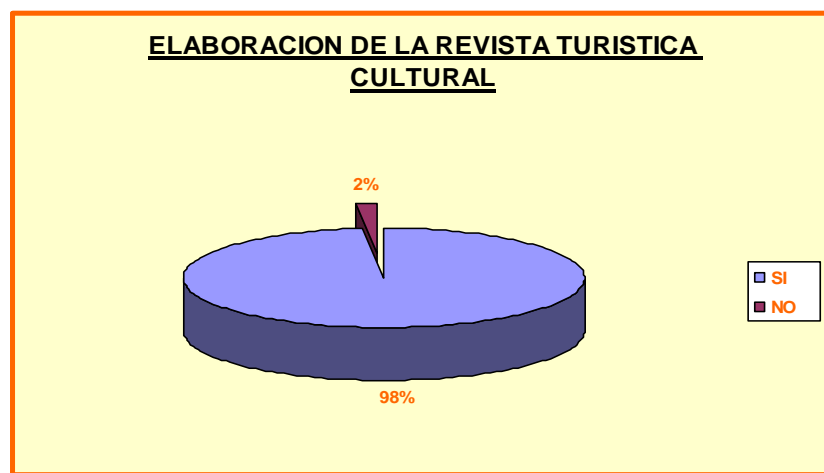
La información que se expone en el cuadro y gráfico describen que el **97%** no existe ningún material publicitario que según la pág. web. www.diccionariobabylon.com son las obras audiovisuales y gráficas, así como todas las partes componentes de las mismas que constituyen los mensajes publicitarios de las campañas difundidas a través de cualquier medio y soporte considerados convencionales. Y el **3%** de la población opina que existen solo fotografías de los lugares que ofrecen convivencia familiar, lo cual no representa gran apoyo como medio de difusión.

13.¿Cree usted que con la creación de una revista turística Cultural de la Comunidad de San Clemente, tenga más afluencia de turistas?

CUADRO: # 13 Elaboración de la revista

RESPUESTA	f	%
SI	182	98,00
NO	3	2,00
TOTAL	185	100

GRÁFICO # 13: Elaboración de la revista



Fuente; Investigación de campo Guamá Fernando, López Byron

En el análisis de esta pregunta se determino que el **98%** están de acuerdo con la creación de nuestro material promocional, (**REVISTA TURISTICA CULTURAL DE LA COMUNIDAD DE SAN CLEMENTE**) la cual permitirá llamar la atención de más turistas, atraídos por sus costumbres y tradiciones y el turismo comunitario que se genera en la misma, mientras que el **2%** de la población no está segura con nuestra propuesta.

CAPITULO V

5 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones.

En base al minucioso trabajo de investigación en la Comunidad de San Clemente y gracias a los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los miembros de la comunidad, se puede concluir lo siguiente:

- San Clemente es una comunidad rica en costumbres y tradiciones, que se expresan en la celebración de sus fiestas tradicionales entre las que se menciona Inti Raymi, Virgen de la Merced y Fiestas de año nuevo. Esto representa una fortaleza en la elaboración de un producto turístico.
- Existe cierta preocupación por la pérdida paulatina de las costumbres y tradiciones ancestrales de esta comunidad, especialmente en los adultos mayores, mas no en los jóvenes quienes por circunstancias como estudios en las ciudades están dejando de lado su identidad cultural y adoptando nuevas tendencias especialmente relacionadas con la moda.
- Se determinó que los moradores de la comunidad están dispuestos a participar en el diseño y elaboración de una revista turística cultural, en la que se rescate y promocióne sus manifestaciones culturales, con la visión de fortalecerse como producto dentro del mercado turístico.

5.2. Recomendaciones

- Se sugiere dar a conocer las costumbres y tradiciones de la comunidad San Clemente mediante un medio de publicidad en éste caso la revista para así lograr fomentar el desarrollo de la zona.
- Es esencial realizar capacitaciones en la comunidad San Clemente, con el fin de fortalecerla en el ámbito turístico para que sus costumbres y tradiciones sean las generadoras de un desarrollo socio económico.
- Se recomienda que los moradores de la comunidad participen en todos los proyectos productivos que van en beneficio de la comunidad.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la propuesta.

DISEÑO DE UNA REVISTA TURISTICA CULTURAL DE LA COMUNIDAD SAN CLEMENTE DENOMINADA “SAN CLEMENTE COMUNIDAD DE ENCANTO CULTURAL”.

6.2. Justificación e Importancia.

La presente propuesta se llevo a cabo en base a la necesidad que mostraron los habitantes de la comunidad San Clemente, en contar con un material publicitario que promocioe sus costumbres y tradiciones y las actividades turísticas que se realiza “turismo de convivencia familiar”.

El aporte en sentido educativo; constituye un grandioso medio promocional par dar a conocer su riqueza cultural y además para rescatar sus costumbres y tradiciones que con el pasar de los años, están perdiendo su importancia.

El proyecto es factible, ya que cuenta con el financiamiento del Ministerio de Cultura para su ejecución; este dio buenos resultados en vista de que, se plasmaron todos los antecedentes, actividades, y tradiciones más importantes que se realizan en la Comunidad de San Clemente por medio de una revista turística cultural; promoviendo así la promoción de las costumbres y tradiciones.

6.3. Fundamentación.

- **Social.-** el proyecto permitirá un mejor rendimiento en la explotación del turismo de convivencia familiar y mayor beneficio colectivo de los habitantes de la comunidad, mejorando así su calidad de vida.
- **Educativo.-** este trabajo investigativo a permitido la recopilación de información en cuanto a las costumbres y tradiciones que se llevan acabo en la comunidad de San Clemente, rescatando las tradiciones que están desapareciendo.
- **Turístico.-** porque este trabajo va a generar una mayor demanda turística en el lugar y así un mejor desarrollo del turismo comunitario, y mejores alternativas económicas en diferentes sectores.

6.4. Objetivos.

6.4.1. General

Mejorar la escasa promoción del turismo de convivencia familiar en la comunidad de San Clemente.

6.4.2. Específicos

- Promocionar las tradiciones y costumbres de la Comunidad de San Clemente.
- conocer las familias que hacen turismo de convivencia Familiar.
- Diseñar una revista Turístico cultural de la comunidad de San Clemente para promocionar sus costumbres y tradiciones.

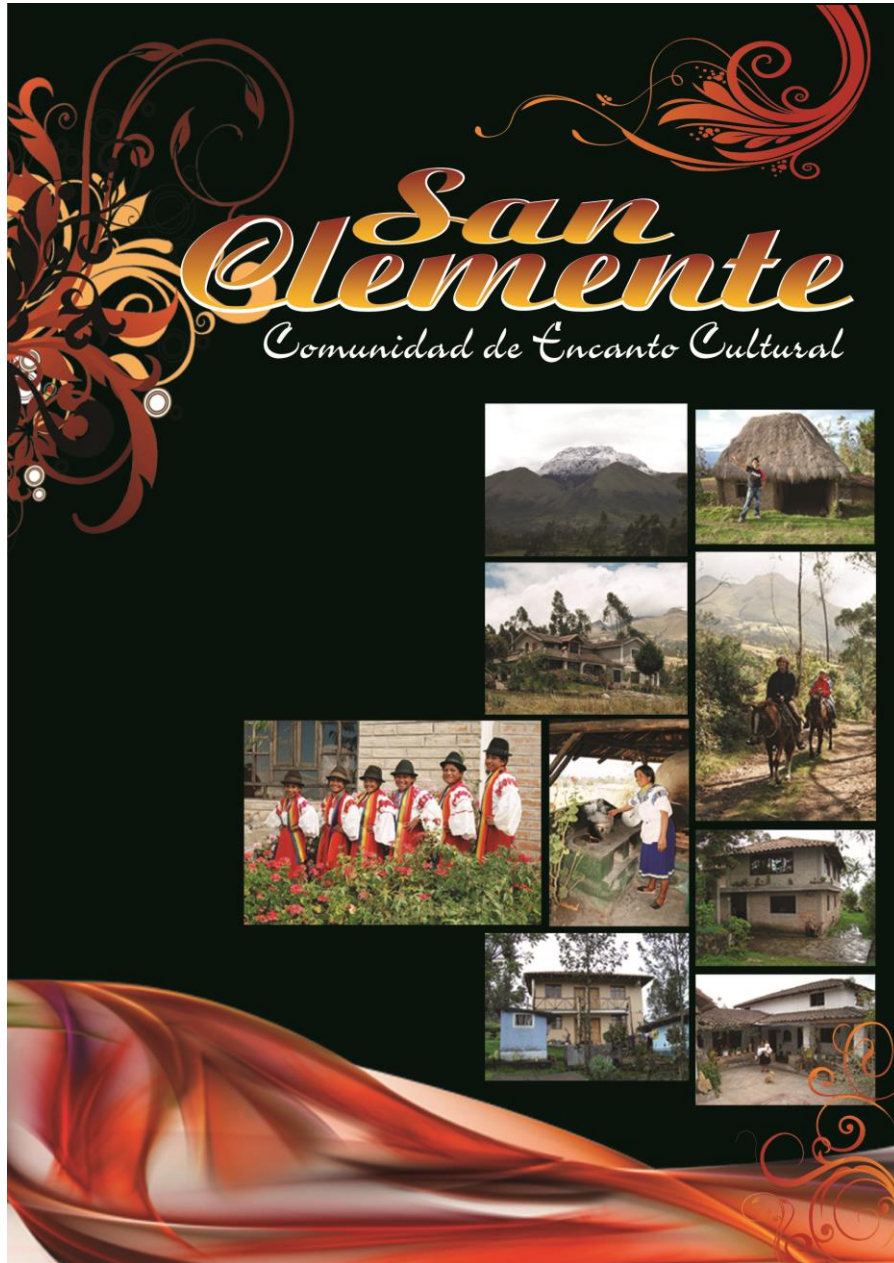
6.5 Ubicación sectorial y física.

La presente investigación se realizó en la Comunidad de San Clemente, perteneciente al sector Las Tolas, parroquia La Esperanza, provincia de Imbabura; con una extensión territorial de 420 has, ubicada al sur oriente de la provincia de Imbabura a 14 Km de la ciudad de Ibarra y una altura de 3890 msnm.

6.6 Desarrollo de la propuesta

La propuesta básicamente consta del diseño la revista en la cual se encuentra plasmada toda la investigación realizada sobre las costumbres y tradiciones de la comunidad de San Clemente; a continuación se describe a la misma.

6.6.1. Portada



6.6.2 Agradecimiento y dedicatoria



6.6.3 Introducción



Introducción

Este proyecto, nace en vista de la realidad que tiene la Comunidad de San Clemente, en ser una localidad netamente turística que no cuenta con un medio de información para promocionar sus Manifestaciones Socio-Culturales y las actividades relacionadas con el Turismo de Convivencia Familiar .

En tal virtud se realizó una investigación para recopilar información de los acontecimientos que se han suscitado en la creación de la comunidad, las cuales serán recopiladas en esta revista Turístico-Cultural entre ellas tenemos sus tradiciones, vestimenta, gastronomía, artesanías, alojamientos, sitios turísticos de la zona; adoptando la posibilidad para que se incremente la producción artesanal y el turismo y así lograr una mayor demanda de turistas en la comunidad para que convivan con su linda gente

6.6.4 Historia de la Comunidad San Clemente



Historia de San Clemente

Comunidad indígena kichwua que a sobrevivido al tiempo con sus costumbres y tradiciones, su habilidad, su cultura y su inteligencia, con su música y sus textiles bordados a mano que están en cualquier parte del mundo.

La comunidad de San Clemente esta conformada por inmigrantes indígenas que se incorporaron a los trabajos de la hacienda San Clemente de propiedad de la familia Gómez de la Torre en calidad de peones, arrieros y artesanos, que más tarde fueron meresedores de un wasipungo, quienes surgieron hasta conformar lo que hoy en día es San Clemente

Este lugar de incomparable belleza, invita al turista a disfrutar de un descanso placentero y también a participar del turismo de convivencia familiar.

6.6.5 Turismo en San Clemente

Turismo En San Clemente

Una de las alternativas turísticas que presta esta comunidad es el Turismo Comunitario, ofreciendo un espacio inédito para compartir técnicas agropecuarias, lo cual busca la interacción entre turistas y familias de la comunidad; brindando la oportunidad para involucrarse directamente en las costumbres y su cultura indígena, compartiendo su vida diaria.

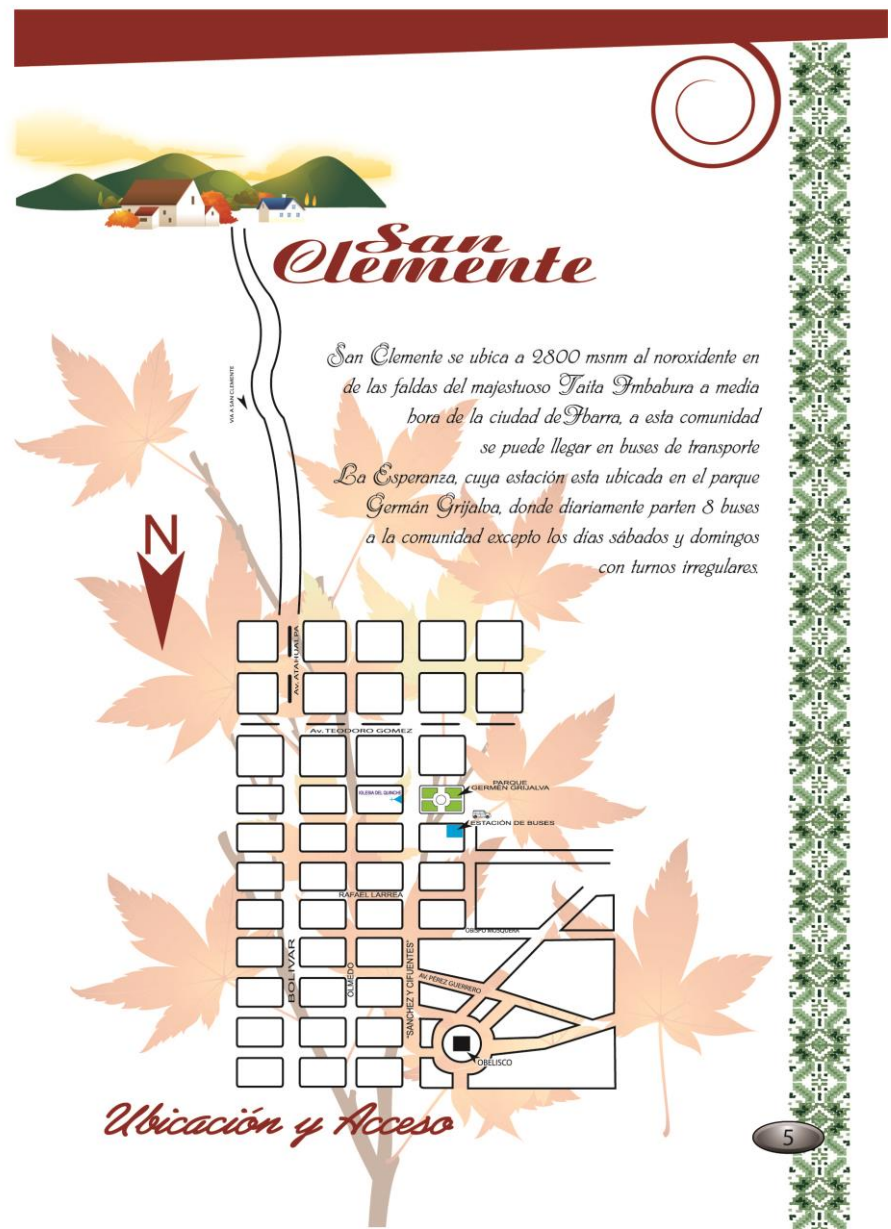
San Clemente es uno de los pueblos más reconocidos a nivel nacional, caracterizado por promover la comercialización de varios objetos artesanales, tanto en madera tallada, como en los diferentes tejidos, reflejados por sus creativos y llamativos diseños multicolores en el bordado de prendas; donde son muy acogidos en el mercado turístico, llegando a ser parte de la vestimenta del Primer Mandatario Sc. Rafael Correa. Además la inigualable preparación de la comida típica basándose en los derivados del maíz, y la recreación cultural que ofrece esta comunidad, factores indispensables para ser visitados.

Este proceso de desarrollo ha contribuido a mejorar la calidad de vida de sus habitantes y conservar la madre tierra (La Pachamama) ya que ellos acostumbran a cultivar sus productos sin la intervención de sustancias químicas que afectan directamente a la salud. Involucrando además el uso de plantas silvestres para el tratamiento de algunas dolencias, lo cual forma parte del conocimiento que motiva a estudiantes a recorrer los páramos y reconocer la riqueza de la flora y fauna.

Por su estratégica ubicación de ésta comunidad en las faldas del volcán Imbabura, se fortalece la visita de varios turistas quienes llegan en busca de algún contacto con la naturaleza o simplemente participar en las caminatas guiadas por los nativos al majestuoso Taita Imbabura y conocer nuevas experiencias.

La mejor manera para disfrutar de toda esta diversidad cultural y natural es transportándose a caballo o simplemente participar de las caminatas por los senderos turísticos que son guiados a sus diferentes atractivos; para lo cual es muy indispensable llevar una cámara donde se puedan retratar e inmortalizar esos momentos inolvidables y conservar un lindo recuerdo de esa visita.

6.6.6 San Clemente Ubicación y Acceso



The map shows the town of San Clemente with a grid of streets. A road from the north is labeled "H. F. SANDOVAL". A north arrow is present. A bus station is marked with a bus icon and labeled "ESTACIÓN DE BUSES". Other labels include "AV. TEÓFILO GOMEZ", "INFORME GERMAN GONZALEZ", "H. BELARRIA", "BOLIVAR", "COLEJO", "SANCHEZ ORTIZ", "RODRIGUEZ GARRIDO", and "DEBILISCO". The text "Ubicación y Acceso" is written at the bottom left of the map area.

San Clemente

San Clemente se ubica a 2800 msnm al noroccidente en las faldas del majestuoso Taita Imbabura a media hora de la ciudad de Ibarra, a esta comunidad se puede llegar en buses de transporte La Esperanza, cuya estación está ubicada en el parque Germán Grijalbo, donde diariamente parten 8 buses a la comunidad excepto los días sábados y domingos con turnos irregulares.

Ubicación y Acceso

5

6.6.7 Costumbres y tradiciones



Costumbres y Tradiciones

El Matrimonio

Los jóvenes se enamoran por medio de chistes en el trabajo o en alguna otra circunstancia; cuando se sienten atraídos se quitan la jatana o el sombrero; esto significa que el amor ha sido aceptado entre los dos, luego el novio acostumbra visitar la casa de la novia con velas o linterna, con el propósito de espiar y saber si no tiene otro pretendiente.

Más tarde se nombra el "mañai" este es un ángel nombrado por el novio y los familiares, el ángel tiene que ser una persona muy abierta y de criterio amplio para poder dialogar con los padres de la novia hasta ponerse de acuerdo.

En el pedido el ángel y los familiares van cantando y llevando velas prendidas a manera de procesión hasta llegar a la casa, hecho el pedido se ponen de acuerdo sobre la fecha del matrimonio, en este momento toman y bailan durante toda la noche.

El día del matrimonio se come la boda, se toma hasta cuando sea la hora de que los novios se acuesten se le esconde a la novia y el ángel es el encargado de encontrarla para entregarla al novio que la está esperando en la parte alta de la casa.

Al otro día los novios son bañados en una acequia o en un recipiente hasta las rodillas, de aquí regresan a la casa jugando, el padrino antiguamente les regalaba una yunta de bueyes y el arado para que tuvieran con que mantenerse.

El Bautizo

Se lo realiza después de unos ocho días nacido el niño. A ésta ceremonia no acude la madre por encontrarse haciendo los cuarenta días de dieta, en su lugar se nombra a una jovencita que es la encargada de llevar al niño a la iglesia junto con los demás familiares. El niño que a muerto antes de ser bautizado es considerado como "auca" por lo tanto hay que enterrarlo sin antes ir a la iglesia y en un lugar apartado de los demás.

Embarazo y Parto

Durante el embarazo, la mujer es atendida por una partera de la comunidad cuando ya falta un mes para el parto, ella acude a la casa de los padrinos con el esposo, con el fin de avisarles que va a ser madre muy pronto, consigo llevan el mediano (comida).

Cuando los padrinos han sido avisados, tienen la obligación de darle todos los alimentos a la mujer durante los 30 días que faltan.



6

6.6.8 Trabajos Artesanales.



6.6.9 Inti Raymi.



INTI RAYMI

La fiesta del sol denominado también como San Juan; se celebra en el solsticio de verano, inicia con el baño ritual que es un acto de purificación para el pueblo kichwa; además se realiza diferentes actividades ya que en éste, es el mes del niño y la familia.

Esta fiesta es una muestra de agradecimiento a la madre tierra y al sol por la maduración de sus frutos y es el cambio del ciclo productivo cuando terminan las cosechas.

A esta comunidad se dan cita muchas personas extranjeras y también personas de las comunidades aledañas quienes disfrutan de una forma alegre de estas Festividades.

8

6.6.10 Vestimenta.



6.6.11 Comidas Típicas.



6.6.12 Vivienda Nativa.

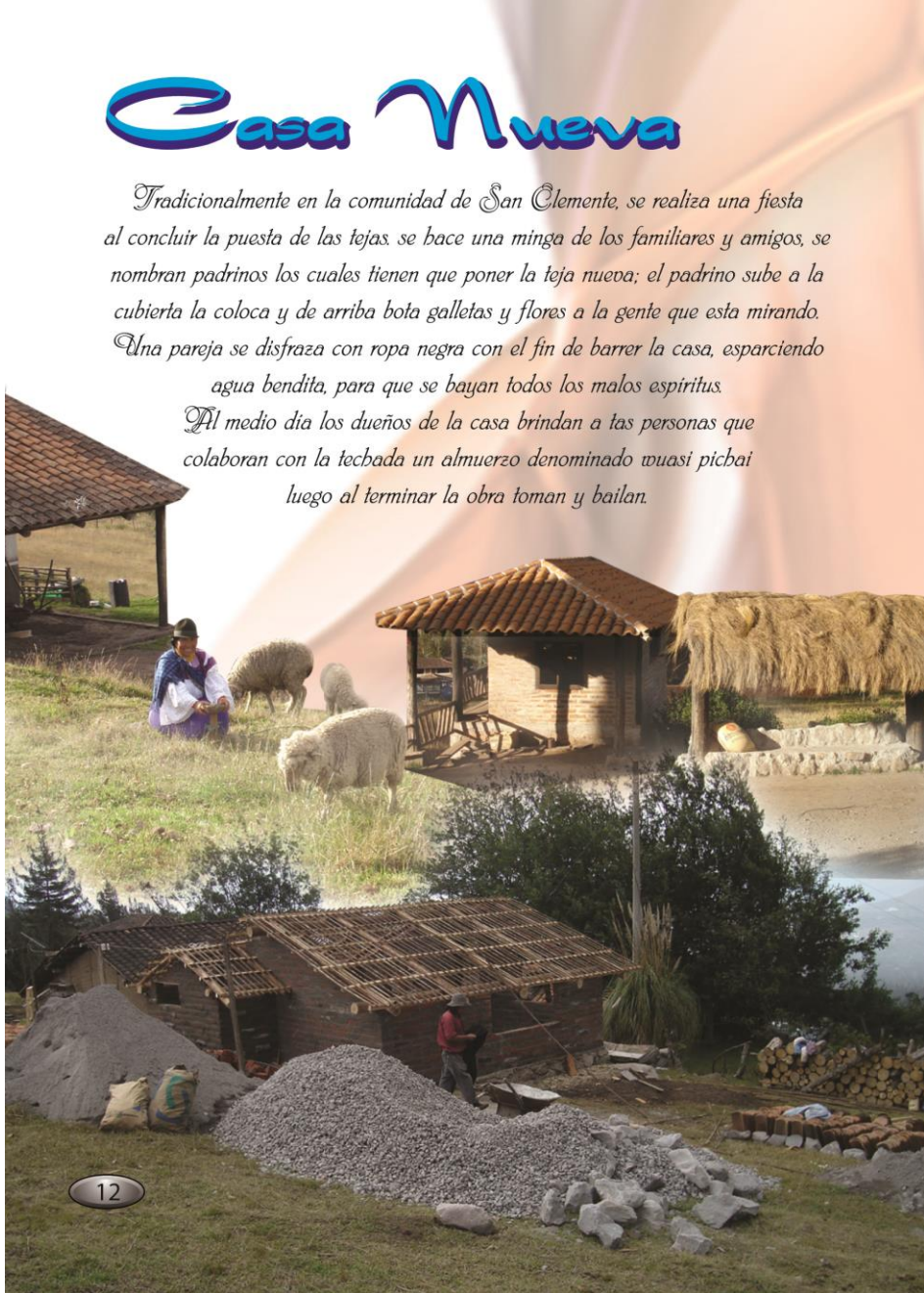


6.6.13 Casa Nueva.

Casa Nueva

Tradicionalmente en la comunidad de San Clemente, se realiza una fiesta al concluir la puesta de las tejas. se hace una minga de los familiares y amigos, se nombran padrinos los cuales tienen que poner la teja nueva; el padrino sube a la cubierta la coloca y de arriba bota galletas y flores a la gente que esta mirando. Una pareja se disfraza con ropa negra con el fin de barrer la casa, esparciendo agua bendita, para que se bayan todos los malos espíritus.

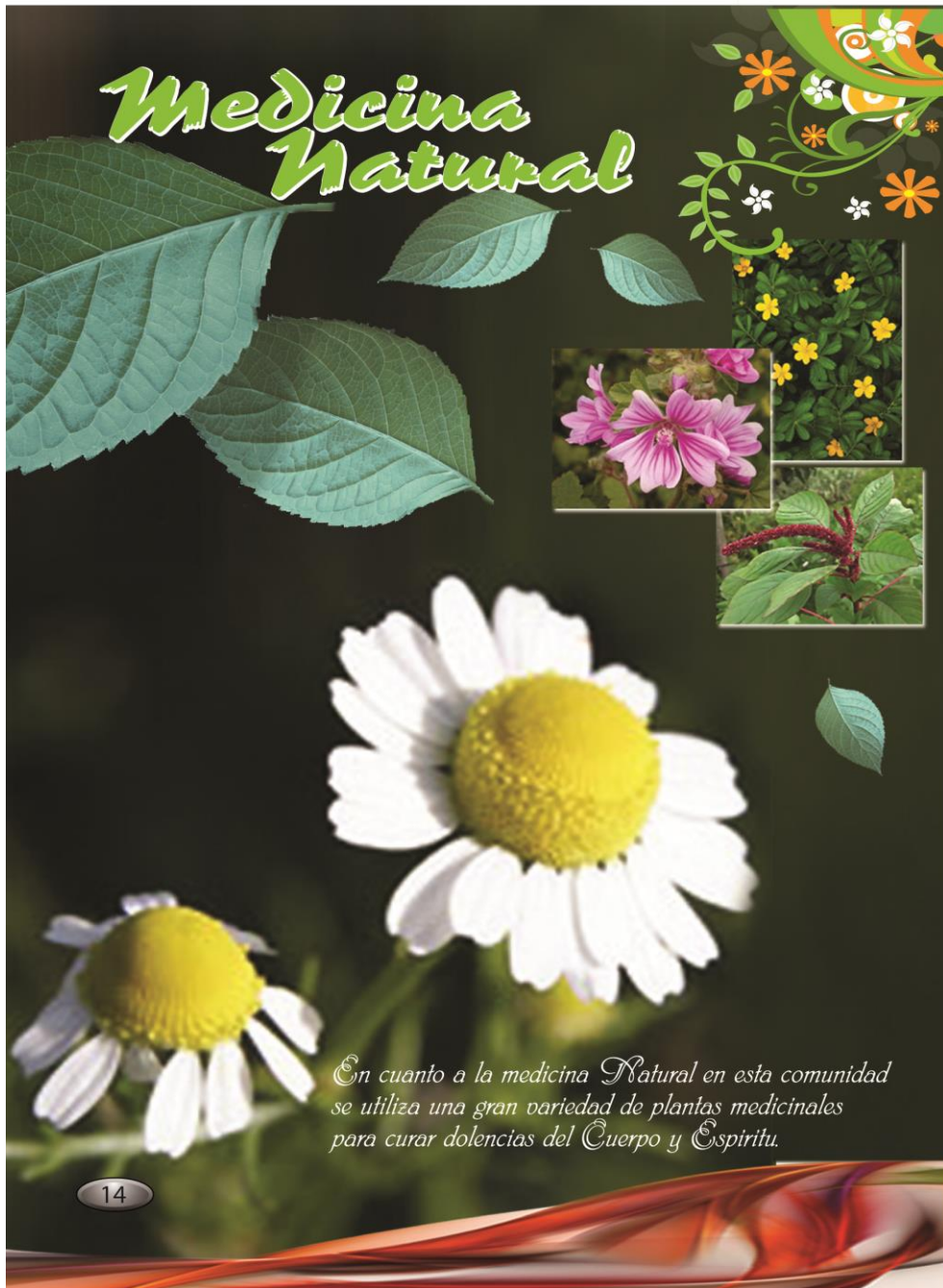
Al medio día los dueños de la casa brindan a las personas que colaboran con la techada un almuerzo denominado wuasi pichai luego al terminar la obra toman y bailan.



6.6.14 Sabios de la Comunidad.



6.6.15 Medicina Natural.



6.6.16 Nombre y Uso de las Plantas Medicinales.

Entre las principales plantas medicinales que se utiliza en la comunidad tenemos las siguientes:

NOMBRE	USOS
Manzanilla	Agua medicinal Dolor de estómago Ojos irritados
Ortiga Negra	Limpia mal aire Agua medicinal nervios Castigos
Cedrón	Agua medicinal Dolor de estómago
Linaza	Agua medicinal Purgante estomacal
Llantén	Riñones
Cola de caballo (Caballo chupa)	Hígado Riñones
Tipo	Resfrío
Menta	Agua medicinal Cólico
Ruda	Medicinal Mal aire
Orégano	Dolor de estómago
Izo	Tos Desinfectante
Marco	Desinfectante Mal viento
Matico	Curar heridas Limpiar intestino
Lengua de vaca (pacta)	Golpes Heridas
Borraja	Resfrío en niños
Juyanguilla	Fiebre interna (refrescante) Recaída
Cacha cerraja	Colerín (pena)
Taraxaco	Hígado Riñones
Toronjil	Penas Colerín
Valeriana	Corazón
Sábila	Agua medicinal Superstición

6.6.17 Escuela y Centro Infantil.

Escuela y Centro Infantil

La Comunidad de San Clemente cuenta con una pequeña infraestructura para la educación, denominada Patricio Espinoza Bermeo y un centro para el cuidado y protección de los más pequeños

Estos centros educativos, cuentan con personal capacitado para brindar una educación eficiente y digna para erradicar el analfabetismo infantil.



6.6.18 Centro de Información Turística.

Centro de Información Turística

San Clemente cuenta con un lugar que brinda información de los atractivos turísticos cercanos a la comunidad con sus guías nativos.

Este centro cuenta con información básica de los lugares de convivencia familiar, también encontramos grupos artísticos de la comunidad para la distracción y sano esparcimiento del turista.



6.6.19 Volcán Imbabura.

VOLCAN IMBABURA

Es también conocido como Taita Imbabura, Dios de los cayapas que está a 4650 m.s.n.m. según las antiguas lenguas aborígenes, da el nombre a una de las provincias más hermosas del Ecuador (Imbabura).

En esta montaña sagrada se puede realizar campamentos en grupos organizados, paseos a caballo, caminatas, también se puede disfrutar de paz y tranquilidad gratificantes para el alma lo cual se complementa al terminar el día.

Entonces es el momento propicio para escuchar mitos y leyendas fascinantes, contadas por los guías nativos de la comunidad al calor de una fogata, mientras la ciudad blanca y sus comunidades son cubiertas sutilmente por el manto frío de la noche, ésta es una buena experiencia única que debe ser disfrutada personalmente.

18

6.6.20 Paseos a Caballo.

PASEOS A CABALLO

San Clemente es una comunidad que ofrece muchas opciones para los aventureros, una de ellas son los paseos a caballo a través del único ecosistema como es los andes ecuatorianos, con su montaña sagrada Taita Imbabura, y la hermosa laguna del Cubilche que se la puede observar a plenitud en tiempo de invierno; en el trayecto a Cubilche se puede apreciar la gran diversidad de flora y fauna endémicas de este hermoso lugar, esta es una aventura única que no puedes perderte.



19

6.6.21 Casas de Convivencia Familiar.



6.6.21.1 Inti Wasi.



NOMBRE: INTI WASI.

PROPIETARIO: Sr. Alfonso y Martina Pupiales.

HABITACIONES: 2 Habitaciones baño privado (4 turistas)
2 habitaciones con un baño (8 turistas)
Sala con Chimenea
Cocina y comedor.

COMIDAS TÍPICAS: Pan hecho en horno de leña,
Tortillas de Tiesto, Cuy asado,
Arros de cevada, Colada de maíz.

HUERTO ORGÁNICO: 10 variedades de frutas
45 variedades de plantas medicinales
Hortalizas y verduras.

OTROS: Horno a leña
Taller de artes (Muebles y artesanías)
Bordados a mano
Agricultura tradicional
Criadero de gallinas ponedoras.

SERVICIOS ADICIONALES:

- DANZA
- MÚSICA
- PASEOS A CABALLO
- GUÍA NATIVO

Email: Intihuasi555@yahoo.com
Celular: 098455991

21

INTI WASI

Denominado también Casa del Sol, este sitio acogedor se caracteriza por el diseño de su infraestructura que se asemeja a la forma de una cabaña, combinada con un fino detalle de sus acabados en madera. Presenta una vista natural por sus ventanales, la misma que se encuentra rodeada por una gran diversidad de flores, plantas medicinales y especies animales entre las cuales predominan los picaflores.



INTI WASI

*Un lugar totalmente diferente donde la tranquilidad
y el buen servicio, se conjugan para brindar al
visitante una estadia inolvidable.*



6.6.21.2 Pinchu Pamba.



NOMBRE: PINCHU PAMBA.

PROPIETARIO: Sr. Luis Rubén Carlosama

HABITACIONES: 2 Habitaciones baño (4 turistas)
1 Sala
Cocina y comedor.

COMIDAS TÍPICAS: Pan hecho en horno de leña, Tortillas de Tiesto, Cuy asado, Colada De maíz.

HUERTO ORGANICO: Frutas
Plantas medicinales
Hortalizas.

OTROS: Horno a leña
Bordados a mano
Agricultura tradicional
Gallinas ponedoras.

SERVICIOS ADICIONALES:

- DANZA
- MÚSICA
- PASEOS A CABALLO
- GUÍA NATIVO

24

Celular: 094695036



Pinchu Pamba

Blamado también Blanco de Lechero, este lugar se caracteriza por las confortables habitaciones que presta a los turistas que desean participar en las actividades de convivencia familiar, dentro de las cuales se puede conocer sobre la realización de bordados a mano, preparación de alimentos, proceso de cultivo de verduras y hortalizas.



Pinchu Pamba

Hogar con tradición que brinda a sus visitantes una atención que lo hará sentir como si estuviera en casa, lo invitamos a disfrutar de nuestros servicios.



6.6.21.3 Tula Rumí.



NOMBRE: TULA RUMÍ.

PROPIETARIO: Sr. Matias Sandoval.

HABITACIONES: 2 Habitaciones baño (4 turistas)
1 Sala
Cocina y comedor.

COMIDAS TÍPICAS: Tortillas de Tiesto, Cuy asado,
Colada de Maíz, Caldo de Gallina
de Campo.

HUERTO ORGÁNICO: Frutas
Plantas medicinales
Hortalizas.

OTROS: Horno a leña
Bordados a mano
Agricultura tradicional
Gallinas ponedoras.
Criadero de Cuyes.

SERVICIOS ADICIONALES:

- DANZA
- MÚSICA
- PASEOS A CABALLO
- GUÍA NATIVO

En esta casa se vende prendas bordadas a mano:
Manteles, Blusas, Camisas, Bolsos, Individuales,
Tapetes, Tarjetas. Confeccionadas por un grupo
de señoras llamado los
(BORDADOS SABINA)

Celular: 094735158

27

TULA RUMI

Conocido como Tola de Piedra, se caracteriza por la adecuada infraestructura que cuenta para el hospedaje y la convivencia familiar que ofrece a sus turistas acompañado de la amabilidad de su gente, además el visitante puede involucrarse en las actividades y conocer sobre la crianza de animales domésticos y la agricultura orgánica.



TULA RUMI

La hospitalidad, costumbres y tradiciones harán que su estadía en este lugar sea una experiencia placentera.



6.6.21.4 Nayely Wasi.



NOMBRE: NAYELY WASI.

PROPIETARIO: Sra. Teresa Carlosama.

HABITACIONES: 1 Habitación con baño (2 turistas)
1 Sala
Cocina y comedor.

COMIDAS TÍPICAS: Agua Aromática, Tortillas de Tiesto,
Cuy asado, Arroz de cebada,
colada de maíz

HUERTO ORGÁNICO: Frutas
Plantas medicinales
Hortalizas y verduras.

OTROS: Taller de artes (Muebles y artesanías)
Bordados a mano
Agricultura tradicional.

SERVICIOS ADICIONALES:

- DANZA
- MÚSICA
- PASEOS A CABALLO
- GUÍA NATIVO



30
Celular: 095372767

NAYELY WASI

Denominado también Casa de Nayely, este lugar es estratégico por su asentamiento, donde se puede apreciar el encanto de la naturaleza y la pureza del aire que le rodea; cuenta con una habitación confortable donde los turistas pueden participar del convivir diario familiar y conocer sobre las labores agrícolas y elaboración de muebles en carpintería.



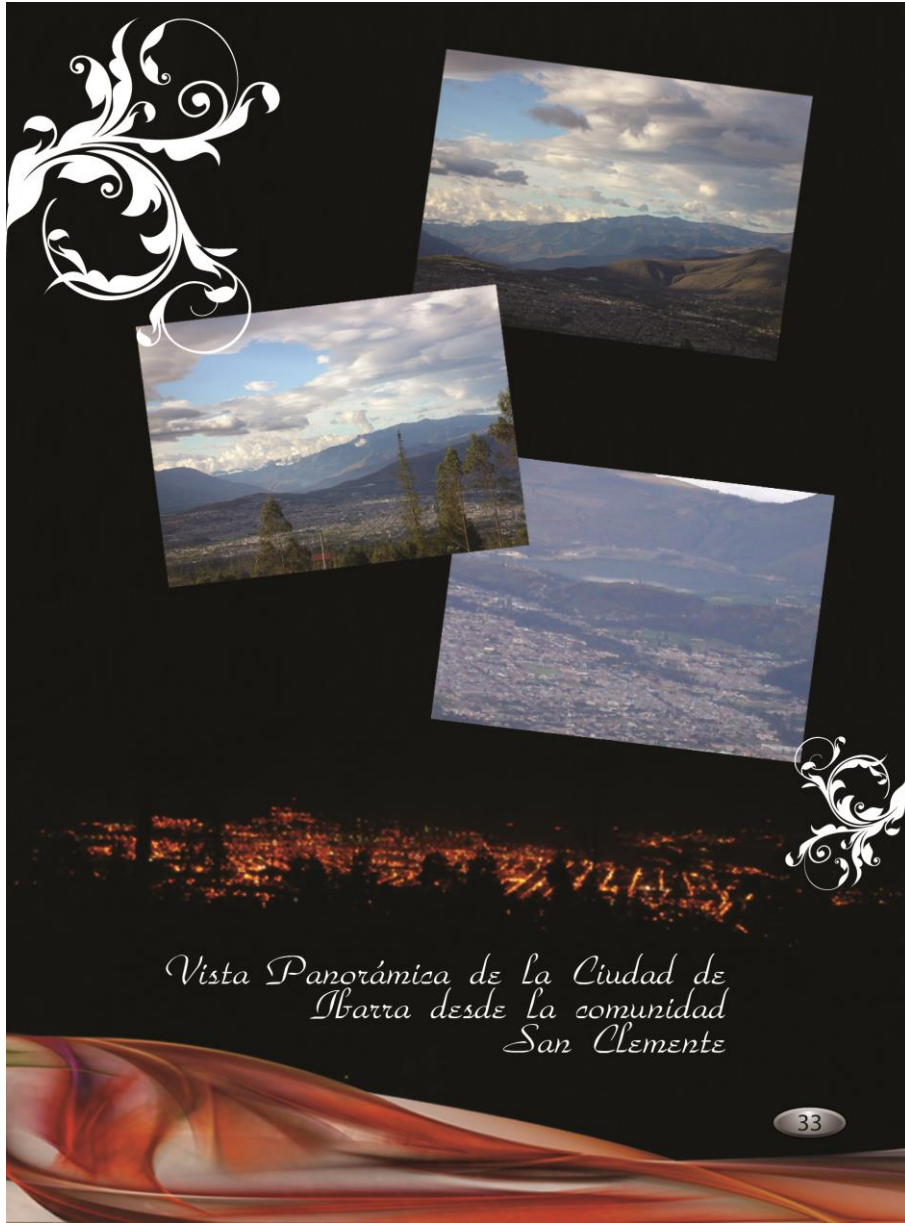
31

NAYEN WASI

La mejor manera de relajarse y compartir momentos agradables lo encontraras junto a la amabilidad de esta familia.



6.6.22 Vista Panorámica de la Ciudad de Ibarra.



6.6.23 Índice.

Índice

<i>Introducción</i>	2
<i>Historia de San Clemente</i>	3
<i>Ubicación y Acceso</i>	4
<i>Costumbres y Tradiciones</i>	5
<i>Trabajos Artesanales</i>	6
<i>Inti Raymi</i>	7
<i>Vestimenta</i>	8
<i>Comidas Típicas</i>	9
<i>Vivienda Nativa</i>	10
<i>Casa Nueva</i>	11
<i>Sabios de la Comunidad</i>	12
<i>Medicina Natural</i>	13-14
<i>Escuela y Centro Infantil</i>	15
<i>Centro de Información Turística</i>	16
<i>Volcán Imbabura</i>	17
<i>Paseos a caballo</i>	18
<i>Casas de Convivencia Familiar</i>	19
<i>Inti Wasi</i>	20-22
<i>Pinchu Pamba</i>	23-25
<i>Tula Rumi</i>	26-28
<i>Rayely Wasi</i>	29-31
<i>Vista Panorámica de la ciudad de Ibarra</i>	32



6.6.24 Autor.



AUTOR

LIC. FERNANDO GUAMÁ

CORRECCIÓN DE ESTILO

LIC. BYRON LÓPEZ

FOTOGRAFÍAS

LIC. CRISTIAN ERAZO

DISEÑO E IMPRESIÓN

OFFSET LA MARKA

062 644455

IBARRA • ECUADOR

DIC./2008

Offset la marka...

6.6.25 Contra Portada.



6.7 impactos

En lo Social. La propuesta permitió dar a conocer las costumbres y tradiciones en la Comunidad de San Clemente y socializo con los turistas que visitaron y participaron en las actividades del Turismo de convivencia familiar.

En lo Educativo. Esta revista dio a conocer los lugares turísticos enfocándose en la importancia de conservarlos ya que son consideradas patrimonio que tiene la comunidad de San Clemente.

En lo Económico. Permitió que San Clemente sea una comunidad turística cultural, por lo tanto existe más demanda de turistas los mismos que generan ingresos económicos a los grupos artísticos y hogares de convivencia familiar.

En lo Cultural. Se concienio a todos los moradores para conservar sus raíces y tradiciones para así lograr que San Clemente y toda su riqueza cultural sean conocidos como uno de los grupos sociales más importantes que cuenta la provincia de Imbabura y el país.

En lo Turístico. Las costumbres y tradiciones son recursos naturales que integran el producto turístico de la comunidad, la cual diversifica la oferta potencializando a la provincia como un destino turístico.

6.8 Difusión

La creación de este material, será una alternativa para incrementar y atraer la demanda turística, haciendo posible que las costumbres y

tradiciones de la comunidad de San Clemente sean reconocidas a nivel nacional e internacional y permitir que más turistas les visiten.

La revista se esta promocionando a través del Ministerio de Cultura en el departamento de difusión en la ciudad de Quito; en la dirección de Cultura Ibarra y en las casas de convivencia familiar de la comunidad.

6.9 Bibliografía

1. BENALCAZAR, Marco, "GUÍA PARA REALIZAR, MONOGRAFÍAS, TESINA Y TESIS DE GRADO".
UTN 2004
2. BENÍTEZ, Nhora (2000), "INVENTARIOS DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR"
Ibarra-Ecuador.
3. DI-BELLA, Manuel (2004), "INTRODUCCION AL TURISMO" 3era Impresión
EDITORIAL. TRILLAS,
México - México.
4. MERA, Fernando (1996), "LECCIONES SOBRE TURISMO PARA EL ESTUDIANTE ECUATORIANO" 1era edición
EDITORIAL, CULTURALES UNP S.A.
Quito – Ecuador.
5. MOLINA, Sergio, RODRÍGUEZ, Sergio (2002), "PLANIFICACIÓN INTEGRAL DEL TURISMO" 1ra edición
EDITORIAL. TRILLAS,
México – México
7. OBANDO, Segundo, (1986) "TRADICIONES DE IMBABURA"
Edición: ABYA-YALA
Ibarra-Ecuador
8. OÑA, Humberto, (2000) "HISTORIA Y GEOGRAFÍA DE LA PROVINCIA DE IMBABURA"
EDITORIAL. DEL PACIFICO S.A.,
Guayaquil – Ecuador.
9. RUEDA, Sonia, (2000)"ENCICLOPEDIA DEL ECUADOR" 1ra edición
EDITORIAL GRUPO MMI OCÉANO,
Barcelona – España

ANEXOS

ANEXO I

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

ESCUELA DE PEDAGOGÍA – ESPECIALIDAD ECOTURISMO

Cuestionario dirigido a los moradores de la Comunidad de San Clemente del Cantón Ibarra, Provincia de Imbabura.

Objetivo:

Investigar las manifestaciones socio-Culturales de la Comunidad de San Clemente sector: Las Tolas, parroquia la Esperanza, provincia de Imbabura para la promoción de su riqueza cultural.

Instructivo:

Solicitamos su colaboración, para que conteste con veracidad el siguiente cuestionario, ya que de ello depende el éxito de nuestra investigación.

Marque con una (X) el literal que crea conveniente.

1. ¿Cuál es la fiesta tradicional que más se festeja en su comunidad?

- a) Fiesta de año nuevo _____
- b) Virgen de La Merced _____
- c) Semana Santa _____
- d) San Isidro _____
- e) Inty Raymi _____
- f) Pauka Raymi _____

2. ¿Cuáles de las siguientes artesanías elaboran más en su comunidad?

- a) Bordados a mano _____
- b) Fabricación de monturas _____
- c) Carpintería _____

3. ¿De los siguientes juegos tradicionales, cuál es el más importante en su comunidad?

- a) Cintas a caballo de madera _____
- b) Ollas encantadas _____
- c) Palo encebado _____
- d) Enlazada del cuy _____

4. ¿Indique a qué labores artísticas se dedican los moradores de San Clemente?

- a) Música _____
- b) Danza _____
- c) Teatro _____

5. ¿En las fiestas que se celebran en su Comunidad, de quién reciben ayuda?

- a) Priestes _____
- b) Directiva de la comunidad _____
- c) Municipio _____
- d) Junta Parroquial _____
- e) ONGs _____

6. ¿Cuál de las siguientes tradiciones se han dejado de practicar en la comunidad?

- a) Idioma _____
- b) Vestimenta _____
- c) Religión _____
- d) Gastronomía _____

7. ¿Qué plato típico es el más sobresaliente en su comunidad?

- a) Derivados del maíz (Colada, champús, chicha) _____
- b) Cuy Asado _____
- c) Plato de habas, mellocos, mote y carne de borrego _____

8. ¿La organización comunitaria que esta actualmente, se preocupa por la conservación de sus tradiciones a través de?

- a) Charlas _____
- b) Conferencias _____
- c) Talleres _____
- e) Eventos _____

9. ¿Cuál es el trabajo que más se dedican los moradores de su comunidad?

- Carpinteros _____
- Albañiles _____
- Agricultores _____
- Empleadas domésticas _____
- Bordadoras _____
- Mecánicos _____
- Guías nativos _____

10. ¿A través de que medios publicitarios se promocionan sus costumbres y tradiciones?

- a) Trípticos _____
- b) Prensa Escrita _____
- c) Afiches _____
- d) Ninguno _____

11. ¿Existe el apoyo de organizaciones, para dar a conocer la riqueza cultural que posee la comunidad?

- a) Municipio _____
- b) Fundaciones _____
- c) Ninguno _____

12. ¿Conoce usted sobre la existencia de algún material publicitario de su comunidad.

- Si _____
- No _____

13. ¿Cree usted que con la creación de una revista Turística Cultural de la Comunidad de San Clemente, tenga más afluencias de turistas?

- Si _____
- No _____

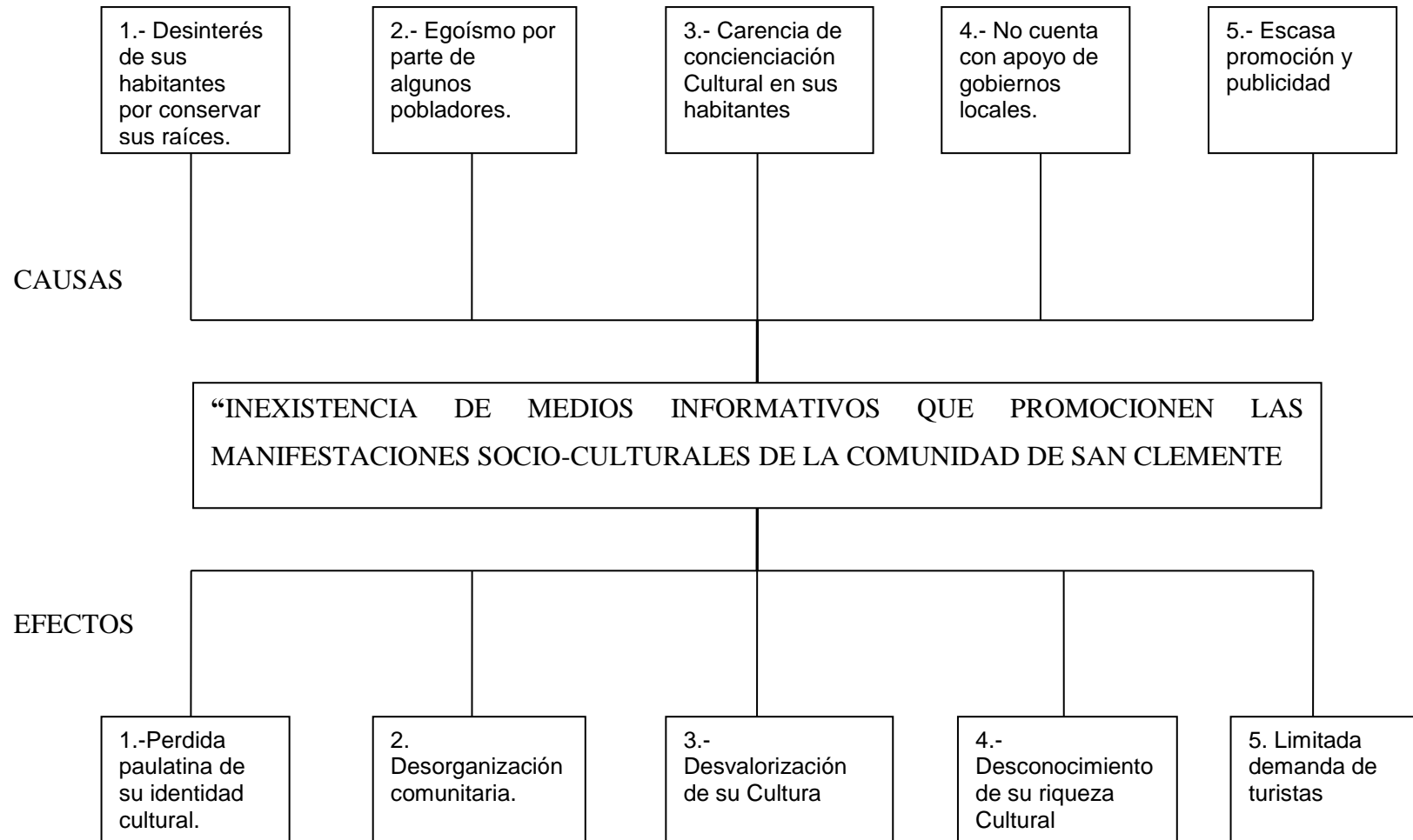
ANEXO II

MATRIZ DE COHERENCIA

FORMULACION DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿Qué alternativa se debe implementar para promocionar las manifestaciones Socio-Culturales de la Comunidad de San Clemente, sector Las Tolas, Parroquia La Esperanza, Provincia de Imbabura?</p>	<p>Investigar las costumbres y tradiciones de la comunidad de San Clemente, sector Las Tolas, parroquia la Esperanza, provincia de Imbabura; para la promoción de su riqueza cultural.</p>
SUBPROBLEMAS / INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECIFICOS
<p>1. ¿Cuáles son las manifestaciones socioculturales de la Comunidad San Clemente?</p> <p>2. ¿Qué factores contribuyen para que no exista la conservación de sus manifestaciones socio-culturales en la comunidad de San Clemente?</p>	<p>1. Identificar cuales son sus fiestas tradicionales, trabajos artesanales, Vestimenta, Comidas típicas, Medicina Natural, en la comunidad de San Clemente.</p> <p>2. Diagnosticar el interés de los habitantes de la comunidad en la conservación de sus costumbres y tradiciones</p>

<p>3. ¿Qué medio publicitario puede ayudar a promocionar las manifestaciones socio-culturales de la comunidad de San Clemente?</p> <p>4. El proyecto diseño de una revista turística cultural de la comunidad “San Clemente” sector las tolas provincia de Imbabura. ¿Logrará mejorar la promoción turística cultural de la comunidad?</p>	<p>3. Elaborar una revista turística de las costumbres y tradiciones.</p> <p>4. Demostrar la eficacia del proyecto, diseño de una revista turística cultural de la comunidad “San Clemente” denominada “SAN CLEMENTE COMUNIDAD DE ENCANTO CULTURAL”</p>
--	---

ANEXO III



ANEXO IV

Calculo de precios de paquetes - Intiwasi (Paquetes: min.5 personas, descuentos por grupos de 10+)

N.B. Precios validos para el año 2008 (incluyen IVA y comisión)

Servicio	Paquete 1		Paquete 2		Paquete 3	
	1 noche y medio día		1 día y 1 noche		2 días y 1 noche especial	
	Adultos	Niños	Adultos	Niños	Adultos	Niños
Alojamiento (con cena y desayuno)	18,00					
Alojamiento (con cena, desayuno, box lunch y 2 refrigerios)			25,00			
Alojamiento (con almuerzo, cena, desayuno, box lunch y 2 refrigerios)					30,00	
Cabalgata con guía o tour con guía al área comunal	10,00				10,00	
Tour con guía al Volcán Imbabura o Laguna Cubilche			6,00		6,00	
Noche de música o baile					9,00	
Precio total del paquete sin transporte	28,00		31,00		55,00	
Transporte	4,00		4,00		4,00	
Precio total del paquete al público con transporte	32,00		35,00		59,00	

