



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA, EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Ingenieros en Turismo

AUTORES: Almeida Mendoza Daniel Antonio
Tapia Morales María Fernanda

DIRECTOR: Eco. Amparito Posso

Ibarra, 2014

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Yo Amparo del Rocío Posso Salgado, cédula 1001513959, directora de la tesis de grado: **"ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA, EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"** realizado por los egresados: DANIEL ANTONIO ALMEIDA MENDOZA Y MARIA FERNANDA TAPIA MORALES, previo a la obtención del Título de Ingeniero(a) en la especialidad de Turismo; luego de haber orientado el trabajo investigativo y revisado el documento final, CERTIFICO que reúne los requisitos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

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

En la ciudad de Ibarra a los 30 días del mes enero del 2014.



Ec. Amparo del Rocío Posso Salgado
DIRECTOR

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado lo dedico primordialmente a Dios, por acompañarme día a día en todas mis labores, incluyendo esta importante etapa de culminación estudiantil; por iluminarme y por permitirme obtención de conocimientos, que fortalecen al ser humano en los ámbitos de la vida. Adicionalmente dedico a mi familia, especialmente a mis padres Antonio y Frisela; y mi hermano Xavier, por siempre estar conmigo, apoyándome, cada instante.

De manera muy importante dedico este trabajo de grado a la Economista Amparito Posso, por guiarnos permanentemente durante todo su proceso.

Paralelamente, lo dedico a la Universidad Técnica del Norte, por haberme abierto sus puertas, sin restricción alguna; antes, durante y después del ciclo académico cursado; y por haberme brindado a través de sus docentes el fortalecimiento científico, técnico y humano.

Almeida Mendoza Daniel Antonio

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a Dios por mi vida, por brindarme un poquito de su inteligencia, sabiduría y entendimiento; para aplicarlo durante toda mi vida estudiantil y en todas mis actividades; actualmente, en este aspecto tan importante como la tesis de grado.

También, por supuesto, agradezco a mis padres, mi hermano y toda mi familia, cuyo interés en mi bienestar, ha sido permanente y con el suficiente fortalecimiento, armonizado de cariño y comprensión.

Agradezco a la Economista Amparito Posso, quien ha permitido la culminación de un anhelo estudiantil para el proseguir y luchar de sus logros en la continuidad de la vida, permitida por la voluntad divina.

Finalmente, agradezco, de manera sustancial, a la Universidad Técnica del Norte, por ser la institución que testifica todas mis vivencias y por ser el hogar que ha permitido muchas realizaciones.

Almeida Mendoza Daniel Antonio

DEDICATORIA

Este trabajo de grado se lo dedico a mi Dios que me dio fuerzas para que no desfallezca y para las personas que hicieron todo en la vida para yo pueda alcanzar mis metas y sueños, por motivarme y darme la mano cuando sentía que el camino se terminaba, a ustedes por siempre mis más sinceros agradecimientos.

Con todo mi cariño esta tesis se las dedico a ustedes:

Nancy.....

Patricio.....

Doménica.....

Sebastián.....

Cristian.....

Andrés.....

Tapia Morales María Fernanda

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte, por su aporte en mi formación.

A nuestros padres que han sido el pilar fundamental en nuestras vidas.

A nuestros queridos maestros universitarios, y en especial a nuestra tutora por su contribución en el camino del conocimiento e investigación del proyecto.

A nuestros amigos y compañeros que han sido la fuente de amistad, esfuerzo y esperanza.

Muchas gracias.

Tapia Morales María Fernanda

INDICE GENERAL

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	i
ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
INDICE GENERAL	vii
RESUMEN	xi
SUMMARY	xii
INTRODUCCIÓN	xiii

CAPÍTULO I

PROBLEMA	1
Antecedentes	1
Planteamiento del problema	2
Formulación del problema	4
Delimitación	4
Interrogantes	5
Objetivos	5
Objetivo general de la investigación	5
Objetivos específicos	5
Justificación	7

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO	9
Fundamentación teórica	9
Turismo	9
Destino turístico	10
Los agentes	11
Componentes	12
Turismo cultural	13
Cultura	14
Cambios culturales	15

Transmisión cultural	15
Turismo comunitario	20
Gestión	26
Gestión administrativa	27
Etapas de un modelo de gestión administrativa	28
Gestión comunitaria	29
Oferta	30
Producto turístico	31
Principales atractivos turísticos naturales de la red Imbakucha	37
Principales atractivos turístico culturales de la red Imbakucha	46
Manifestaciones culturales	72
Demanda	82
Modelo de gestión	83
Posicionamiento teórico personal	84
Glosario de términos	85

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	90
Tipo de investigación	90
Investigación descriptiva	90
Métodos de investigación	90
Método Inductivo-Deductivo	90
Método Analítico-Sintético	91
Técnicas e instrumentos	91
Validez y confiabilidad de los instrumentos	92
Población y universo	92
Muestra para los moradores	93
Muestra para visitantes y turistas	95

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	97
Encuesta a los moradores de la red Imbakucha	97
Encuesta a turistas y visitantes que visitan la red Imbakucha	118
Entrevista al director de desarrollo económico social I.M. Otavalo	130
Entrevista al presidente de la red de turismo Imbakucha	133

Observaciones in situ de los investigadores	138
---	-----

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	140
Conclusiones	140
Recomendaciones	143

CAPÍTULO VI

PROPUESTA ALTERNATIVA	145
Título de la propuesta	145
Misión	145
Visión	145
Justificación e importancia	146
Fundamentación de la propuesta	148
Fundamentación educativa	148
Fundamentación social	148
Fundamentación turística	148
Objetivos	149
Objetivo general	149
Objetivos específicos	149
Ubicación sectorial y física	149
Desarrollo de la propuesta	150
Introducción	150
Políticas	151
Principios	153
Aspectos administrativos	154
Organigrama estructural	155
Estándares de calidad para el personal	164
Características del personal	165
Estrategias para el centro de turismo comunitario	166
Manual de señalización turística	166
Marketing y comercialización	180
Proyecto de comercialización a través de una operadora turística	189
Estructura organizacional	192
Proceso administrativo para operadora turística comunitaria	193

Mejora continua del personal	205
Mejora continua del sistema de gestión de calidad	207
Impactos del sistema de gestión	210
Difusión	225
Bibliografía	226
Linkografía	227
Anexos	228

RESUMEN

El propósito de esta investigación es realizar un Estudio de la situación actual de la gestión y desarrollo de la red de turismo comunitario Imbakucha, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, para lo cual fue necesario cumplir con los siguientes objetivos: Identificar las características de funcionamiento administrativo y de gestión de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha, realizar un estudio de oferta y demanda de la red de turismo comunitario Imbakucha, diseñar una propuesta para el mejoramiento de la gestión turística de la red de turismo comunitario Imbakucha. A través del presente estudio se ha logrado comprobar la realidad vigente en las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha. Este trabajo se fundamentó en la investigación de campo y documental, con la utilización de técnicas como entrevista, encuesta, fichaje, lo que permitió cumplir con los objetivos planteados. La red de turismo comunitario Imbakucha posee variedad en sus atractivos, que deben ser potencializados en base a políticas, normas, principios, establecidos como una propuesta alternativa. En el transcurrir del proceso investigativo se ha obtenido suficiencia en datos que proceden a la toma de conclusiones y por ende recomendaciones que representan aspectos indispensables en la elaboración de una propuesta que en este caso es un modelo de gestión y desarrollo del turismo comunitario de la red Imbakucha, cantón Otavalo, provincia de Imbabura. Los resultados obtenidos en el proceso trabajo, claramente, han incentivado la creación de una propuesta como solución pertinente al problema suscitado, ya que se ha llegado a la conclusión de que la gestión en el área estudiada no se haya fortalecida y posee importantes niveles de desorganización y desconocimiento. El presente trabajo de grado conlleva variedad argumentativa, procurando un fortalecimiento definitivo hacia el conocimiento y la solución permanente, aplicados al tema que nos concierne.

SUMMARY

The purpose of this research is to conduct a study of the current situation of the management and development of community tourism network Imbakucha, Canton Otavalo , Imbabura Province , which was necessary to meet the following objectives: Identify the characteristics of management and administrative functioning of the communities that make community tourism network Imbakucha , a study of supply and demand of community tourism network Imbakucha design a proposal for improving tourism management community tourism network Imbakucha . Through this study has succeeded in proving the current reality in the communities that make community tourism network Imbakucha. This work was based on field research and documentary, using techniques such as interview, survey, transfer, enabling meet the objectives. The community tourism network Imbakucha has variety in their attractive, which should be based potentiated policies, rules, principles, established as an alternative. In the passing of the research process has been obtained proficiency in data coming to conclusions and making recommendations therefore represent essential aspects in the development of a proposal in this case is a management and development of community tourism network Imbakucha , canton Otavalo , Imbabura province. The results obtained in the working process, clearly, have encouraged the creation of a proposal as a solution to the problem raised relevant, since it has been concluded that the administration in the studied area is not strengthened and has important levels of disruption and ignorance. This work involves selection grade argumentative, trying to definitive strengthening knowledge and permanent solution, applied to the subject matter hereof.

INTRODUCCIÓN

La red de turismo comunitario Imbakucha constituye un conjunto de iniciativas por parte de varias familias de algunas comunidades con el fin de acrecentar, de potencializar; al menos de procurar, la gestión turística, para hacer el llamado a todo tipo de turista, sea este nacional o extranjero.

Esta red corresponde a una zona imbabureña, específicamente otavaleña que alberga cantidades importantes de personas, manifestando múltiples actividades, que relucen ante sus visitantes.

En el presente estudio existe un enfoque esencial en varias comunidades, cuyos atractivos turísticos naturales y culturales atraen a los turistas que visitan el cantón Otavalo; sin embargo, no poseen la suficiente fortaleza para consolidarlos como un ente turístico a nivel nacional e internacional; por lo que se ha realizado un estudio de la situación actual de la gestión y desarrollo del turismo comunitario, comprendido en varios pasos como son:

Capítulo I donde se determina el problema y se fija un objetivo general y objetivos específicos, pertinentes y apropiados, que se encaminen a una solución oportuna.

Capítulo II donde se recaba suficiencia en información para fortalecer el proceso investigativo.

Capítulo III donde se presenta la metodología de la investigación que indica la utilización de métodos y tipos de investigación; además de instrumentos y técnicas que facultan a la exactitud informativa y amplias perspectivas hacia una solución.

Capítulo IV donde se analiza estadísticamente los resultados de una investigación directa con el área estudiada, induciendo a la toma de conclusiones y recomendaciones que fortalecen ideas en el ámbito de una solución.

Capítulo VI que es cuando se tiene esclarecido resultados e interpretaciones de un proceso exhaustivo de investigación y análisis. En este paso es cuando se desarrolla una propuesta que es la solución definitiva al problema presentado, fortalecida con suficiencia argumentativa en miras de la satisfacción y progreso comunitario (en nuestro caso).

Finalmente, están los anexos que constituyen testimonios del estudio, que consolidan el presente trabajo, y por ende la resolución definitiva a un proceso investigativo y de solución.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

El turismo se ha convertido en la actividad socioeconómica de mayor crecimiento en el mundo ya que trae muchas promesas para fomentar el desarrollo, dinamizar la economía local y regional, revitalizar valores culturales y valorar los recursos naturales existentes.

En el contexto internacional, el Ecuador es considerado como uno de los destinos turísticos más interesantes de Latinoamérica, debido a que concentra en una superficie muy reducida una gran diversidad cultural, ecosistemas únicos muy diversos, y la presencia de una variedad de paisajes vivos en las diferentes regiones naturales.

Otavalo, situado en la Sierra Norte del Ecuador es uno de los principales centros histórico-culturales que constituye hoy por hoy, un importante destino turístico nacional e internacional de reconocido prestigio y trayectoria. La pujanza de su gente y la creatividad de sus hábiles artesanos, sumado a sus pintorescos paisajes han convertido a Otavalo en el principal mercado artesanal de Latinoamérica y parada obligatoria para los visitantes extranjeros que llegan a nuestro país. El reto está entonces en mejorar la oferta turística disponible y diversificar

las actividades que se pueden ofrecer al turista, con la finalidad de incrementar el período de estadía promedio.

Al pensar en el desarrollo turístico como uno de los puntales de la economía local y regional, es importante pensar en la planeación estratégica como una herramienta para lograr un ordenado desarrollo, solucionar los problemas existentes en las redes de turismo comunitario, y aprovechar adecuadamente las potencialidades en beneficio de sus habitantes; buscando en el largo plazo una rentabilidad económica local, la conservación de los recursos naturales y mejor distribución de la riqueza en sus comunidades rurales que cuentan con toda una infinidad de recursos turísticos que aún no son aprovechados al cien por ciento.

La Red de Turismo Imbakucha constituye unas iniciativas de turismo comunitario en los alrededores de la ciudad de Otavalo, la cual fue instituida para promocionar los servicios turísticos existentes en las comunidades que conforman "Imbakucha". Esta palabra significa: Lago San Pablo en el idioma Kichwa, la cual todavía es muy común en la región y una parte integral de la cultura indígena. Actualmente, alrededor de 50 familias en seis comunidades pertenecen a la red.

1.2. Planteamiento del problema.

El Ecuador es considerado como un país excepcionalmente diverso, que atrae al turismo por su flora, fauna y principalmente por su riqueza cultural. Turistas de todo el mundo llegan hasta aquí para conocer tesoros de un valor incalculable.

El Cantón Otavalo es una de las ciudades más visitadas y conocidas por los turistas, que se sienten atraídos por la belleza cultural que posee el pueblo kichwa Otavalo, aunque este gran potencial turístico-cultural no es aprovechado adecuadamente debido a los insuficientes incentivos destinados al turismo comunitario por parte del sector público. También es evidente la falta de gestión por parte de las comunidades e insuficiente capacitación a los prestadores de servicios comunitarios; estos factores podrían promover el desempleo, y quizás un incremento en la migración.

Los proyectos turísticos comunitarios implementados son realizados sin planificación, lo que induciría a que el nivel de ingresos sea limitado; por ende, se reduce la capacidad de compra o el poder adquisitivo de las comunidades.

La promoción de Otavalo se la realiza en forma excluyente; es decir, no se integran los servicios de turismo comunitario, y se prioriza la feria artesanal que es reconocida a nivel internacional; delimitando de esta manera, la oferta de potenciales turísticos.

Cabe resaltar, a nivel más específico, que dicha promoción realizada en forma excluyente, se presenta en mayor grado dentro de las comunidades que integran la red de turismo comunitario: "IMBAKUCHA".

El hablar de exclusión induce a que toda actividad realizada dentro de la red no surja con el vigor necesario para convertirse en un referente turístico importante a nivel provincial, y con mayor razón a nivel nacional.

Paralelamente se podría manifestar la ausencia de programas de valorización de la identidad cultural, costumbres, tradiciones, música, danza, fiestas del Intiraymi, etc. que provocan una pérdida de la identidad de los pueblos.

Por todo lo expuesto anteriormente, es pertinente, diseñar una propuesta viable para procurar mitigar o minimizar el problema presente. Ante lo cual, lo más adecuado, sería proponer un modelo de gestión y desarrollo del turismo comunitario de la red Imbakucha.

1.3. Formulación del problema

¿Cuál es la situación actual de la gestión y desarrollo del turismo comunitario en la red de turismo comunitario Imbakucha, cantón Otavalo, provincia de Imbabura?

1.4. Delimitación

1.4.1. Delimitación temporal

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

1.4.2. Delimitación espacial

Se desarrollará en la red de Turismo comunitario “Imbakucha” del cantón Otavalo, en la parroquia San Rafael en las comunidades de: Cachiviro, Huayco Pungo, Cuatro Esquinas, Tocagón; en la parroquia González Suárez en la comunidad de Pijal; y en la parroquia Miguel Egas Cabezas en la asociación artesana “HUARMI MAQUI”.

1.5. Interrogantes de investigación

- a) ¿Cuáles son las características de funcionamiento administrativo y de gestión de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha?

- b) ¿Qué cualidades caracterizan a la oferta y demanda de la red de turismo comunitario Imbakucha?

- c) ¿Cómo potencializar el nivel de gestión y desarrollo del turismo comunitario dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha?

1.6. Objetivos:

1.6.1. Objetivo general de la investigación

Determinar la situación actual de la gestión y desarrollo del turismo comunitario de la red Imbakucha, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

1.6.2. Objetivos específicos:

- 1.6.2.1.** Identificar las características de funcionamiento administrativo y de gestión de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha.

- 1.6.2.2.** Realizar un estudio de oferta y demanda de la red de turismo comunitario Imbakucha.

1.6.2.3. Diseñar una propuesta para el mejoramiento de la gestión turística de la red de turismo comunitario Imbakucha.

1.7. JUSTIFICACIÓN

El turismo comunitario es toda actividad turística solidaria que se propone y gestiona por las mismas comunidades; permitiendo así, su participación desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado de los recursos naturales y valoración del patrimonio cultural, con un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales.

Los destinos turísticos comunitarios de mayor influencia en la red Imbakucha debe ser enfrentada a través de una visión estratégica; con una planificación orientada al mercado, manteniendo la perspectiva hacia productos y clientes, la valoración, y capacitación de los recursos humanos, que se traducirá en calidad de programas y servicios; así también, adquirir la capacidad para comunicar las ventajas propias, y diversificar la base económica con una mayor capacidad de adaptación mediante el desarrollo de habilidades empresariales y liderazgo público; además, mayor dependencia y organización del sector privado, profesionalización de los líderes comunitarios, creación de sistemas para monitorear los planes en ejecución.

El desarrollo local debe ser fundamentalmente basado en las tradiciones, cultura y recursos locales, otorgando prioridad a las necesidades locales, con alta participación comunitaria, con promoción de la identidad territorial y énfasis en el establecimiento en la red de cooperación y participación con un cierto grado de responsabilidad y compromiso de cada uno de los actores involucrados en el desarrollo del turismo comunitario.

En los actuales momentos el sector turístico debe sufrir numerosos cambios; tanto en conceptos, así como de actitudes, implementando

diferentes iniciativas que fortalezcan los productos y servicios ya creados, evitando la subutilización de productos para que el sector turístico no se estanque por la falta de una verdadera gestión, encaminada a fortalecer y rescatar nuestra identidad cultural.

El presente proyecto de investigación se lo ha realizado para beneficiar a las comunidades rurales que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha, ya que se determinó que el nivel de gestión y desarrollo dentro de la misma no es el apropiado para convertirla en un referente turístico a nivel nacional e internacional.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

Para poder cumplir con los objetivos expresados en la presente investigación; es necesario, tener un respaldo teórico que la fundamente.

2.1.1. TURISMO

La OMT,(2012), define al turismo como:

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

Como principios básicos del modelo descentralizado podremos ver que el ministerio de turismo ha trasladado funciones a gobiernos locales; esta a su vez, trabaja con el consejo local de turismo y los actores pertinentes de apoyo antes mencionados, mejorando la eficiencia y equidad de los recursos; con ello, se abre paso a mayores oportunidades para el sector, acercando un modelo de gestión turística para sus ciudadanos, implantando mayor coordinación y comunicación entre ellos, fomentando una imagen más atractiva para el turista ya que a más de mejorar la

calidad de vida de la comunidad, esta se traducirá en mejores servicios básicos lo que dará una mejorar calidad de servicios y destinos.

2.1.1.1. DESTINO TURÍSTICO

Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.

FUNCIONES:

Las funciones del destino turístico están determinadas por sus objetivos como estructuras urbanísticas, sociales, culturales, etc. Así aseguramos que las funciones son la calidad de vida, el desarrollo económico superior, la competitividad internacional y la satisfacción tanto de los visitantes como de los pobladores así podemos enumerar las siguientes:

- Uso del espacio para producir
- Uso del espacio para crear, compartir y enriquecerse culturalmente
- Uso del espacio para actividades de ocio (deporte, diversión, turismo)
- Exportar
- Atraer capitales
- Convertirse en centro de acontecimientos internacionales.
- Ser vanguardista en tecnologías.
- Atraer a excursionistas, turistas y visitantes.

- Rentabilidad económica para sector público y privado.
- Rentabilidad social para los habitantes locales: trabajo, infraestructuras, instalaciones, readecuaciones e implementaciones etc.
- Rentabilidad medioambiental: revalorización del territorio y del patrimonio.

2.1.1.1.1. LOS AGENTES:

Para Tamma, (2000), en su libro menciona:

“La coordinación entre los agentes del destino es uno de los elementos que le confiere ventajas competitivas”

Dicha coordinación asegura que el potencial del destino goza de valor añadido ya que ésta, es el nexo entre la dicha potencialidad y la preferencia del turista por el destino.

León, (2010), menciona que:

“El éxito de la gestión del destino depende de la capacidad de los agentes para desempeñar sus respectivos roles y para establecer conjuntamente un modelo de desarrollo su consecución y observación a lo largo del tiempo. Dicho de otra manera, no puede plantearse el desarrollo de un modelo de destino y su

aplicación sin la contribución y el consenso de todos los agentes sociales implicados”

Adicionalmente Howard, (2009), menciona:

“La sociedad en general: se considera al resto de sectores económicos, sociales, culturales, ecológicos, etc., y su implicación como parte fundamental del desarrollo turístico. La localidad es la primera interesada en el desarrollo turístico, beneficiándose y asumiendo sus desventajas. De ello la importancia en que la sociedad en su conjunto (o por lo menos la mayoría) tenga afinidad con el desarrollo turístico ya que de lo contrario éste podría generar conflictos y disfunciones a corto o a largo plazo. Para evitarlo, hay que partir de planes de desarrollo territorial que contemplen a los habitantes naturales; es decir, que contemplen la realidad social logrando implicarlos en el proceso de desarrollo turístico y así abrir dicha sociedad hacia una nueva: la sociedad del turismo”

2.1.1.1.2. COMPONENTES:

Según Quirola, (2012):

Los destinos se componen por productos turísticos estructurados a partir de los recursos o atractivos del lugar. A continuación se describen estos componentes:

- Los atractivos: es todo recurso tangible o intangible puede ser natural, cultural o artificial los mismos que son susceptibles para beneficio de la actividad turística ya que al combinar con otros elementos territoriales y servicios se transformaran en un producto turístico que ayudara en el desarrollo de la zona potenciando el valor del mismo.
- Los productos: es el componente que agrupa los recursos territoriales (atractivos y atractivos potenciales) del destino y que, de acuerdo a la combinación de éstos y añadiendo una serie de componentes tangibles e intangibles busca la satisfacción del público objetivo para el cual fueron diseñados. En relación a esto último se hace mucho hincapié en la calidad de la experiencia que obtiene el turista y esta calidad depende de la autenticidad de los componentes del producto. De ello se deduce que las acciones más importantes de puesta en valor de los recursos sean: la recuperación hacia un estado original, la mejora de sus atributos y la dotación de elementos intangibles dentro del diseño del producto.
- Estructura: así como los productos se disponen a partir de los recursos del destino, éste en contrapartida se organiza a partir de los productos o dicho de otra manera: “La estructura de un destino se fundamenta en los productos turísticos consistentes, con personalidad, homogéneos que se complementan entre sí, de modo que el turista perciba una oferta global excelente una cartera de productos perfectamente combinada.

2.1.1.2. Turismo cultural

Según Elbers, (2007), el turismo cultural:

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

En este contexto el turismo cultural se enfoca en aquellas actividades que implican una experiencia directa de la cultura local de una etnia, su música, idioma, danza, gastronomía, que reflejan expresiones y sus costumbres más arraigadas que son parte de la riqueza intangible, en tanto las autoras aportan en el sentido de que el turismo cultural representa una alternativa de promover el rescate de las manifestaciones culturales de un grupo social, promocionarlos y trabajar a través de actividades sustentables encaminadas a generar desarrollo económico en la zona de influencia de las diferentes nacionalidades existentes en nuestro país. (Almeida Daniel & Tapia María Fernanda; 2013).

2.1.1.2.1. Cultura

RAYMOND Williams, (1994), define a la cultura como:

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

El término cultura engloba; además modos de vida: ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias.

A través de la cultura se expresa el ser humano, toma conciencia de sí mismo, hace cuestión de sus realizaciones, busca nuevos significados y elabora obras que lo trascienden.

2.1.1.2.2. Cambios culturales

El sitio webdefinicion.com refiere:

Aculturación: Es un proceso que implica la recepción y asimilación de elementos culturales de un grupo humano por parte de otro. De esta forma un pueblo adquiere una nueva cultura o ciertos aspectos de la misma. Usualmente en detrimento de la cultura propia y de forma involuntaria. La colonización suele ser la causa externa de aculturación más común.

Los procesos de aculturación tienen diferentes niveles de destrucción, supervivencia, dominación, resistencia, modificación y adaptación de las nuevas culturas nativas tras el contacto intercultural. Esta dinámica supone la interiorización, la valoración y la identificación de los valores culturales.

2.1.1.2.3. Transmisión cultural

MOYA Alba, (2000), expresa que:

“La transmisión cultural en una sociedad se da a través de lo que se conoce como la endoculturación y socialización. El ser humano desde que nace está sujeto a la ayuda y por lo tanto a la interacción con otras personas. Por medio de esta interacción el niño y el adulto aprenden la cultura del grupo”

2.1.1.2.4. Diferentes aspectos de la cultura

a. Organización económica

Sergio, (2011), en su obra didáctica menciona:

“Esta se refiere a la producción, Distribución y consumo o uso de bienes y servicios dentro de una sociedad determinada y a la relación entre sus individuos para la producción de estos bienes”

La organización económica se subdivide en varios aspectos que son:

La producción.- En un aspecto general existen sociedades que producen para su subsistencia, otras que producen para el mercado y otras que participan de estas dos formas. Producir para la subsistencia significa que la producción está dirigida solo a satisfacer las necesidades de sus miembros.

En otras sociedades la producción está encaminada a producir excedentes para ser intercambiados en el mercado. En estas sociedades se da una división del trabajo más compleja y una estratificación social más adecuada.

La distribución.- La distribución es la forma como el productor global reparte entre los miembros de la sociedad y tiene relación con la capacidad de obtener excedentes en la producción. Hay tres formas básicas de distribución de los productos:

1) La reciprocidad.- Implica una retribución por un bien o un servicio ofrecido y generalmente se da entre iguales, puede ser inmediata o diferida en el tiempo y se basa en el principio moral de dar y recibir.

2) La redistribución.- Se da en economías que tienen un excedente y está relacionada con una forma de organización socio - política más compleja, donde un líder recolecta todos los bienes para luego redistribuirles con un diferente patrón.

3) El intercambio.- Se da en sociedades más complejas y que tienen excedentes de producción. Hay varias modalidades que van desde el trueque, hasta su forma más reciente en el mercado a través del uso del dinero.

El consumo: El uso y el consumo de los productos están relacionados con el lugar que ocupa el individuo en la producción y en la sociedad.

b. La organización social

Ya que la producción tiene un carácter predominante social, da lugar a la formación de grupos con determinadas relaciones; pero hay principios en torno a los cuales las personas se agrupan. Entre estos principios tenemos el sexo, la edad, el ciclo vital, las asociaciones voluntarias, la

localidad, el parentesco y cuando hay una desigualdad institucionalidad, las castas y las clases sociales.

Según Sergio, (2011), en su obra también menciona:

“La pertenencia a un grupo implica la regulación de actitudes, comportamientos, derechos y obligaciones, que varían de una sociedad a otra”

c. El parentesco

El parentesco es un principio de asociación universal y está basado en el reconocimiento social de los lazos de consanguinidad y afinidad. Se manifiesta de muchas formas. Así difiere desde el reconocimiento de quienes son parientes hasta la forma de agruparlos, de nombrarlos, las actitudes que se tienen para con cada uno de ellos, etc.

Para Sergio, (2011):

“El parentesco se caracteriza por un menor desarrollo socio-económico. A través de él, se establece el comportamiento, las actitudes, los derechos y obligaciones de los individuos: regula la herencia de los bienes, la sucesión de cargos, prescribe los matrimonios, etc.”

d. La organización política

Sergio, (2011), menciona que:

“Toda sociedad tiene alguna forma de organizar el acceso al poder y es lo que se conoce como la organización política. Las sociedades menos complejas carecen de una organización política definida, en ellas el parentesco y la religión cumplen las funciones que corresponden a este nivel. Estas sociedades tienden a ser pequeñas dispersas, con una subsistencia precaria, y por lo general no entablan guerras de manera organizada. A medida que la sociedad se diferencia y hace más compleja, las instituciones políticas se van definiendo más claramente en las bandas, tribus, cacicazgos, estados, etc.”

e. Bandas

Esta se agrupa de cincuenta a cien individuos que se reúnen para cazar, recoger alimentos silvestres o para realizar alguna ceremonia.

Las bandas tienen ciertas características:

- 1) Todos sus miembros participan de una misma cultura
- 2) Realizan actividades colectivas
- 3) Median en los conflictos
- 4) No tienen una autoridad centralizada, sino únicamente jefes que actúan en situaciones específicas.
- 5) No tienen sentido territorial y por lo tanto no son expansionistas.

f. Religión

Tomas, (2009), menciona que:

“Hay varias teorías sobre el origen de la religión, pero el hecho cierto es que todos los pueblos tienen alguna forma de manifestación religiosa, y respecto a ello pueden ser politeístas y monoteístas, hay dioses, espíritus, almas, fuerzas del bien y del mal para comunicarse con ellos se recurre a los sacerdotes, chamanes, brujos, ceremonias y rituales”

A pesar de todos los avances del mundo actual la religión ha logrado controlar la mayoría de los aspectos que afecta al hombre pues este mantiene a la religión como parte fundamental de sus vidas. (Almeida Daniel & Tapia Maria Fernanda, 2013)

2.1.1.3. TURISMO COMUNITARIO

Para la siguiente url: http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_comunitario, (2013), en su texto menciona:

“El turismo comunitario se caracteriza en que una porción considerable del control y los beneficios están en manos de miembros de comunidades locales. El turismo comunitario surge como una alternativa económica de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afro descendientes propias de un país, para generar ingresos complementarios a las

actividades económicas diarias y defender y revalorizar los recursos culturales y naturales locales”

Según la siguiente dirección web:

http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=60, (2013), el turismo comunitario posee varios ejes que son:

1. Fortalecimiento organizativo, que concierne a consolidar una estructura organizativa fuerte, a la toma de decisiones con visión grupal, y a solucionar problemas internos con autonomía e independencia.
2. Revitalización cultural, que se encarga de dar siempre valor a los principios y valores ancestrales que fortalecen las relaciones en lo que respecta a la convivencia, con la comunidad y con la madre tierra; se encarga además, de retomar la simbología, recuperar la sabiduría y técnicas ancestrales en la arquitectura, medicina, agricultura, etc; revitalizar las expresiones culturales como la música, la danza, ritualidad, mitos, cuentos, leyendas; colonizar la forma de pensar, de hacer y de ser.
3. Gestión del territorio, que comprende aspectos como: generar un proceso de restauración y revitalización de los lugares sagrados: tolas, pukaras, tambos, caminos, terrazas, pircas; defender el territorio de las actividades extractivistas con propuestas alternativas de manejo consensuado del patrimonio natural y

cultural; delimitación del territorio de las comunidades, pueblos y nacionalidades; garantizar la soberanía y seguridad alimentaria de las comunidades; exigir el cumplimiento de los derechos colectivos, de la naturaleza y humanos consagrados en la constitución; recuperar y valorizar las técnicas ancestrales de manejo del suelo, cultivos tradicionales.

4. Economía solidaria, que se fundamenta a través de: dinamizar e integrar la economía local; fortalecer la economía solidaria en términos de trabajo colectivo y la redistribución de los beneficios; desarrollar nuevas iniciativas para incluir el trabajo de los sectores vulnerables; aportar a la economía nacional a través del turismo comunitario.

Según Solís, (2005):

“Es toda actividad turística solidaria que se propone y gestiona por las mismas comunidades permitiendo así su participación desde una perspectiva intercultural, con el manejo adecuado de los recursos naturales y valoración del patrimonio cultural con un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales”

Según Ruiz, Solís, (2007):

“Es una forma de gestión del turismo que une tres perspectivas fundamentales la sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales con las de sostenibilidad integral (social y natural), y el control efectivo del negocio por parte de las comunidades. El elemento definitorio para el turismo comunitario es el concepto de comunidad”

El turismo comunitario se subdivide en varios ámbitos que son:

2.1.1.3.1. Turismo de naturaleza

Según la Secretaría de Turismo, el turismo de naturaleza se define como:

“Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”

2.1.1.3.1.1. Ecoturismo

Según Kuyima:

“Representa una opción viable de conservación del patrimonio natural y cultural de los pueblos, fomentando al mismo tiempo la noción de desarrollo económico sustentable”

2.1.1.3.1.2. Turismo de aventura

Acorde a la siguiente dirección url:

http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_de_aventura; 2013:

“Implica la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede esperar lo inesperado. El turismo de aventura está aumentando rápidamente su popularidad ya que los turistas buscan vacaciones inusuales, diferentes de las típicas vacaciones en la playa”

2.1.1.3.1.3. Turismo rural

En base a http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_rural; 2014:

“El Turismo Rural es una actividad turística que se desarrolla en áreas rurales con familias, cooperativas, asociaciones de desarrollo comunal, grupos étnicos o indígenas y otras organizaciones de tipo colectivo que manejan la actividad turística planificando, gestionando y cuidando los recursos naturales, culturales e históricos que sirven de atractivo en sus territorios. Los ingresos que se generan de la venta de productos y servicios se distribuyen entre la misma comunidad, conformando una modalidad de turismo más equitativa social y económica de la localidad”

2.1.1.3.2. Turismo religioso

Tomando en cuenta http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_religioso; 2013:

“El Turismo religioso, a diferencia de todos los demás segmentos del mercado turístico, tiene como motivación fundamental la fe. En la actualidad las ciudades santas que históricamente han sido objeto de peregrinaje - como Jerusalén, La Meca o Roma siguen siendo importantes puntos de referencia del sector”

2.1.1.3.3. Turismo místico

Considerando

http://www.turismorocha.gub.uy/index.php?option=com_k2&view=item&layout=item&id=37&Itemid=218

“El Turismo Místico se basa en el desarrollo de la persona utilizando, generalmente, los conocimientos ancestrales y elementos naturales”

2.1.1.3.4. Turismo gastronómico

Según http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_gastron%C3%B3mico; 2014:

“Uno de los objetivos de este turismo no sólo es el de visitar, sino el de ser sorprendido con nuevos sabores y/o preparaciones culinarias”

2.1.1.4. Empresa turística

Es toda aquella que proporcionan al turista los servicios que necesita durante su desplazamiento y estancia temporal en los núcleos receptores.

Pero como el turista en el núcleo receptor tiene un comportamiento similar al nativo y necesita de los mismos servicios que éste, todas las empresas, en principio, pueden ser turísticas.

La legislación ofrece un más o menos amplio listado de las clásicas empresas que internacionalmente son consideradas empresas turísticas. Se trata de un listado abierto que reconoce como empresas turísticas aquéllas que contactan a la demanda ofreciendo sus servicios a los mismos de manera relevante.

2.1.2. GESTIÓN

Según López-Bonilla J. M. y López- Bonilla L.M., (2008):

“Es la capacidad de la institución ya sea pública o privada para definir, alcanzar y evaluar sus propósitos, con el adecuado uso de los recursos disponibles”

Al haber productos de calidad; es decir, que estén integrados con servicios que satisfagan las necesidades del turista, los actores y redes que en ello trabajan se fortalecerán con alianzas estratégicas que evitarían la estacionalidad de la demanda, que es un problema que aqueja al sector turístico mayormente; y con ello, motivarían a la inversión pública o privada.



2.1.2.1. Gestión administrativa

Según Harold KOONTZ; HEINZ WEHRICH, (2004), en su libro Administración una Perspectiva Global 12ª Ed. Francesc Valls define a la Gestión Administrativa como:

“Un conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos de una institución; a través del cumplimiento y la óptima aplicación del proceso administrativo: planear, organizar, dirigir, coordinar y controlar”

La enciclopedia digital y gratuita llamada Wikipedia en la siguiente dirección web:

http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_del_conocimiento menciona que:

“La gestión permite la optimización en la ejecución de los procesos, con el fin de incrementar la cantidad y eficacia en la gestión de los servicios. La incorporación de un modelo de gestión al procedimiento administrativo permite una reducción en el tiempo empleado en los trámites y consultas; así como una mayor calidad en el servicio prestado, que es recibido por el usuario”

2.1.2.1.1. Etapas de un modelo de gestión administrativa

TOVAR Johana, 24 DE OCTUBRE, <http://johanatov.blogspot.es/>, (2008), dice que el Modelo de Gestión Administrativa, involucra diversas etapas a desarrollar en la secuencia descrita a continuación:

Análisis de la estructura funcional: Descripción de las funciones y objetivos de cada una de las unidades administrativas y de servicio, así como de las interrelaciones y los flujos de información entre ellas.

Análisis de las relaciones con terceros: Identificar y caracterizar las entidades con las que interactúa en el servicio y el objeto de dicha interacción.

Identificación de los procesos de la institución: Establecer los circuitos funcionales y los servicios que se prestan.

2.1.2.2. Gestión comunitaria

Es aquella gestión que se encuentra conformada por algunos factores complejos. Una de sus partes centrales hace referencia que las comunidades tengan la capacidad de administrar, operar y mantener los sistemas con eficiencia, eficacia y equidad, tanto para el ámbito social como de género.

Se ha referencia clara, también, a la toma de decisiones, pero, teniendo el control de los recursos disponibles como son técnicos, financieros, personal, etc.; y el poder establecer relaciones, convenios, con entidades gubernamentales y otras entidades que apoyen iniciativas comunitarias o de gestión.

Según: <http://comunitariacauces.blogspot.com/>:

“Es un espacio de construcción, desde el cual es posible realizar prácticas sociales, políticas y/o comunitarias sobre la comunidad (comprendiendo, y también fomentando, la capacidad de asociación de los individuos que la forman), para mejorar la calidad de vida de sus miembros; y que de esta manera, cada uno de ellos pueda contribuir con su acción creadora a la construcción de una sociedad más justa, creando su espacio en la misma y sintiéndose parte importante de esta”

A través de variedad en proyectos, se puede mejorar la calidad de vida integral de la sociedad; especialmente, aquella que se encuentra mayormente vulnerable.

Es necesario, que exista una sociedad dispuesta a trabajar invirtiendo su tiempo, habilidades y destrezas en distintos tipos de proyectos productivos.

La gestión comunitaria puede ser muy amplia y se puede tomar en cuenta ámbitos como: derechos, educación, medio ambiente, urbanismo, servicios básicos, factores productivos, factores económicos.

2.1.3. OFERTA

Se define como la cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a ofrecer a diferentes precios y condiciones, también puede ser la cantidad de productos y servicios disponibles para ser consumidos.

Como determinantes de la oferta podemos mencionar los siguientes aspectos:

- El precio del producto en el mercado.
- Los costos de los factores necesarios para tal producción.
- El tamaño del mercado o volumen de la demanda.
- Disponibilidad de los factores.
- Número de empresas competidoras.
- Cantidad de bienes producidos.

2.1.3.1. Producto turístico

La OMT, (2012), menciona:

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

Según esta definición hay dos inconvenientes claros, el primero es que se mezclan tres conceptos que deberían estar por el momento diferenciados, el producto, la cultura y el consumo; segundo, que el valor simbólico atribuido a todo producto no necesariamente define o condicione el estatus social. (Almeida Daniel & Tapia Maria Fernanda, 2013)

Particularidades del producto turístico:

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

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

histórico, artístico o monumental. Este turista presenta un perfil diferenciado:

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

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

- Congestión del centro urbano e insuficiente infraestructuras y suministros.
- Deterioro de monumentos, museos, vestigios arqueológicos o variación injustificada de su uso.
- Pérdida del uso tradicional de las ciudades, sus habitantes e desplazan al exterior.
- Banalización del significado cultural, pues se ofrecen productos que son meros espectáculos bajo ese nombre.

Análisis de la Situación

León, (2010), menciona que:

“Se trata de un proceso repetitivo: la información obtenida en el análisis de la situación no sólo servirá como base para decidir si se sigue adelante con el proyecto turístico, sino también para definir cómo hay que proceder. Por lo tanto, será útil volver a este análisis inicial durante todo el proceso, tanto para completar la información como para probar posibles modelos de desarrollo”

En esta etapa también resulta beneficioso que los profesionales turísticos participen en el ejercicio; pues, además de contar con la experiencia técnica necesaria para realizar los estudios de evaluación comparativa y los análisis de mercado, pueden ofrecer una visión independiente del posible potencial turístico del lugar y, si lo tiene, de cómo desarrollarlo de forma que ocupe una posición competitiva más favorable que otros destinos. (Almeida Daniel & Tapia Maria Fernanda, 2013)

Evaluar el potencial turístico

Blanco, (2008), dice:

“En esta etapa, resulta muy útil comparar la zona con otros destinos similares de la misma región para ver si cuenta con alguna característica especial. A la hora de

recopilar la información necesaria, lo mejor es realizar una evaluación comparativa que, además de analizar las atracciones turísticas que existen en cualquier otro lugar y el éxito que han alcanzado, identifique los tipos de atracciones insuficientemente representados. Todo esto, a su vez, facilitará la elección de una combinación adecuada de productos turísticos para que la zona ocupe una posición competitiva”

Evaluación final

Según Blanco, (2008), en su obra didáctica dice:

“El último paso para determinar si se puede desarrollar un turismo sostenible basado en el patrimonio natural y cultural es considerar todos los resultados obtenidos en el análisis situacional”

La mejor forma de hacerlo es mediante el análisis DAFO o FODA, que sirve para definir cuatro aspectos de una zona:

- Debilidades
- Amenazas
- Fortalezas
- Oportunidades

Este proceso consiste simplemente en resumir y clasificar las ventajas e inconvenientes más importantes de acuerdo con las cuatro posibilidades anteriores y presentar los resultados en forma de comentario breve dentro

de una tabla. Las fortalezas se refieren a lo que ofrece la zona; las debilidades aquello de lo que carece (atracciones exclusivas, acceso deficiente). En cuanto a las oportunidades y las amenazas, se refieren más bien a las circunstancias en que se puede producir o limitar respectivamente ese desarrollo; esto permitirá que las últimas sean reversibles; es decir, se superen y se conviertan en fortalezas y posteriormente en oportunidades.

La Economía Solidaria

Según (Acosta, 2009-02-16):

“Todas las personas tienen por igual derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios. Todos estos derechos, para su cumplimiento, exigirán ajustes en la distribución de la riqueza y del ingreso, puesto que su vigencia no sólo puede estar garantizada por posibles ingresos petroleros u otros similares. Los derechos deben ser garantizados por la sociedad para todos sus miembros, en cualquier tiempo o circunstancia, no sólo cuando hay excedentes financieros”

Para Boff, (2009):

“Los límites e insuficiencias de la muy extendida economía informal o popular, que puede potenciarse y encontrar en la economía solidaria cauces apropiados para una mejor inserción en los mercados. Está a demostrado en muchos casos ser una alternativa capaz de conducir organizadamente a muchos trabajadores informales, a operar con mayor eficiencia, permitiendo la reinserción social y el progreso de vastos sectores que despliegan de modo independiente iniciativas que les generan ingresos elevando su precario nivel brindando una mejor calidad de vida”

Para Hevia, (2003):

“El deterioro del medio ambiente y desequilibrios ecológicos, derivados en gran parte a modos individualistas de producir, distribuir, consumir y acumular riqueza convirtiéndose en el detonante de este modelo de economía impuesto por anteriores modelos de gestión administrativa caso contrario en la economía solidaria se orienta hacia nuevas formas de producción, consumo social y ambientalmente responsables”

2.1.3.2. PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA

ATRACTIVO TURÍSTICO:	CERRO CUSIN
CATEGORIA:	SITIOS NATURALES
TIPO:	MONTAÑA
SUBTIPO:	VOLCÁN

IMAGEN N° 1



DATOS:

El cerro Cusín es un atractivo importante de Otavalo, en sus alrededores habita la etnia Kichwa Cayambe que se encuentra repartida en varias comunidades; entre ellas Pijal, Gualavi, Angla, entre otras. En las faldas del cerro nacen una cantidad de vertientes que alimentan a la laguna de San Pablo.

El Cerro Cusín es un atractivo de carácter natural que se haya conservado y es el ámbito natural muy apropiado para varias especies de animales

ATRACTIVO TURÍSTICO: VOLCÁN IMBABURA

CATEGORIA: SITIOS NATURALES

TIPO: MONTAÑA

SUBTIPO: VOLCÁN

IMAGEN N° 2



DATOS:

Sitio tradicional y sagrado para los turistas internos y externos. Existen un sinnúmero de leyendas relacionadas con el Taita Imbabura. Aquí se puede disfrutar del paisaje andino que nos ofrece el mítico volcán.

ALTURA Y MORFOLOGÍA

Es un volcán con cráter central. Tiene una altura de 4621m y está conformado por dos construcciones sobrepuestas que se extienden en dirección sur norte. La superior corresponde a un cono empinado en el que se observa lava solidificada. Ocupa el centro oeste de la hoya del Chota.

FLORA Y FAUNA

Flora: *Alnus acuminata*, *Hedyosmun cumbalense*, pumamaqui (*Oreopanax* sp), porotón (*Eritrina* sp.), guayusa de monte (*Hedyosmun* sp.), moquillo (*Saurauia* sp), pino (*Bauhinia* sp), aliso (*Alnus acuminata*), laurel de cera (*Myrica pubescens*), y varias especies de melastomataceas como *Miconia* sp., paja (*Calamagrostis* sp., *Festuca* sp., *Stipa ichu*) son especies que abundan en los alrededores romerillo (*Hypericum lacrifolium*), cerote (*Hesperomeles heterophylla*), cacho de Venado (*Lycopodium thygoides hilli*)

Fauna: colibríes (*Coeligena torquita*), torcazas (*Zenaida auriculata*), tortolitas (*Columbina passerina*), chiguacos (*Turdus serranus*, *T. fuscater*), raposas (*Didelphys* sp.), lobos (*Pseudolopex culpeus*)

DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE

Además de ser volcán, es un mirador desde donde se aprecian diferentes elevaciones como el Cotacachi, Yanahurco, Cayambe, la cordillera de Angochagua, Cubilche, Cunro, entre otras. También ciudades de la provincia de Imbabura como Otavalo, Atuntaqui, Cotacachi, Ibarra y varias parroquias de los diferentes cantones. El relieve es accidentado En ocasiones y en razón de las bajas temperaturas, el

cráter del volcán se encuentra generalmente rodeado de neblina. El clima existente corresponde al ecuatorial mesotérmico semihúmedo

Los suelos que existen en este volcán son D3, derivados de materiales piroclásticos, alofánicos, francos a arenoso con pendientes fuertes.

El Volcán Imbabura es un referente turístico para las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha y a pesar de las afecciones ambientales que ha tenido durante años no se haya mayormente afectado y constituye atracción permanente para los visitantes nacionales y extranjeros.

ATRACTIVO TURÍSTICO: LAGO SAN PABLO

CATEGORIA: SITIOS NATURALES

TIPO: AMBIENTES LACUSTRES

SUBTIPO: LAGO

IMAGEN N° 3



DATOS:

Las comunidades de la red Imbakucha realizan excursiones, invitando a disfrutar del proceso de cosecha de la totora como parte productiva alterna de esta actividad. Sus hábiles manos permiten crear artesanías que se venden como recuerdos de su visita.

El Lago San Pablo se encuentra en condiciones favorables, por dicha razón, se realiza pescas y actividades competitivas como la natación.

ATRACTIVO TURÍSTICO: LAGUNA DE MOJANDA

CATEGORIA: SITIOS NATURALES

TIPO: AMBIENTES LACUSTRES

SUBTIPO: LAGUNA

IMAGEN N° 4

DATOS:

Las comunidades de la red Imbakucha realizan excursiones a visitantes invitando a disfrutar de la naturaleza en un ecosistema de páramo, a 3.700 msnm., en donde se encuentra diversidad de especies de flora y fauna en estado silvestre y un pintoresco paisaje.

La laguna de Mojanda constituye un pequeño grupo de pequeños ojos lacustres que se haya en favorables condiciones ambientales. Es escasa la contaminación, pero sería importante incrementar señalización turística a fin de fortalecer la afluencia turística.

ATRACTIVO TURÍSTICO: VOLCAN FUYA

CATEGORIA: SITIOS NATURALES

TIPO: MONTAÑA

SUBTIPO VOLCÁN

IMAGEN N° 5

DATOS:

El Fuya Fuya es preferido por los turistas que gustan del andinismo en sus diferentes especialidades. En el sector existen tres senderos que llevan a la cumbre del cerro desde donde se puede divisar la cumbre de los volcanes Imbabura, Cotacachi y Cayambe.

La belleza paisajística que ofrece el sector es incomparable. Se puede ascender al cerro Fuya Fuya que es el pico más alto que rodean las lagunas de Mojanda; y desde su cima, observar gran parte del callejón interandino de la Sierra Norte del Ecuador.

UBICACIÓN

Este cerro se encuentra cerca de las Lagunas de Mojanda, pasando la población de Pedro Moncayo a 17 km. al sur de Otavalo.

ALTURA

El Cerro Fuya Fuya, cuenta con una altura de 4.275 metros.

CLIMA

Cuenta con un clima templado, su temperatura es variable entre los 7 y 9 grados centígrados.

FAUNA

En lo que respecta a fauna podemos observar varias especies; entre ellas tenemos la liebre de páramo, aves como el cóndor, conejos silvestres, curiquingues, águilas.

El volcán Fuya Fuya se encuentra en condiciones favorables para la afluencia turística. Es un importante atractivo turístico natural para las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha.

ATRACTIVO TURÍSTICO: CASCADA DE PEGUCHE

CATEGORIA: SITIOS NATURALES

TIPO: RIOS

SUBTIPO: CASCADAS

IMAGEN N° 6



DATOS:

Un maravilloso sendero a través del bosque de eucaliptos cerca de la comunidad permite a los visitantes llegar a la cascada de Peguche. La

comunidad ha trabajado intensamente para crear un camino atractivo e informativo para llegar a la cascada sagrada.

Este sitio es considerado como un centro ceremonial indígena, ya que aquí se realizan baños de purificación para dar inicio a las fiestas del Inti Raymi o fiesta del Sol y las cosechas.

INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO

Es un hermoso sitio de agua de aproximadamente 20 metros de altura y que está dentro de unas cuarenta hectáreas de bosque declaradas como "Bosque y Vegetación Protectores de Cuencas Hidrográficas" para varias comunidades aledañas. Este es el principal centro energético que ofrece la naturaleza, razón por la cual es visitada por los Yachac's como parte de sus prácticas curativas.

La Cascada de Peguche es un atractivo turístico de gran importancia para el cantón de Otavalo, y por supuesto lo será, de manera específica, para las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha. Existe señalización turística pero se considera mejora en la calidad de la misma y mayor publicidad para potencializar aún más este referente turístico imbabureño.

2.1.3.3. PRINCIPALES ATRACTIVOS TURÍSTICOS CULTURALES DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA

ATRACTIVO TURÍSTICO: Artesanía en Totora comunidad San Rafael iniciativa “Totora Sisa”

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnográfica

SUBTIPO: Artesanías (Bolsos, muebles, aventadores, esteras, sombreros y elementos decorativos)

UBICACIÓN: Parroquia de San Rafael

IMAGEN N° 7



PROCEDENCIA

La totora es una planta (junco) acuática muy antigua. Se registra su existencia desde 8.000 años antes de Cristo, intensificándose su uso a partir de los 800 años después de Cristo. Se la empleó para fabricar artículos de cestería en los que se recogía y almacenaba productos del campo. También se elaboraban objetos de uso doméstico, entre ellos la tradicional estera que es un tejido de tallos de totora en forma de un gran

tapete que servía desde cama de dormir hasta elemento decorativo para interiores.

Aprovechando el potencial artesanal de la gente de la región, hace cuatro años se formó la empresa “Totorá SISA Sociedad Civil y Comercial”, grupo comunitario que ha surgido por iniciativa de varias entidades como la Junta Parroquial de San Rafael de la Laguna, artesanos de las comunidades de Cachiviro, Huayco Pungo, Cuatro Esquinas, Tocagón, y la Unión de Comunidades Indígenas de San Rafael de la Laguna (UNCISA), con el apoyo de diferentes organismos nacionales, internacionales.

LUGAR Y VENTA

Los talleres funcionan en el centro artesanal SISA, localizado en la calle Bolívar de la parroquia de San Rafael, en donde se elabora y comercializa el producto. Los miembros de la Asociación también participan en ferias locales, nacionales y regionales en donde exhiben las artesanías y demás artículos elaborados con este material. El internet ha sido una herramienta importante para que estos artesanos cuenten con una página web en donde se muestren los artículos, los mismos que pueden ser adquiridos a través de este medio.

CALIDAD DEL PRODUCTO

El producto es de muy buena calidad. Los artesanos están en constante innovación a fin de diversificar la oferta y ampliar sus mercados.

VOLUMEN DE PRODUCTOS Y VENTAS

Producen 2000 artículos mensualmente que son comercializados en el Ecuador, concretamente en almacenes de Quito, Cumbayá y Tumbaco.

También los encontramos en mercados locales como Ibarra, Otavalo, Cotacachi, pero en pequeña cantidad.

Los precios varían de acuerdo al tipo de artículo. Los pequeños adornos tienen un valor de \$ 1.50; las esteras \$ 3.50, paneras \$2.50, sombreros y basureros \$ 5, balsas tipo pato o cisne \$ 280 y muebles que van desde los \$ 880 hasta los \$1200.

Otros productos elaborados son cojines, esteras, lámparas, juegos de sala, sofás, tapetes, paneras, sombreros, basureros, balsas, papel, etc.

MATERIALES UTILIZADOS

La materia prima es la totora extraída del lago de San Pablo. Se emplean también hilos de colores para adornar objetos. Cuando trabajan muebles, se utiliza madera y estructura metálica.

PERSONA QUE ELABORA

Los artesanos que laboran los productos están organizados en una asociación denominada "Manos Unidas".

Brindan servicios de agroturismo, mostrando el proceso desde la cosecha de la totora hasta la finalización el producto terminado, también lo hacen con productos como la fresa.

Las artesanías y toda su creatividad son de excelente calidad; pero es necesaria, una adecuada publicidad para difundir esta característica esencial de trabajo por parte de los moradores de las comunidades que conforman la red Imbakucha.

ATRACTIVO TURÍSTICO: Feria de Animales Mayores

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnográfica

SUBTIPO: Ferias y Mercados

IMAGEN N° 8



LUGAR Y FECHA

La feria de animales mayores se localiza en las afueras de la ciudad de Otavalo, en el sector de las piscinas de Yana Yacu (Lago negro) junto a la Panamericana. Desde hace muchos años se realiza los días sábados de 6:00 a.m. hasta las 12:00pm.

VARIEDAD DE PRODUCTOS

Los animales que se venden son ganado vacuno y los precios oscilan entre \$25 y \$800; equino con valores que van desde \$100 hasta \$500, ganado porcino con ofertas y demandas de \$10 hasta \$150 y ganado bovino desde \$15 hasta 50\$. Además, aquí se pueden adquirir varios materiales e instrumentos utilizados en la ganadería. También se ofrece comida típica y productos para el hogar.

INSTALACIONES EXISTENTES

La feria se la realiza en un espacio de terreno de 2000 metros cuadrados, ubicado a un costado de la Panamericana Norte. En ella se han destinado diferentes áreas para la exhibición de las especies animales.

GRUPOS PARTICIPANTES

Los participantes son indígenas y mestizos. Se suman numerosos turistas extranjeros para quienes esta actividad resulta muy llamativa.

TIPOS DE PRODUCTOS

Los principales productos comercializados son animales mayores como ganado vacuno, ganado equino, ganado porcino y ganado bovino.

La feria de animales mayores es una de las actividades tradicionales de las comunidades Imbakucha y constituye un comercio que no se ha visto afectado por ninguna causa.

ATRACTIVO TURÍSTICO: Feria de Animales menores

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnográfica

SUBTIPO: Ferias y Mercados

IMAGEN N° 9



LUGAR Y FECHA

La feria se realiza únicamente los días sábados en la calle Atahualpa frente al Terminal terrestre de la ciudad de Otavalo, con un horario que va desde las 07h00 hasta las 12h00.

VARIEDAD DE LOS PRODUCTOS

Los productos comercializados son animales menores como gallinas, patos, palomas, gansos, conejos, perros, gatos, cuyes, peces, pavos y los precios oscilan entre \$1,50 y \$20 USD, dependiendo de la especie. Además aquí se pueden encontrar yerbateras que comercializan plantas medicinales, puestos de comida y determinados artículos para el hogar.

INSTALACIONES EXISTENTES

No existe un espacio con características apropiadas para una feria. Generalmente se la realiza al aire libre en calles y veredas.

GRUPOS PARTICIPANTES

Quienes participan en esta feria son en su mayoría indígenas de la región de Otavalo. También acuden mestizas especialmente mujeres que buscan animales para prepararlos en sus hogares.

TIPOS DE PRODUCTOS

Los animales son variados ya que se ofrecen gallinas, gallos, patos, pavos, gansos, gatos, perros, conejos, cuyes, palomas y peces.

Esta actividad comercial de años no se ha visto afectada de ninguna manera y con cierta frecuencia se acrecienta el número de comerciantes.

ATRACTIVO TURÍSTICO: Grupo Étnico Otavalos

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnográfica

SUBTIPO: Grupos Étnicos

IMAGEN N° 10



ASPECTOS NOTABLES DE SUS COSTUMBRES

Al igual que el conjunto de pueblos de la nacionalidad Kichwa, los Otavalos se encuentran organizados, en su mayoría, en comunidades; unas relacionadas fundamentalmente con actividades agropecuarias, otras de tejedores y comerciantes. La familia es monogámica; sin embargo, debido a la actividad comercial que realizan en el ámbito nacional e internacional han adoptado otras formas de organización familiar por contrato o unión libre. En cuanto a sus actividades sociales,

las mingas son ocasiones en donde se expresa el espíritu de cooperación.

Su desarrollo económico y su apertura al comercio nacional e internacional lo han colocado como uno de los pueblos con mayor prosperidad económica en el país.

ACTIVIDADES ECONÓMICAS QUE DESARROLLAN

La economía de los Otavalos es, prioritariamente, el comercio nacional e internacional de los productos artesanales, la música, el turismo; en pequeña proporción se dedican a la agricultura.

El pueblo de los Otavalos siempre vio en la artesanía una alternativa de sobrevivencia y ha hecho de ella la base fundamental de su economía en los actuales días. A finales de la década de los setenta se comienza a experimentar el inicio del auge en la producción y comercialización de artesanías, provocándose una masiva tendencia a viajar al extranjero en la perspectiva de la comercialización de artesanías.

En la década de los ochenta, la música se constituye en una actividad económica importante. Algunos grupos de música comienzan a viajar al extranjero, principalmente a países de Europa y Norteamérica.

El éxito económico alcanzado por los primeros grupos de músicos, incentivó a muchos otros que se fueron multiplicando en las comunidades.

Se experimenta un proceso de profesionalización de músicos y una consolidación de la profesión musical como fuente de ingresos.

TIPOS DE CONSTRUCCIÓN Y MATERIALES UTILIZADOS

Antiguamente las viviendas eran hechas con cangahua y paja para el techo, en la actualidad se observa la influencia de materiales como el hormigón, hierro, teja y cemento.

COMIDAS Y BEBIDAS TRADICIONALES

La base de la alimentación indígena de la Sierra norte es el maíz, entre la comida y bebida tradicionales se destacan: Chicha de maíz, medianos, cuyes con papas, yamor, champús, colada de choclo con churos, papas con berros.

PRINCIPALES FIESTAS

- Febrero: Pawkar Raymi
- 21-24 de Junio: Inty Raymi
- Cada 21 de diciembre: Kapac Raymi
- Último fin de semana de cada septiembre: Coya Raymi o Killa Raymi
- 29 de Junio: San Pedro
- 15-22 de Agosto: Los Corazas
- 2-8 Septiembre: Yamor
- 2 de Noviembre: Finados

ARTESANÍA

Desde antes de la Colonia el indio otavaleño tuvo fama de tejedor. Muchas artesanías que durante años formaron parte del acervo cultural otavaleño han decrecido en su producción o desaparecido completamente, no así la textil que tiene mayor importancia por calidad, volumen y comercialización.

Productos textiles: ponchos, fajas, fachalinas, chales, chalinas, lienzos, liencillos, bufandas, cobijas, tapices, bolsos.

Instrumentos musicales: flautas, rondadores, tambores, huiros.

Artesanía en totora: esteras, muebles, adornos.

Batanería: sombreros de paño

INDUMENTARIA

Hombre: Camisa y pantalón blanco ancho y a media pierna, poncho bicolor liso o a cuadros, alpargatas blancas, llevan una trenza doble para la cual utiliza un cordón y un sombrero de paño negro o café.

Mujer: Camisa blanca grande sirve a la vez de blusa y enagua, la pechera y los bordes de las mangas son bordados con llamativos colores y diseños, anaco negro o azul oscuro, fachalina de lana de color negro o blanco, mama chumbi que es una faja grande de cabuya y lana roja, chumbi una faja más pequeña a la anterior elaborada con bellos motivos, hualcas, manillas y alpargatas.

Los grupos étnicos Otavalos constituyen grupos de personas cuya afición al trabajo es el pan de cada día. Estos grupos son un eje primordial en los atractivos culturales presentes en la red Imbakucha.

ATRACTIVO TURÍSTICO: Hacienda Cusín

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Históricas

SUBTIPO: Arquitectura Civil

IMAGEN N° 11



ESTILO

Colonial de principios de 1800

CONSERVACIÓN DEL ESTILO

Se conserva un 20% de la arquitectura colonial de hacienda y un 80% se ha restaurado con arquitectura contemporánea y actual.

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Se encuentra en buenas condiciones gracias al cuidado y restauración efectuada en el inmueble.

DISTRIBUCIÓN ESPACIAL

La Hacienda comprende 7has de extensión y 500m² de construcción. Originalmente esta fue una hacienda agrícola y ganadera y hace medio siglo se abrió al hospedaje y turismo. Tiene grandes patios centrales, jardines, cocina, restaurante, biblioteca, sala de lectura, sala de recreación, caballerizas, recepción, corredores y sala de conferencias.

MATERIALES UTILIZADOS

Adobe, tapial, teja, madera, piedra, hierro forjado, piedra labrada.

OBJETOS VARIOS

Se encuentra gran cantidad de objetos, lamentablemente la mayoría no son del Ecuador, son piezas y objetos no tradicionales, entre ellos varios cuadros, esculturas, tallados, copias de arqueología, bargueños, tablados etc.

DECORACIÓN

La decoración es vanguardista y moderna conservando el estilo de la arquitectura tradicional de hacienda en la que sobresalen sus senderos empedrados, los tapiales, las piedras incrustadas, pasamanos de madera, arcos, columnas vistas, un impresionante cedro empotrado al cerramiento

y los colores de las paredes armonizan con el entorno antiguo, elementos que nos transportan al pasado.

ASPECTO HISTÓRICO

En el año de 1762 hubo una revuelta de los comuneros de Cusin contra el maltrato de los patronos.

Esta hacienda se encuentra en condiciones muy favorables y son el claro llamado de alojamiento para turistas nacionales e internacionales. Posee la perfecta armonía entre infraestructura y ambientes florísticos.

ATRACTIVO TURÍSTICO: Hacienda El Obraje de San José de Peguche

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Históricas

SUBTIPO: Arquitectura Civil

UBICACIÓN: Paroquia Dr. Miguel Egas

IMAGEN N° 12



ASPECTOS HISTÓRICOS

Fue uno de los más grandes obrajes del antiguo Reino de Quito en la cual trabajaron hasta 3000 personas simultáneamente para la producción de 6 tipos de paños y telas. La mano de obra se dividía en trasquiladores, hiladores, tejedores, cardadores, colorantes y acomodados o barderos.

En 1847 José Manuel Jijón y Carrión todavía mantenía el obraje.

A finales del siglo XVIII se produjo dos grandes revueltas de obrajeros en contra de los propietarios debido al mal trato y explotación de la que eran objeto: en 1788 causaron 18 muertos y en la segunda año de 1791 40 muertes por la represión de las autoridades.

El obraje de Peguche estaba considerado el más inhumano de los existentes en el corregimiento de Otavalo.

ESTILO

Tradicional Republicano de finales de siglo XIX, especialmente la casa de hacienda. Las construcciones adicionales son de estilo tradicional.

CONSERVACIÓN DEL ESTILO

Se han realizado múltiples reconstrucciones en especial las cubiertas y techos. La capilla es de estilo tradicionalista y ya no funciona como tal, se la utiliza como salón de actos de la comunidad de San José de Peguche y la casa de hacienda está a cargo de la Fundación Alemania en donde imparten clases y elaboran artesanías.

ESTILO DEL ENTORNO

Varias construcciones estilo moderno alrededor de la antigua hacienda.

EPOCA DE CONSTRUCCIÓN

Data del año de 1691

ESTADO DE CONSERVACIÓN

Completamente restaurada para fines sociales y comunitarios.

DISTRIBUCIÓN ESPACIAL

500 m²

MATERIALES UTILIZADOS

Adobón, piedra rodada, piedra labrada, ladrillo, carrizo, suro, teja, paja, madera, hierro forjado.

La publicidad para esta hacienda no se encuentra fortalecida, y es necesaria difundirla para atraer clientes potenciales.

ATRACTIVO TURÍSTICO: Parque “Cóndor”

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Realizaciones Técnicas y Científicas

SUBTIPO: Centro Científico y Técnico

IMAGEN N° 13



ACTIVIDADES QUE SE DESARROLLAN:

- Actividades educativas como la protección y cuidado de las aves, teniendo especial énfasis en la compra ilegal de especies e introducción en hogares a animales que no son domésticos alterando el ambiente y hábitat de la especie.
- Rescate y adiestramiento de aves rapaces.

EXTENSIÓN

Ubicado en el Curiloma, tiene una superficie de 12 hectáreas.

OBJETIVOS Y METAS

Rescate y cuidado de aves rapaces las cuales han sido maltratadas y manifestando rasgos de maltrato por lo que se implementa este centro donde se las estudia, valora, entrena y se les ofrece una mejor calidad de vida arrebatada por el hombre en sus intentos de conquista de la naturaleza.

Educación orientada a niños para que comprendan la función que tienen las aves rapaces en el medio ambiente

INSTALACIONES EXISTENTES

Jaulas previamente diseñadas cumpliendo las necesidades de las aves que las ocupan, el área de vuelo que es un lugar donde las aves entrenadas son liberadas para que cumplan su entrenamiento diario, baterías sanitarias, el área de juegos infantiles y próximamente contará con un Centro de interpretación, sala de conferencias, granja infantil y huerto de plantas andinas.

ESPECIES QUE SE ALBERGAN

Aves rapaces como cóndores, búhos, buitres, gavilanes, águilas, halcones.

NORMAS PARA EL VISITANTE

- No arrimarse a las jaulas ni meter el dedo en ellas.
- Cuidar y proteger todo cuanto te rodea mediante el recorrido.
- Proteger y no destruir los letreros interpretativos.

- Depositar la basura en los recipientes colocados en los senderos.
- No ingresar con mascotas
- No ingresar con alcohol ni fumar dentro del Centro de Rescate

COSTOS Y HORARIOS

Está abierto al público de Martes a Domingo de 09:30 a.m. a 17:00 p.m. complementando a esto las horas de exhibición de vuelo que son a las 11:30 a.m. y 16:30 p.m.

Los precios de las entradas para adultos es de \$ 2.50, niños y personas especiales \$ 1.50.

El parque Cóndor no posee condiciones desfavorables medio ambientales y es un atractivo turístico de importancia para los visitantes nacionales y extranjeros.

ATRACTIVO TURÍSTICO: Carnaval de Peguche “Pawkar Raymi”

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Acontecimientos Programados

SUBTIPO: Fiestas

UBICACIÓN: Parroquia Dr. Miguel Egas Cabezas

IMAGEN N° 14



MOTIVACIÓN

El carnaval andino, por su origen, está asociado a la fertilidad de la tierra, por cuanto florecen los sembríos, y ésta, a su vez, se vincula con la fertilidad humana. Es la fiesta mayor de los pueblos andinos, por lo que parecen coincidir con el calendario occidental, en donde la variabilidad de la fecha, febrero-marzo, concuerda con la temporada de lluvias de estos meses, permitiendo que los cultivos se fortalezcan y aparezcan los primeros frutos (llullu) aún tiernos. Este acontecimiento es celebrado jubilosamente por las comunidades andinas. Además, la fertilidad de la tierra es relacionada con la fertilidad humana, por lo que la interrelación de solteros y solteras y la permisividad sexual en estas celebraciones es mayor. Incluso era una fecha propicia para iniciar los denominados servinakuy o matrimonios de prueba.

PERIODICIDAD

Se lo realiza en el mes de febrero de cada año, teniendo una duración de 11 días.

LUGAR DE REALIZACIÓN

Estas actividades se desarrollan en la comunidad de Peguche, básicamente en los espacios históricos que a su vez son lugares sagrados (Vertiente, Plaza Cultural, Cascada de Peguche, entre otros).

DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

Noche de Vísperas: En febrero se inicia la fiesta en la Plaza Cultural de Peguche, presidida de una Misa de acción de Gracias en honor a la patrona Santa Lucía, luego seguirá la Quema de castillos, las vacas locas y juegos pirotécnicos. Es una noche de integración comunitaria, en donde los jóvenes, niños y adultos pasarán momentos muy gratos, en un ambiente de alegoría.

Inauguración: Cada mes de febrero se realiza la gran inauguración del campeonato de mundial del Fútbol Indígena, con el desfile o PAKTA RIPASHUNCHIK, que inicia desde la entrada principal de Peguche, recorriendo por las principales calles de la comunidad, hasta la cancha de Peguche, con equipos de fútbol, básquet y sus madrinas, grupos de música, danza y las candidatas para la elección de las Ñustas.

Actividades Artísticas: Presentaciones de artistas de fama internacional, el festival internacional de la risa, también tiene su espacio los artistas locales otavaleños y del país, tanto mestizos, negros como indígenas.

Ñustas Pawkar Raymi: La elección de las Ñustas es una actividad cultural de trascendental importancia, es el espacio donde la mujer indígena en su etapa de florecimiento (pubertad) viene a entrar en comunión con la Pachamama y fortalece sus manifestaciones biológicas con el apoyo de las energías que emana la madre naturaleza universal, las coreografías son la representación del flujo del agua, el aliento del viento como portador de la vibración luminosa del padres sol y la danza de las flores. Todo el ritual se inscribe en la lógica de la crianza de la vida y el proceso de reafirmación de la esencia del ser, del aceptar la vida en su continuo “estar siendo vida”.

Runa Kay – Afirmación y proyección de la Sabiduría Cultural: Runa Kay es la expresión y la voluntad profunda de reafirmarse “YO SOY, NOSOTROS SOMOS, ÑUKA PACHAMIKANI, NUKANCHIKMIKANCHI”. Runa Kay es asumir en este tiempo la responsabilidad de ser un nuevo hombre y/o mujer con identidad, expresa la madurez y seguridad de la persona que camina a ser universal y su continuo reproducción del equilibrio. Es una ceremonia de afirmación cultural con jóvenes adolescentes. Es el primer día de aparición del joven que será Tiyu y la joven Tiya, como parte del ciclo de RUNAKAY del auto reafirmarse como un ser Kichwa.

Wara Chikuy: CEREMONIA DE AFIRMACIÓN CULTURAL, es parte de RUNAKAY y es una de iniciación cultural para los niños y niñas en su primer ciclo de vida (7 años), aquí se le viste con su primer traje y su encamina hacia las primeras responsabilidades. Este acto se desarrolla en la piedra sagrada “Achilik Pachakamak” de Peguche.

Tumarina: CEREMONIA DEL RITUAL DEL AGUA Y LAS FLORES: es la esencia de Pawkar. Tumarina es un modo de entrar en comunión entre los seres humanos y la Pachamama. En nuestra vivencia encontramos muchos momentos donde se realiza esta ceremonia de entrar en comunión con el flujo vital que es la naturaleza. Así en el momento de nacimiento nuestros padres nos enseñaron que el primer baño se realiza con agua de vertiente y flores silvestres, luego en el momento del matrimonio hacemos el ñawi mayllay que es una forma simbólica de florecer la vida. Y finalmente en el momento de la muerte el último baño es con agua de romero mezclado con flores. Todos estos momentos de la vida son momentos en que entramos en comunión con el flujo vital de la naturaleza.

Se reúnen todas las mujeres de la comunidad, muy por la madrugada y recolectan flores silvestres y los tuktus de las chakras, de igual forma traen el agua de las diferentes vertientes sagradas. Está mezcla de agua y pétalos de flores reposa en el patio de la casa de cada familia, en actitud de invitación al juego ceremonial recíproco. Aquí los menores van hacia los mayores, los ahijados y ahijadas a los padrinos y madrinas, de los hijos e hijas hacia los padres y madres, de los nietos y nietas hacia los abuelos. Y se continúa con rito colocando el agua con flores en la corona de la cabeza de las personas que íntimamente son representativos. Para colocar se debe pronunciar frases de buen deseo, algo así como: “deseo que su vida florezca como estas flores” Kayguhuanllapash”, demostrando su presencia con humildad.

Una vez realizada el Tumarina entre las familias, todos los ayllus de Peguche se concentran en la Plaza Cultural, llevando agua de vertiente en un pondo con flores, y se dirigen hacia la cancha para compartir con todos los presentes.

WaraChimbachik – Nombramiento del Nuevo Prioste: La Vara, es un símbolo de poder y de gobierno. Para este caso, la Vara es el símbolo de poder que la Comunidad de Peguche le entrega a un miembro de la misma para que organice la celebración de la época del Florecimiento-Pawkar Raymi.

El Varayuk: en Peguche, es una persona importante y respetada por toda la comunidad, es quien durante toda su vida ha practicado la solidaridad, la reciprocidad, ha cumplido con las grandes tareas que la vivencia comunitaria requiere, es quien de manera constante a brindado grandes aportes al desarrollo cultural, económico de la comunidad de Peguche.

Mushuk Varayuk: Se le denomina así, debido a que el penúltimo día de finalizar la Celebración del Pawkar Raymi- época del florecimiento, la comunidad de Peguche, a través de una comisión y de criterios discutidos con anterioridad, designa a la persona a quien se le va a entregar la VARA y esta una vez que coge la Vara, es denominado Mushuk Varayuk.

Feria de Gastronomía Ancestral Andina: Se pretende mostrar la recopilación de la sabiduría alimentaria, recogidos en 4 pueblos de la Provincia de Imbabura (Otavalo, Natabuela, Kayambi, Karanqui y la Nacionalidad AWA), las comunidades indígenas todavía mantienen, disponen y utilizan los productos alimentarios que se produce en sus tierras, y en cada una de las zonas, los mismos que contiene un alto valor nutritivo, medicinal, económico y espiritual, por lo que los antepasados utilizaban en la dieta diaria el zango Api, musguita, uchupatanda en el pueblo Natabuela y chaquitanda en el Pueblo Otavalo, Kuachi (tipo de pan), habas calpu, tinpu api, sara api, caldo de cuy etc,

PARTICIPACIÓN

Comisiones de cada uno de los programas

- Personal de apoyo a la gestión
- Población indígena y mestiza de Peguche.
- Población indígena y mestiza del cantón y la provincia.
- Población nacional y extranjera.
- Deportistas hombres y mujeres

No se encuentran condiciones desfavorables para este atractivo turístico. Año tras año este atractivo turístico ha sido un claro referente a nivel nacional y poco a poco se propaga internacionalmente.

ATRACTIVO TURÍSTICO: Plaza Centenaria o Plaza de Ponchos

CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales

TIPO: Etnografía

SUBTIPO: Ferias y Mercados

IMAGEN N° 15



LUGAR Y FECHA

La feria se realiza en la plaza Centenario todos los días, aunque la feria más grande son los días miércoles y sábados. Desde las 07:00am hasta las 18:00pm.

VARIEDAD DE LOS PRODUCTOS

La actividad de la Plaza de Ponchos está destinada a la comercialización de varios productos artesanales, tanto local, regional, nacional e internacional. La producción artesanal representativa de la feria son los textiles lo que caracteriza a los obrajes de Otavalo, también hay producción artesanal en barro, pintura, madera, bisutería, orfebrería, talabartería, mazapán, cerámica

INSTALACIONES EXISTENTES

La feria se realiza en la plaza Centenario, cuenta con una infraestructura adaptada para la actividad de comercialización. Los puestos de venta son cómodos tanto para el vendedor como para el turista, ya que los productos se exhiben claramente en las callambas que son stands circulares de cemento ubicados en el interior de la Plaza, en el exterior existen puestos de venta de estructura de madera con toldos de tela.

GRUPOS PARTICIPANTES

Hay que destacar que el grupo étnico con mayor representatividad son los Otavalos, existen otros grupos étnicos que también acuden a este lugar como: los Kichwa Cayambis, Kichwa Caranquis, Afro Ecuatorianos, Mestizos, entre otros. Cabe destacar que esta feria también atrae a vendedores de otros países para exhibir sus productos entre ellos

encontramos a los colombianos, peruanos, bolivianos, chilenos, argentinos.

TIPO DE PRODUCTOS

Entre los productos que ofrece esta feria existen: ponchos, bufandas, guantes, sombreros, gorros, camisas, pantalones, mantelería, hamacas, tapices, bolsos, alpargatas, manillas, collares, aretes, ebanistería, vasijas, cuadros, fajas, anacos, alfombras, manteles, sombreros.

La Plaza de Ponchos es importante referente turístico a nivel nacional e internacional, y existe gran afluencia turística por la existencia de esta plaza. Sus condiciones son favorables y gran parte de la producción artesanal de las comunidades de la red Imbakucha finalizan en este sitio.

MANIFESTACIONES CULTURALES

Según Tomas,(2009), las principales culturas que prevalecen en la cabecera cantonal de la red Imbakucha son:

Los KichwaOtavaleños.- Esta cultura está representada por las poblaciones que se encuentran en las siguientes parroquias: San Rafael, Eugenio Espejo, Quichinche, Miguel Egas Cabezas y San Juan de Ilumán siendo la principal actividad de sus pobladores la actividad artesanal principalmente el tejido y la elaboración de esteras.

Los KichwaCayambí.- Esta cultura se encuentra representada en las parroquias de González Suárez y San Pablo del Lago, su principal actividad es la agropecuaria debido a que cuentan con grandes terrenos.

Los Blanco-Mestizos.- representada por la mayoría de la población de las cabeceras parroquiales.

Los Afro-americanos.- En un porcentaje mínimo se encuentran en la parroquia de Selva Alegre.

Otavalo es una ciudad que históricamente ha recibido en forma constante la influencia de culturas externas: desde la época de la colonia con la presencia de los españoles hasta los actuales momentos con la presencia de turistas ha ido evolucionando positivamente la relación social entre las diferentes culturas, existiendo hoy en día una tolerancia racial que permite fluidas relaciones entre los diferentes grupos étnicos y se busca en el futuro cercano llegar a la interculturalidad.

Algunas comunidades indígenas están repartidas en diferentes sectores conocidos como sagrados; como la laguna de San Pablo, alrededor del volcán Imbabura, en los páramos de Mojanda, cerca la cascada de Peguche y Taxopamba y el Lechero.

La mayoría de comunidades se caracterizan por su misticismo como la de Ilumán conocida por sus yachac's, amautas, amuntas, apus, taitas o más conocidos como shamanes quienes han recreado intrínsecamente su sabiduría y espiritualidad andina para con el mundo occidental, a nivel

gastronómico la parroquia de Quichinche se destaca por sus sabrosos cuyes, las comunidades de Carabuela, Peguche, Agato y Quinchuquí sobresalen por sus hermosos telares tradicionales, pero la mejor manera de conocer todos los sitios turísticos que ofrece esta hermosa ciudad es montando bicicleta, caballo o caminando. (Almeida Daniel & Tapia Maria Fernanda, 2013)

FOLCKLORE

El folklore de Otavalo es uno de los más ricos del país y se pone de manifiesto en las costumbres y tradiciones; entre los principales elementos que lo conforman están:

VESTIMENTA

La vestimenta de los otavaleños es la más reconocida entre los demás pueblos. Las prendas que utiliza la mujer otavaleña son las siguientes:

Blusa blanca con encajes y bordados, sobre esta lleva una fachalina puede ser de color negro, blanco, azul o verde oscuro.

Dos anacos uno blanco y otro negro o azul respectivamente con diseños en la parte inferior sujetos en la cintura con dos fajas, la ancha de color rojo se la llama mama chumbi y la delgada de varias tonalidades se la conoce como wawachumbi.

La cabeza se la cubre con una tela negra llamada umawatarina, su cabello lo recoge con una cinta llamada akchachumbi, sus complementos son aretes que generalmente son de color dorado; ya que antiguamente

eran de oro, también utiliza un collar llamado walka. Usa también manillas o también conocidas como makiwatama.

Su calzado consiste alpargatas tejidas a mano de color negro o azul con una base de cabuya o caucho sintético.

El hombre indígena viste de la siguiente manera:

Una camisa blanca o de colores sobre la que lleva un poncho de lana tejido (de dos caras) de colores variados como azul, verde y café, liso a cuadros, un pantalón corto, un sombrero de colores oscuros y claros (este artículo se confecciona de la forma tradicional o moderna en la parroquia de Ilumán). Su cabello es largo y trenzado, esta refleja fuerza. Su calzado consiste en alpargatas blancas con base de cabuya o caucho sintético.

TEJIDOS

Esta actividad nace en el tiempo prehispánico, continúa en la colonia en la que intervienen los indígenas específicamente en los obrajes manteniéndose hasta estos días como un identificador de la zona.

Actualmente existe una fusión de las técnicas y herramientas de origen prehispánico y algunas introducidas por los españoles, por el momento algunas fases de la producción ya no requiere de la mano de obra porque se han mecanizado debido a la gran demanda de las prendas, dando como consecuencia el cambio paulatino de este tradicional trabajo.

La mayor muestra de tejidos constituye el mercado semanal de Otavalo (Plaza de los Ponchos) en la que se puede admirar diferentes técnicas, diseños tradicionales y vanguardistas con múltiples materiales.

En cuanto a los materiales tradicionales se usaba fibras como el algodón, lana y cabuya, pero desde la década de los 60 se introdujo una fibra de origen químico llamado orlón reemplazando de esta manera a la lana convirtiéndose en la principal materia prima utilizada por los indígenas de la región.

Según Tomas, (2009):

“Hace algunos años se utilizaba el de callua, “que es la forma más antigua de tejer; sentado en una estera con una faja apretada en el cinturón y se lo amarra a un palo; Este telar de mano apenas tiene 5 piezas; en esta clase de tejido, la mano es la que trabaja, alza el urdimbre del telar y pasa un envuelto de hilo por medio, y se golpea con una madera. Estos tejidos de callua no se puede comparar con ninguna tela, es un tejido natural hecho a base de mano, es un trabajo lento y costoso”

Cada comunidad se especializa en la confección de cierta indumentaria por ejemplo: la parroquia de San Juan se caracteriza en confeccionar la vestimenta de los novios que consiste en poncho a cuadros, blancos y azules, pañolón de seda bordado para las novias y la ropa para el coraza y los acompañantes; la parroquia de San Pablo confecciona máscara del diablo Huma.

En otras palabras todos los objetos que adquieren los turistas como: sacos, chaquetas, tapices, mochilas, hamacas, bolsos, etc; Por ello se les ha asignado a los otavaleños la mención de maestros en el arte de tejer por su excelente calidad y atractivos diseños. (Almeida Daniel & Tapia Maria Fernanda, 2013)

ARTESANIAS

- **Alfarería:** En la parroquia de San Rafael se elabora diversos utensilios como: tiestos, ollas, platos entre otros.
En el barrio de San Sebastián se modelan floreros, juguetes, cazuelas de diversos colores y decoraciones.
- **Batanería:** En Ilumán se trabaja sombreros de lana de conejo de fieltro duro que se obtiene a base de golpes. Muchas familias de esta parroquia se dedican a elaborar diversas clases de sombreros.
- **Cestería:** Los materiales usados para confeccionar estos productos son la totora, carroza y zuro. El carrizo es utilizado en la zona urbana de Otavalo. La totora la utilizan en las comunidades que se encuentran alrededor de la laguna de San Pablo. El zuro se usa para confeccionar canastas en las comunidades de Quichinche.
- **Cerería:** Actualmente pocas familias se dedican a la elaboración de velas solo para actos religiosos.

- **Carpintería especial:** En las parroquias de Quichinche y San Rafael se trabajan yugos para arar, husos de chonta, ruedas para hilar lanas. etc.
- **Latonería:** En la parroquia de González Suárez se reciclan algunos envases de lata y plástico de los cuales se elaboran armeros, candiles, embutidos y copas.
- **Jarciería:** Quichinche y San Rafael produce cabestros, sogas y tela para cedazos de crin de caballo.
- **Pirotecnia:** En las parroquias de Eugenio Espejo y San Rafael se fabrican castillos, voladores, truenos, etc.
- **Orfebrería:** Se crea una variedad infinita de piezas de metal, como anillos de cobre, aretes de plata, pulseras, joyas en piedras semi preciosas, campanas.
- **Herrería de Forja:** La parroquia de San Rafael se especializa en herramientas agrícolas como: palas, herraduras, candados, llaves.
- **Madera tallada:** La aculturización del pueblo otavaleño también se extiende a los cambios en los productos indígenas ya que algunas artesanías calificadas como propias son en realidad de otros sitios, entre ellos tenemos a los sacos tejidos a mano que en realidad son

elaborados por campesinos azuayos o las figuras de balsa talladas por los indios amazónicos.

El proceso es el siguiente cuando los otavaleños viajan a otros países para vender sus productos aprovechan comprando textiles y artesanías de países como Bolivia, Perú y Panamá y luego las comercializan como nativas engañando al turista que visita Otavalo o cuando viajan a América del Norte o Europa, de esta forma los otavaleños se están convirtiendo rápidamente en los principales intermediarios de artesanías nativas de América Latina.

MÚSICA Y DANZA

Tomas, (2009), explica, diciendo:

“La música expresa el sentimiento del pueblo de Otavalo que canta en honor a las cosechas, a la tierra, a sus dioses, al hombre, a la vida, a la muerte, al dolor y a la alegría. Los instrumentos más representativos son la flauta, el rondador, el pingullo, la quena, el churo, el arpa, la bocina y el violín. Los tres primeros son usados en casamientos, misa de los santos, fiestas de los toros o carnavales; el arpa y el violín en entierros y forma parte del conjunto de instrumentos en la fiesta de San Juan. La ciudad de Otavalo es la cuna de famosos grupos de música folclórica desde la época de los años ochenta, donde la música se constituye en una actividad económica importante y a raíz de ello algunos grupos empiezan a viajar a Europa y Norteamérica alcanzando un gran éxito y a la vez multiplicándose el número de

grupos en las comunidades, de esta manera se consolida la profesión musical como fuente de ingresos. Los precursores fueron los Atahualpa, actualmente entre los grupos más nombrados tenemos a los ÑandaMañachi, Jialli y Mashis. La danza para los Otavaleños es una manifestación de agradecimiento a la madre tierra, al sol y también es la posesión de la energía y fuerza de la naturaleza y de sus dioses. La realizan principalmente en las festividades al ciclo agrícola en la que el maíz es el principal elemento, la más palpables es la fiesta del IntyRaymi donde grupos formados por 5 o 6 danzantes entran bailando a una casa y luego empiezan a imitar voces de ayas (espíritus) para que la gente no los conozcan, todo este ritual tiene un carácter religioso y mágico, en la calle sigue el baile y forman círculos de ayahumas (diablo uma), militares, payasos”

Otavalo ofrece al turista una vasta lista de manifestaciones culturales llenas de ritos, danza o folklore que nos permite conocer la cosmovisión de la cultura reflejada en las comunidades indígenas.

Según la ficha de atractivos culturales del Gobierno Autónomo y Descentralizado de Otavalo entre los acontecimientos programados o manifestaciones culturales más relevantes tenemos:

LA FERIA ARTESANAL DE OTAVALO

Es el principal atractivo turístico de la ciudad de Otavalo; conocido como Plaza de los Ponchos o Plaza Centenario.

Esta, en un principio era un terreno baldío, donde solo se vendían ollas o vasijas por ello fue conocida en antaño como la “Plaza de los Olleritos”, pero con la donación de una organización holandesa (1.973) que se encargó de la concesión del terreno y la infraestructura así surgió la famosa “Plaza de los Ponchos”; la cual, atrae a turistas nacionales y extranjeros durante todo el año.

Esta feria abarca a varios comerciantes que salen a exponer sus artesanías todos los días, pero los sábados la feria se desplaza a las calles aledañas por su magnitud (aproximadamente 3.000 puestos).

Las artesanías que se expenden son de diferentes materiales como tagua, balsa, cuero, barro, moluscos, piedras semi – preciosas, antigüedades, pinturas además de sombreros de paja, réplicas de piezas arqueológicas, tallados en madera o piedra, comercializando también productos de países como: Perú, Chile, Colombia y Bolivia.

ARTESANÍAS DE TOTORA EN HUAYCOPUNGO

Esta se la considera como una manifestación cultural de tipo etnográfico artesanal. Se las puede apreciar solo a 3 Km. de Otavalo exclusivamente en la parroquia de San Rafael, allí se encuentra la organización Totorá Sisa quienes forman parte de la red Imbakucha.

El material principal que usa para las creaciones de estas artesanías es la totora, la cual se cosecha en las orillas del lago San Pablo, de la cual se elabora desde hace mucho tiempo las embarcaciones conocidas como caballitos de totora que utilizan los indígenas para transportarse por

la laguna además se han innovado con varios diseños con esta materia prima.

Además se elaboran esteras que tienen la facultad de aislar el frío y la humedad del suelo, se las coloca para dividir ambientes; los aventadores sirven para avivar el fuego y también se crean elementos decorativos.

Los acabados de estas artesanías son demasiado rústicos pero llamativos para los turistas. Estas artesanías se venden principalmente en la feria artesanal de Otavalo, en la vivienda de los artesanos y a los costados de la carretera desde San Rafael hasta González Suárez.

A más de las artesanías el segundo atractivo es el paisaje que ofrece esta comunidad ya que se encuentra a orillas de la laguna de San Pablo.

2.1.4. Demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los compradores intentan adquirir en el mercado.

Además, existe una demanda que siempre es exógena en los modelos, ya que no está determinada por ninguna circunstancia. Puede ser expresada gráficamente por medio de la curva de la demanda. Su pendiente la determina como aumenta o disminuye la demanda ante una disminución o un aumento del precio u otros factores.

2.1.5. MODELO DE GESTIÓN

Según la siguiente url:

<http://definicion.de/modelo-de-gestion/#ixzz2IDy5ILh9>, (2008-2013), un modelo de gestión:

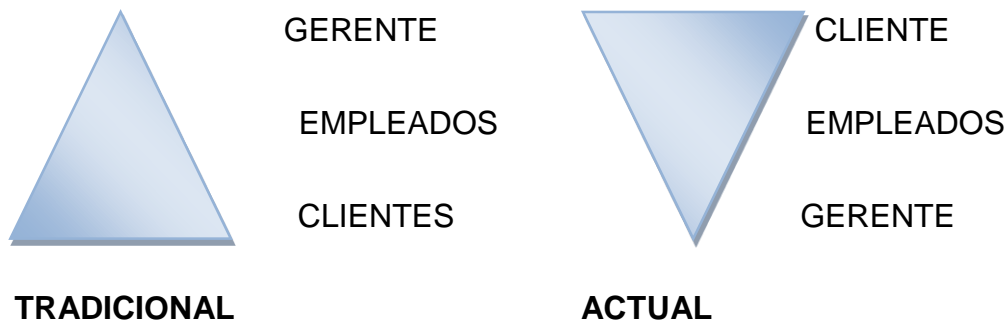
“Es un esquema o marco de referencia para la administración de una entidad. Los modelos de gestión pueden ser aplicados tanto en las empresas y negocios privados como en la administración pública”

Un modelo de gestión permite desarrollar políticas y acciones con el que se pretende alcanzar objetivos.

La misma dirección url, (2008-2013), menciona:

“El modelo de gestión que utilizan las organizaciones públicas es diferente al modelo de gestión del ámbito privado. Mientras el segundo se basa en la obtención de ganancias económicas, el primero pone en juego otras cuestiones, como el bienestar social de la población”

Según Isabel Diéguez; Ana Gueimonde; Ana S. Cantorna; Lidia Blanco, (2011), en su material didáctico Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad, menciona a los modelos de gestión tradicional y actual de la siguiente manera:



Establecen que para entender la competitividad de un destino en el largo plazo es apropiado considerar los siguientes elementos: la ventaja comparativa (recursos endógenos): recursos del destino (recursos humanos, recursos físicos, conocimiento de los recursos, disponibilidad de capital, infraestructura turística, recursos históricos y culturales y tamaño de la economía) y la ventaja competitiva (recursos desplegados): capacidad de utilizar esos recursos de manera eficaz a largo plazo (auditoría e inventario, mantenimiento, crecimiento y desarrollo y eficiencia y eficacia).

2.1. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL

El turismo comunitario es una forma de organizar la actividad turística en la que la comunidad tiene el papel protagonista en su diseño y gestión, y en la que los beneficios obtenidos deben ser repartidos de forma equitativa con sus miembros, cuando se lo desarrolla bajo parámetros de sustentabilidad, permite a las comunidades generar una alternativa para mejorar los ingresos familiares, recuperar y valorizar su cultura e identidad y el manejo sostenible de los recursos naturales.

El turismo comunitario complementa y diversifica los ingresos de las familias campesinas, combate el aislamiento económico, desarrolla capacidad empresarial, contribuye a frenar la migración rural, permite

valorar y recuperar la cultura local y suscita el desarrollo de infraestructura en zonas rurales.

No obstante, este sector debe enfrentar algunas limitaciones como la débil capacidad financiera y una incipiente cualificación en aspectos de turismo y empresariales, además de barreras en cuanto a infraestructura de acceso, comunicación y servicios básicos, que caracterizan muchas zonas rurales y suponen una desventaja comparativa en términos de competitividad.

La falta de desarrollo de este sector se debe principalmente a la falta de gestión de sus representantes, ya que muchas veces solo esperan recibir ayuda gubernamental olvidándose de la autogestión y también a la poca planificación de parte de los gobiernos locales en cuanto al desarrollo turístico, ya que muchas veces solo se limitan a cumplir con programas que no benefician a las comunidades y que son implementados simplemente por cumplir con una obligación económica por la asignación de presupuestos estatales, maquillando así su pobre gestión y planeación estratégica en cuanto a turismo.

2.3. GLOSARIO DE TÉRMINOS

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

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

- **AMBIENTE.-** Condiciones o circunstancias físicas, humanas, sociales, culturales, etc., que rodean a las personas, animales o cosas.
- **ARMONÍA.-** Unión y combinación de varios elementos que conllevan la correspondencia de unas cosas con otras como alcanzando un equilibrio.
- **ASOCIACIONES EMPRESARIALES.-** Son agrupaciones de empresas cuya finalidad es representar al conjunto de sus miembros protegiendo sus intereses y actuar de forma conjunta en procesos de negociación de interés común.
- **COSTUMBRE.-** Hábito adquirido conjunto de inclinaciones y de usos que forman el carácter distintivo de una nación o de una persona.
- **COSMOVISIÓN.-** Manera de ver e interpretar el mundo.
- **CULTURA TURÍSTICA.-** Conjunto de actitudes y comportamientos de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turistas a través de la hospitalidad y comprensión.
- **DESARROLLO TURÍSTICO SUSTENTABLE.-** Se define como un modelo para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, brindando al visitante una experiencia de alta calidad y a su vez manteniendo la calidad del ambiente.

- **EMPÍRICO.-** Perteneiente o relativa a la experiencia, todo lo que se realiza es fundado en ella sin un conocimiento técnico.
- **ENDOCULTURACIÓN.-** Es cuando un sujeto o una comunidad se apropia de ciertas características culturales de otro individuo u otra sociedad.
- **ESTACIONALIDAD TURÍSTICA:** Época del año donde se concentran las masas, consecuencia de la acumulación de los flujos turísticos o demanda turística, provocándose así las temporadas altas y bajas.
- **EXCURSIONISTAS:** Visitantes temporales que permanecen menos de 24 horas (excluyendo viajeros en tránsito).
- **FOLKLORE.-** Conjunto de creencias, costumbres, artesanías, etc., tradicionales de un pueblo.
- **IDENTIDAD.-** Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás. Conciencia que una persona tiene de ser ella misma y distinta a las demás.
- **INFRAESTRUCTURA.-** Parte de una construcción que está bajo el nivel del suelo. Conjunto de elementos o servicios que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de una organización cualquiera. Infra-estructura aérea, social, económica.

- **MÍSTICA.-** Parte de la teología que trata de la vida espiritual y contemplativa y del conocimiento y dirección de los espíritus.
- **OCUPACIÓN TURÍSTICA.-** Corresponde al uso o aprovechamiento al que puede someterse un área con un cierto nivel de acondicionamiento y durante un período especificado de tiempo sin que se origine un daño excesivo, ni para el medio ambiente físico, ni para la calidad de la experiencia del visitante.
- **PATRIMONIO TURÍSTICO.-** Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan.
- **POTENCIAL.-** Que tiene la virtud o eficacia de otras y equivale a ellas o superiores que guarda una inmensa riqueza que debe ser explotada de buena manera.
- **PLANIFICACION TURISTICA.-** Determinación anticipada de los sucesos turísticos por medio de la disposición de ideas y acciones, encaminadas a lograr en forma concatenada metas señaladas de antemano dentro de un proceso sistemático y coherente.
- **SEGMENTO DE MERCADO.-** Diversas categorías de visitantes potenciales, divididos por criterios demográficos (por ej., edad, renta, procedencia), intereses específicos o procedencia de viaje.

- **TRADICIÓN.-** Comunicación de hechos históricos y elementos socioculturales de generación en generación.
- **VISITANTE.-** Persona que viaja por un periodo no superior a 12 meses a un país diferente en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo personal de visita no es de ejercer una actividad lucrativa en el país visitado.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Diseño de investigación

La presente investigación se enmarca en el diseño no experimental.

3.2. Tipo de investigación

En lo que tiene que ver con la intensidad del estudio, el trabajo investigativo se define como **investigación descriptiva**, es decir, la descripción de los hechos tal como se encuentran al momento. Con este propósito se ha recurrido al auxilio de la investigación documental y de campo. Además, en base a los resultados obtenidos se estructurará una propuesta alternativa para la corrección o mejoramiento de la problemática identificada.

3.3. Métodos de investigación

3.3.1. Método Inductivo-Deductivo

Se realizó un diagnóstico de los componentes del sistema de manejo y gestión del turismo comunitario realizada por la red Imbakucha, para estructurar una visión general acerca de estos procesos. Se identificaron los diferentes niveles de preocupación que permitieron particularizar las diferentes necesidades.

3.3.2. Método Analítico-Sintético

Se ha utilizado este método para análisis de cada una de las partes o elementos, pertenecientes a la realidad de la red de turismo comunitario Imbakucha, observando sus causas, naturalezas y efectos. Se aplicó en la recopilación, ordenamiento y tabulación de los datos obtenidos en la investigación para diagnosticar efectivamente la situación existente. Esta información permitió proponer una estrategia para mejorar el manejo y la gestión del turismo comunitario de la red Imbakucha.

3.4. Técnicas e Instrumentos

Las técnicas utilizadas fueron: encuestas, entrevistas y observación de campo. Los instrumentos aplicados: formulario (semiestructurado) de entrevista, cuestionario para la encuesta, ficha de observación.

Se aplicó una encuesta a una muestra de la población; misma que estuvo conformada por directores que están encabezando proyectos vigentes en la red, y a turistas; ellos brindaron información referente al panorama actual, y el real desenvolvimiento del turismo comunitario en la red Imbakucha. El formato de encuesta contuvo preguntas cerradas que facilitaron la tabulación de datos.

Se realizó una observación de campo, lo que permitió obtener información desde el lugar de estudio; para ello, se utilizó como instrumento una ficha de observación, donde se tomó nota de los aspectos importantes que se desarrollaban en el interior de las

comunidades. Esto sirvió de gran ayuda al momento de analizar e interpretar los datos, por poseer un respaldo escrito fiable.

Por último, se realizaron entrevistas a expertos y principales ofertantes turísticos por estar más inmiscuidos en el ámbito turístico; facilitando así, el análisis de la situación actual de la gestión y desarrollo del turismo comunitario en el área estudiada.

3.3.1. Validez y confiabilidad de los instrumentos

Los instrumentos: guía de entrevista, cuestionario, diario de campo, y ficha de observación, se constituyeron de acuerdo a las normas y técnicas de la operacionalización de variables; y fueron validados por tres expertos en el ámbito turístico.

3.4. Población o Universo

La investigación estuvo enfocada a dos sectores de la población: jefes de familia de las diferentes comunidades investigadas, expertos y empresarios turísticos de entidades públicas y privadas que se encuentran involucrados en la actividad turística en la Red Imbakucha, cantón Otavalo.

Para determinar la población se utilizó la información proporcionada por el Departamento de Desarrollo Económico y Social del Municipio de Otavalo, la investigación tuvo como población de estudio a los

propietarios y participantes de las pequeñas y medianas empresas del sector involucrado en el turismo comunitario de la red Imbakucha, se determinó que existen 9384 pobladores que participan tanto de servicios, comercio y manufactura.

3.5. Muestra para moradores

FORMULA PARA EL CÁLCULO

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

CÁLCULO DE LA MUESTRA

Siendo: **n**= el tamaño de la muestra a calcular

N= 9384 pobladores que integran la red de turismo

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

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

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

$$n = \frac{1,96^2 * 9384 * 0,25^2}{0,05^2 (9384 - 1) + 1,96^2 * 0,25^2}$$

$$n = \frac{9012,3936}{24,4179}$$

n= 369

Luego del cálculo, se obtuvo que el tamaño de la muestra es de 369 encuestas, las mismas que se distribuyeron de la siguiente manera:

POTENCIALES ENCUESTADOS (Hombres y mujeres)			TOTAL
COMUNIDAD	JOVENES	ADULTOS MAYORES	
Pijal, Cachiviro, Huayco Pungo, Cuatro Esquinas, Tocagón	85	75	160
Unión de Comunidades Indígenas de San Rafael de la Laguna	57	50	107
Empresa comunitaria artesanal "Titora Sisa" y asociación artesanal "HUARMI MAKI"	52	50	102
TOTAL			369

Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

3.6. Muestra para visitantes o turistas

Así mismo se obtuvo una población de 3128 visitantes, de los cuales se obtuvo una muestra, siendo la siguiente:

FORMULA PARA EL CÁLCULO

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

CÁLCULO DE LA MUESTRA

Siendo: **n**= el tamaño de la muestra a calcular

N= 3128 pobladores que integran la red de turismo

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

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

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

$$n = \frac{1,96^2 * 3128 * 0,25^2}{0,05^2(3128-1) + 1,96^2 * 0,25^2}$$

$$n = \frac{9012,3936}{24,4179}$$

$$n = 123$$

Luego del cálculo, se obtuvo que el tamaño de la muestra es de 123 encuestas, las mismas que se distribuyeron de la siguiente manera:

POTENCIALES ENCUESTADOS (Hombres y mujeres)			TOTAL
COMUNIDAD	JOVENES	ADULTOS MAYORES	
Pijal, Cachiviro, Huayco Pungo, Cuatro Esquinas, Tocagón	28	25	53
Unión de Comunidades Indígenas de San Rafael de la Laguna	19	17	36
Empresa comunitaria artesanal "Titora Sisa" y asociación artesanal "HUARMI MAKI"	17	17	34
TOTAL			123

Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Los datos obtenidos de la aplicación de los instrumentos de investigación fueron ingresados al programa computacional Excel, de lo que resultaron los datos estadísticos y porcentajes, que reflejan la situación actual de la gestión y desarrollo del turismo comunitario en la Red Imbakucha, cantón Otavalo; enfocada a tres segmentos de opinión muy importantes que son turistas, comuna y entidades públicas.

TABULACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MORADORES DE LA RED IMBAKUCHA, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

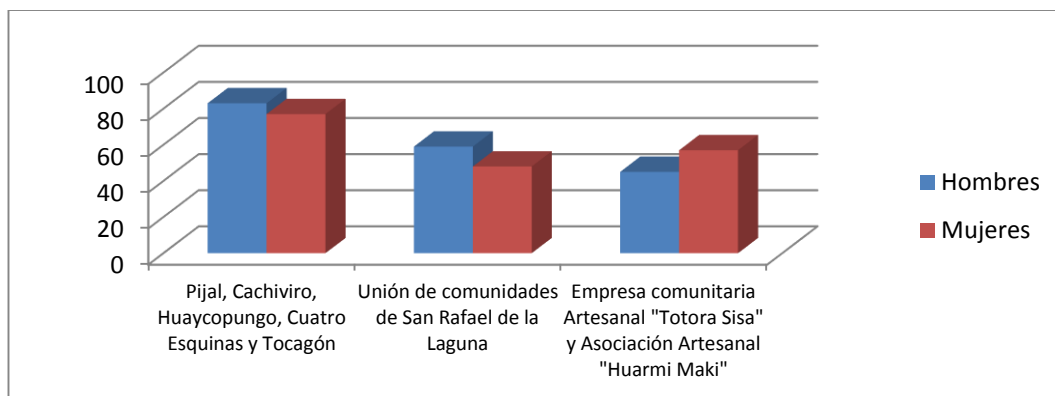
CUESTIONARIO

1.- Sexo

TABLA N° 1

	Hombres	Mujeres	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	83 (52%)	77 (48%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	59 (55%)	48 (45%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totorá Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	45 (44%)	57 (56%)	102
Total	187	182	369

GRÁFICO N° 1



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

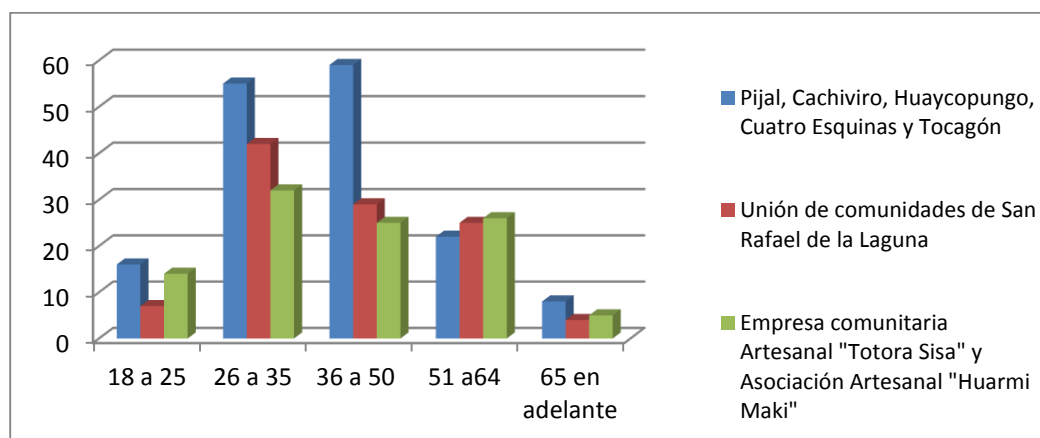
ANÁLISIS DE RESULTADOS: En las comunidades de Pijal, Cachiviro, Huayco Pungo, Cuatro Esquinas y Tocagón la cantidad de hombres es superior, pero mínima en relación al sexo femenino. En la Unión de Comunidades de San Rafael de la Laguna la cantidad de hombres es ligeramente superior al de mujeres. En la empresa comunitaria artesanal Totorá Sisa y en la Asociación Artesanal Huarmi Maki existe un predominio en número del sexo femenino en relación al sexo masculino.

2. Edad

TABLA N° 2

	18 a 25 años	26 a 35 años	36 a 50 años	51 a 64 años	65 años en adelante	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	16 (10%)	55 (34%)	59 (37%)	22 (14%)	8 (5%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	7 (7%)	42 (39%)	29 (27%)	25 (23%)	4 (4%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Tatora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	14 (14%)	32 (30%)	25 (25%)	26 (26%)	5 (5%)	102
Total	37	129	113	73	17	369

GRÁFICO N° 2



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

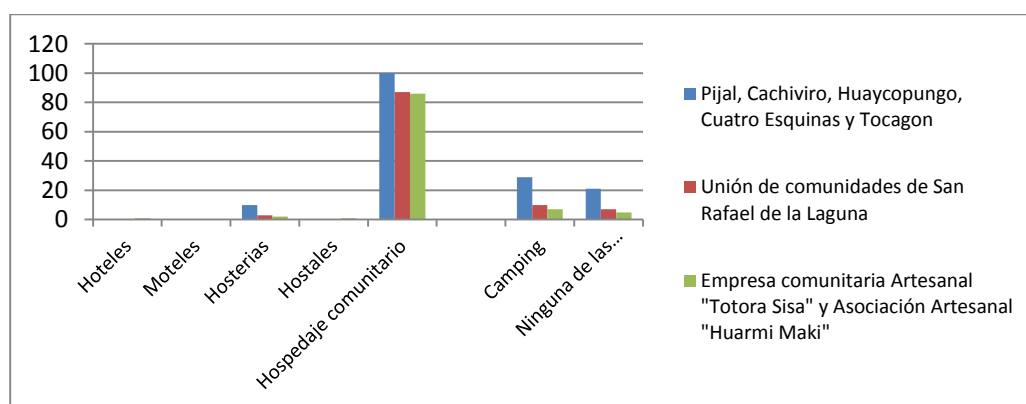
ANÁLISIS DE RESULTADOS: La mayoría de personas encuestadas correspondan a edades adultas, con criterio definido, lo que garantiza la realización de un proyecto determinado.

3. Identifique los establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad

TABLA N° 3

	Hoteles	Moteles	Hosterías	Hostales	Hospedaje comunitario	Camping	Ninguna de las anteriores	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagon	0 (0%)	0 (0%)	10 (6%)	0 (0%)	100 (63%)	29 (18%)	21 (13%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	0 (0%)	0 (0%)	3 (3%)	0 (0%)	87 (81%)	10 (9%)	7 (7%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	1 (1%)	0 (0%)	2 (2%)	1 (1%)	86 (84%)	7 (7%)	5 (5%)	102
Total	1	0	15	1	273	46	33	369

GRÁFICO N° 3



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

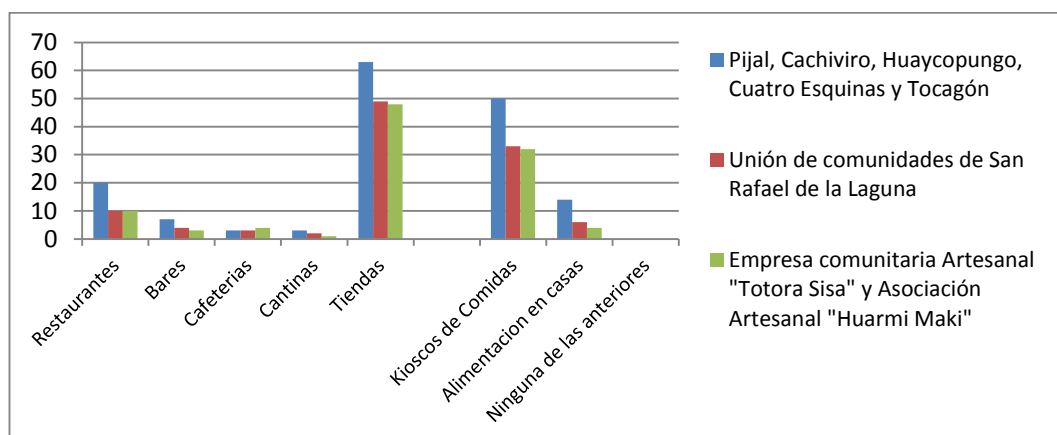
ANÁLISIS DE RESULTADOS: El hospedaje comunitario es una gran alternativa turística dentro de las comunidades que conforman la red Imbakucha. Existen otros establecimientos de alojamiento en menor número, y los más importantes como los hoteles no existen o muy pocos.

4. Identifique los establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad

TABLA N° 4

	Restaurantes	Bares	Cafeterías	Cantinas	Tiendas	Kioscos de Comidas	Alimentación en casas	Ninguna de las anteriores	Total
Pijal, Cachiviro, Huayco Pungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	20 (13%)	7 (4%)	3 (3%)	2 (2%)	63 (39%)	50 (31%)	14 (9%)	0 (0%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	10 (9%)	4 (4%)	3 (3%)	2 (2%)	49 (46%)	33 (31%)	6 (5%)	0 (0%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Tatora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	10 (10%)	3 (3%)	4 (4%)	1 (1%)	48 (47%)	32 (31%)	4 (4%)	0 (0%)	102
Total	40	14	10	6	160	115	24	0	369

GRÁFICO N° 4



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

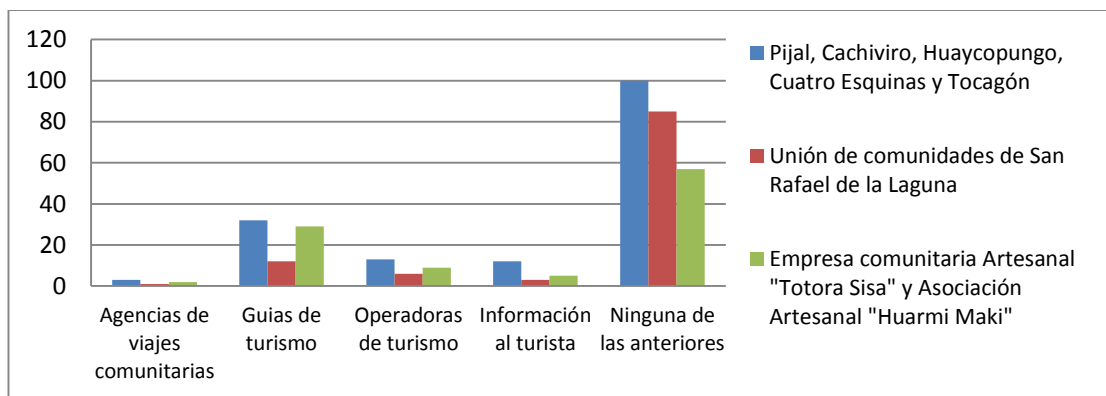
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Los establecimientos de alimentación existen en variedad, pero solamente unos pocos en cantidad. Es importante el acrecentamiento de establecimientos de alimentos y bebidas con el fin de satisfacer mayormente las necesidades turísticas nacionales y extranjeras.

5. ¿Cuáles de los siguientes establecimientos y servicios, usted reconoce, dentro de la red Imbakucha?

TABLA N° 5

	Agencias de viajes comunitarias	Guías de turismo	Operadoras de turismo	Información al turista	Ninguna de las anteriores	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	3 (2%)	32 (20%)	13 (8%)	12 (7%)	100 (63%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	1 (1%)	12 (11%)	6 (6%)	3 (3%)	85 (79%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Tatora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	2 (2%)	29 (28%)	9 (9%)	5 (5%)	57 (56%)	102
Total	6	73	28	20	242	369

GRÁFICO N°5



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

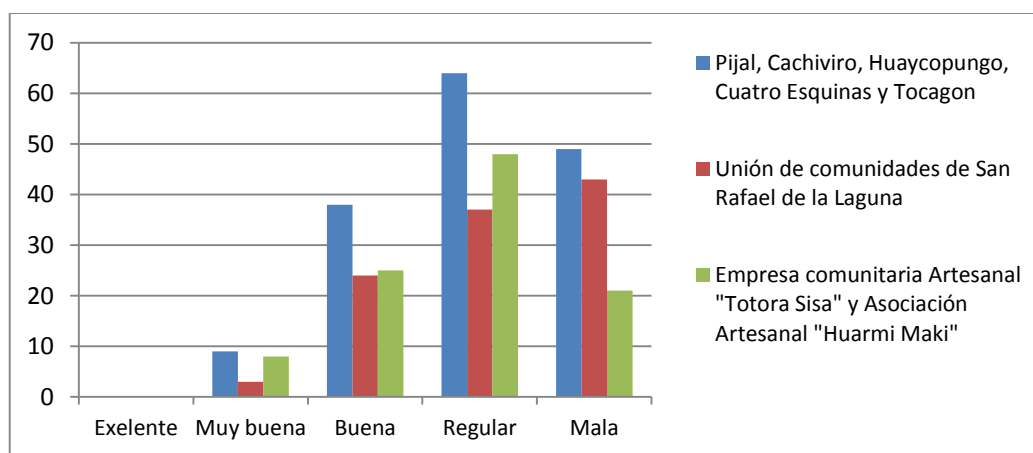
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Toda entidad o actividad relacionada con el turismo no es lo suficientemente reconocida por parte de los moradores de la red Imbakucha y para reconocer a una zona como potencia turística es necesario que los componentes que hacen referencia al turismo sean ampliamente reconocidos.

6. ¿En qué condiciones se encuentran las vías de acceso a las comunidades que forman parte de la red de turismo comunitario Imbakucha?

TABLA N° 6

	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagon	0 (0%)	9 (5%)	38 (24%)	64 (40%)	49 (31%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	0 (0%)	3 (3%)	24 (22%)	37 (40%)	43 (35%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totorá Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	0 (0%)	8 (8%)	25 (20%)	48 (47%)	21 (25%)	102
Total	0	20	87	149	113	369

GRÁFICO N°6



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

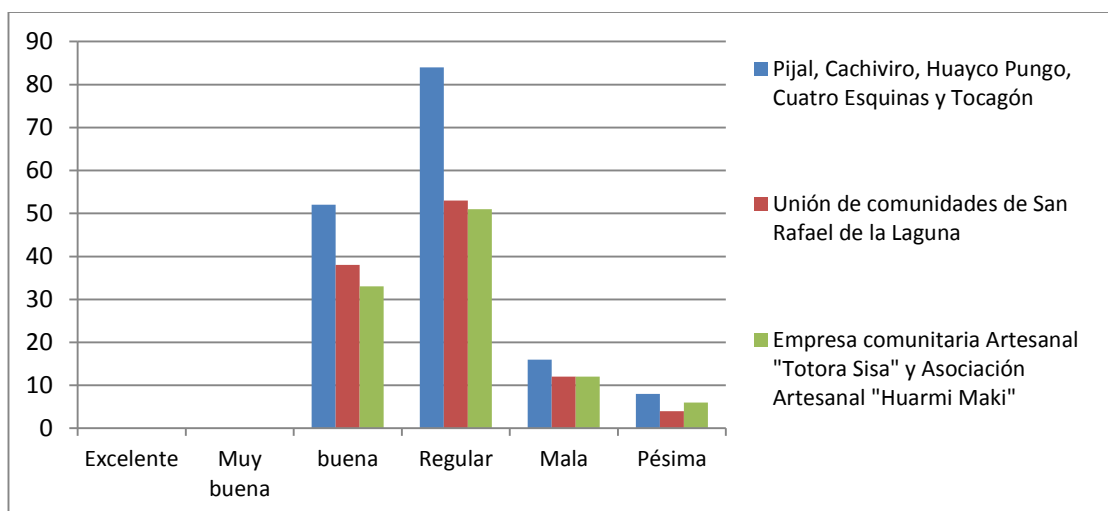
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Las vías de acceso a la red Imbakucha no se encuentran en estado apropiado, por lo que claramente puede disminuir la entrada de vehículos a la zona. Las vías de acceso a un lugar turístico deben estar en condiciones apropiadas para incrementar la afluencia turística.

7. ¿Cómo calificaría usted a la señalización vial que se encuentra en las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha?

TABLA N° 7

	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Pésima	Total
Pijal, Cachiviro, HuaycoPungo, Cuatro Esquinas y Tocagon	0 (0%)	0 (0%)	52 (33%)	84 (53%)	16 (10%)	8 (4%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	0 (0%)	0 (0%)	38 (36%)	53 (50%)	12 (11%)	4 (3%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Tотора Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	0 (0%)	0 (0%)	33 (32%)	51 (50%)	12 (12%)	6 (6%)	102
Total	0	0	123	188	40	18	369

GRÁFICO N°7



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

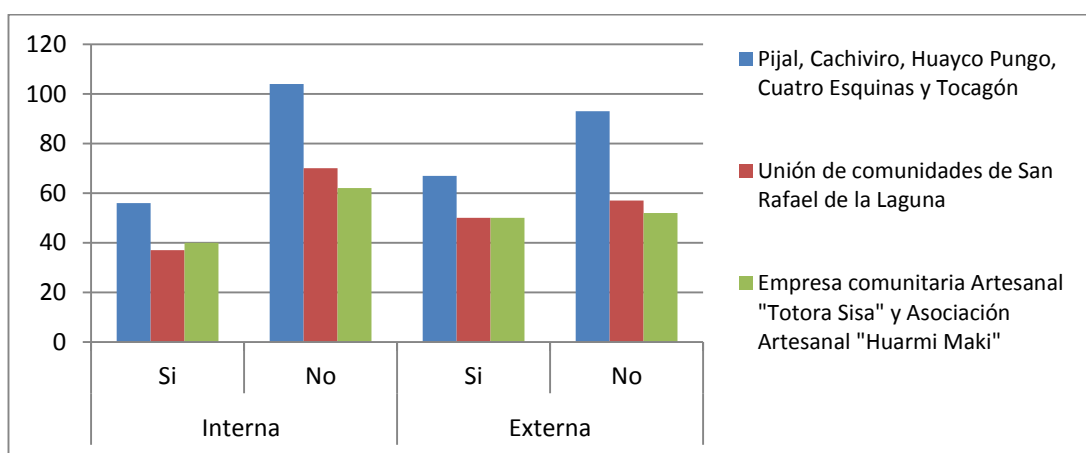
ANÁLISIS DE RESULTADOS: La señalización vial es importante para la adecuada conducción vehicular por parte de toda persona que visite la red de turismo comunitario Imbakucha.

8. ¿Existe señalización turística en la red de turismo comunitario Imbakucha?

TABLA N° 8

	Interna		Externa		Total por señalización
	Si	No	Si	No	
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagon	56 (35%)	104 (65%)	67 (58%)	93 (42%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	41 (38%)	66 (62%)	49 (46%)	58 (54%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totorá Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	35 (34%)	67 (66%)	48 (47%)	54 (53%)	102
Total	132	237	164	205	369

GRÁFICO N°8



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

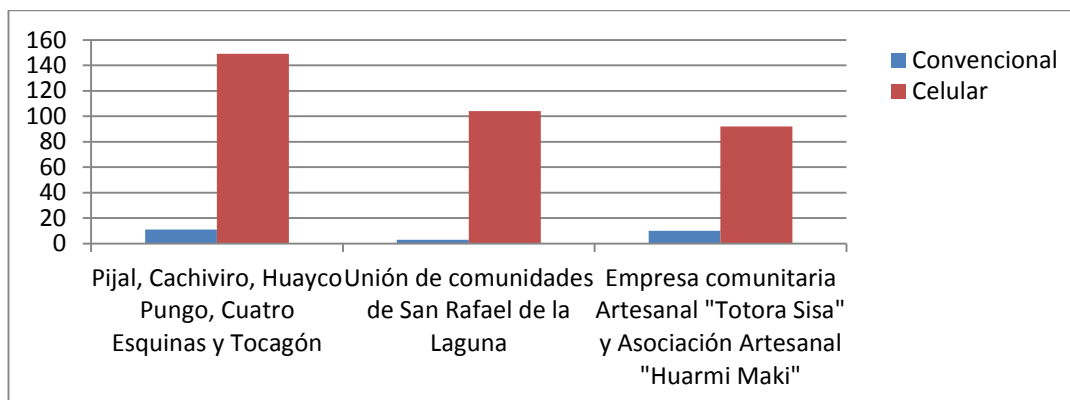
ANÁLISIS DE RESULTADOS: La señalización turística dentro de la red es limitada. Existen sectores donde está vigente este beneficio y en otros no lo está; o existe, pero de manera deteriorada. Se debería actuar oportunamente en este aspecto, a fin de mejorar o acrecentar la actividad turística dentro de toda la zona de Imbakucha.

9. ¿Qué tipo de servicio telefónico usted posee?

TABLA N° 9

	Convencional	Celular	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagon	11 (7%)	149 (93%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	3 (3%)	104 (97%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	10 (10%)	92 (90%)	102
Total	24	345	369

GRÁFICO N° 9



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

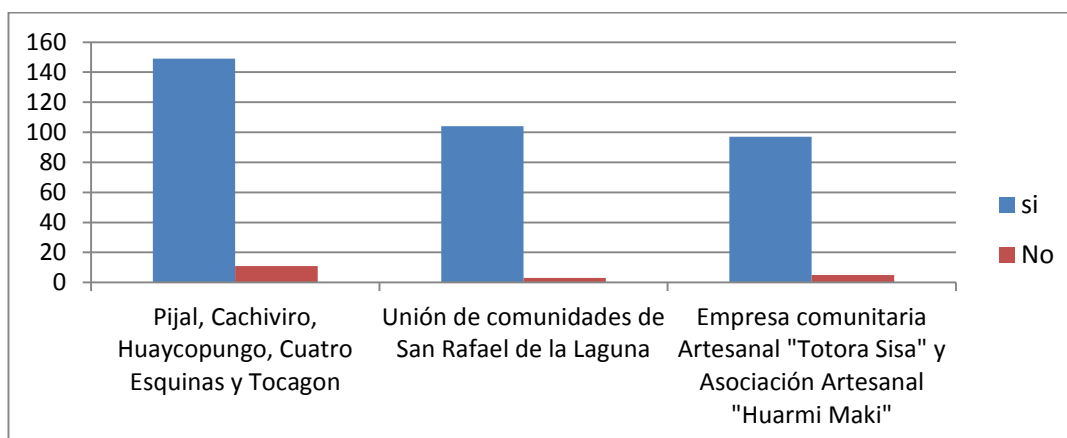
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Se posee acceso a la telefonía; y hoy en día el celular es un instrumento muy práctico, efectivo, de alta tecnología y económico, que garantiza la comunicación oportuna dentro de la red Imbakucha, por parte de todos sus usuarios.

10. ¿Existen servicios de internet dentro de la red Imbakucha?

TABLA N° 10

	SI	NO	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	149 (93%)	11 (7%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	104 (97%)	3 (3%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	97 (95%)	5 (5%)	102
Total	350	19	369

GRÁFICO N°10



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

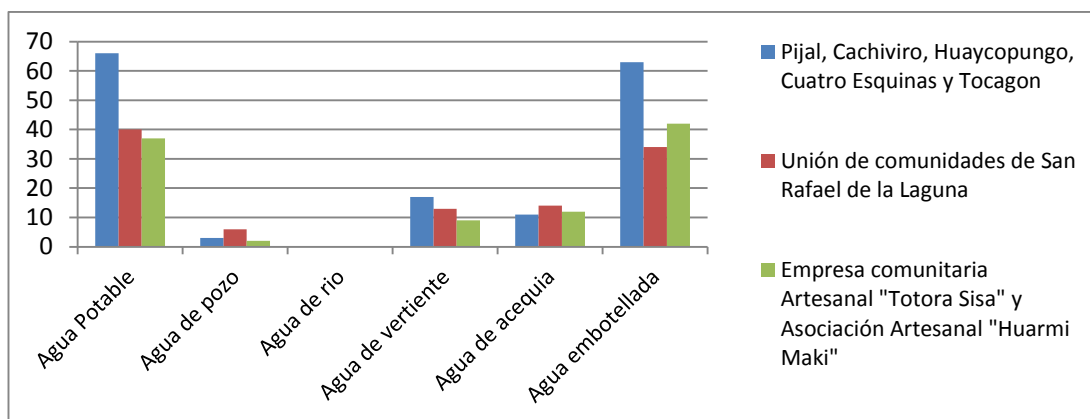
ANÁLISIS DE RESULTADOS: En base a estos resultados, se observa que cuentan con este servicio en forma significativa; sin embargo, existen ciertos sectores en donde no se tiene acceso a internet por tanto no es utilizado.

11. ¿Qué tipo de agua usted consume con mayor frecuencia?

TABLA N° 11

	Agua Potable	Agua de pozo	Agua de rio	Agua de vertiente	Agua de acequia	Agua embotellada	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagon	66 (41%)	3 (2%)	0 (0%)	17 (11%)	11 (7%)	63 (39%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	40 (37%)	6 (6%)	0 (0%)	13 (12%)	14 (13%)	34 (32%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Tatora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	37 (36%)	2 (2%)	0 (0%)	9 (9%)	12 (12%)	42 (41%)	102
Total	143	11	0	39	37	139	369

GRÁFICO N° 11



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

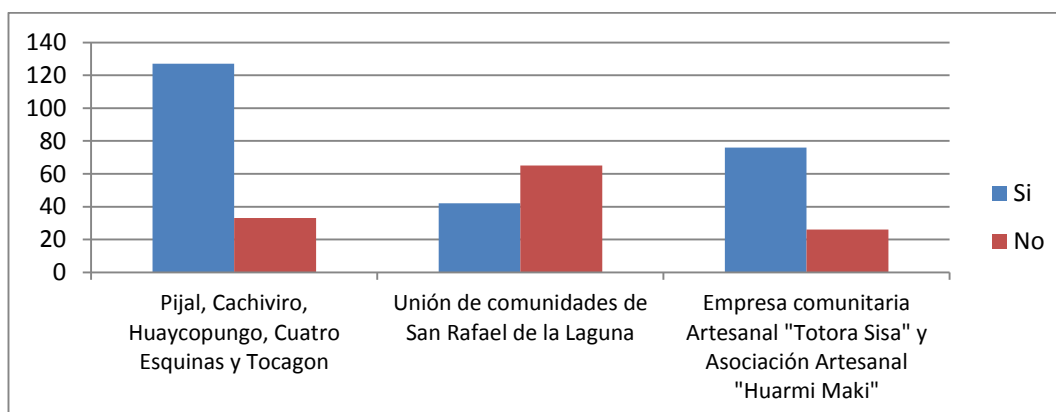
ANÁLISIS DE RESULTADOS: En su mayoría, los moradores que viven en cada una de las comunidades consumen agua potable, favoreciendo así en los índices de salubridad.

12. ¿Existe sistema de alcantarillado dentro de la red Imbakucha?

TABLA N° 12

	SI	NO	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	127 (79%)	33 (21%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	42 (39%)	65 (61%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Tотора Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	76 (75%)	26 (25%)	102
Total	245	124	369

GRÁFICO N°12



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

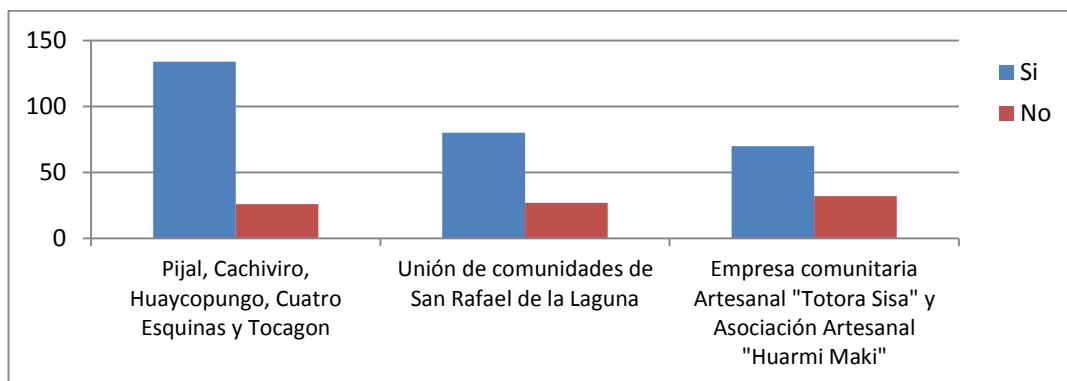
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Cuando un posible turista conoce la inexistencia de este servicio en las comunidades de Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas, Tocagón, Empresa comunitaria Artesanal "Tотора Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki", así lo sea de manera parcial, provocaría cambios en su decisión de dónde realizar turismo.

13. ¿Existe servicio de energía eléctrica dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha?

TABLA N° 13

	Si	No	Total
Pijal, Cachiviro, HuaycoPungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	134 (84%)	26 (16%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	80 (75%)	27 (25%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	70 (69%)	32 (31%)	102
Total	284	85	369

GRÁFICO N° 13



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

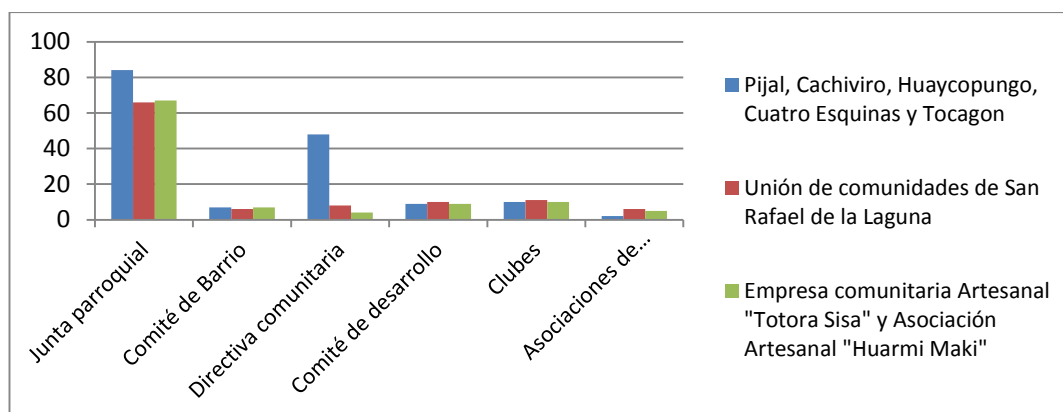
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Dicho servicio abarca gran parte de las comunidades; sin embargo, existen sitios sin este beneficio, lo que provocaría cambios en los recorridos turísticos nocturnos.

14. Reconozca las organizaciones que tiene la red de turismo comunitario Imbakucha

TABLA N° 14

	Junta parroquial	Comité de Barrio	Directiva comunitaria	Comité de desarrollo	Clubes	Asociaciones de turismo	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	84 (53%)	7 (4%)	48 (30%)	9 (6%)	10 (6%)	2 (1%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	66 (62%)	6 (6%)	8 (7%)	10 (9%)	11 (10%)	6 (6%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	67 (66%)	7 (7%)	4 (4%)	9 (9%)	10 (10%)	5 (5%)	102
Total	217	20	60	28	31	13	369

GRÁFICO N°14



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

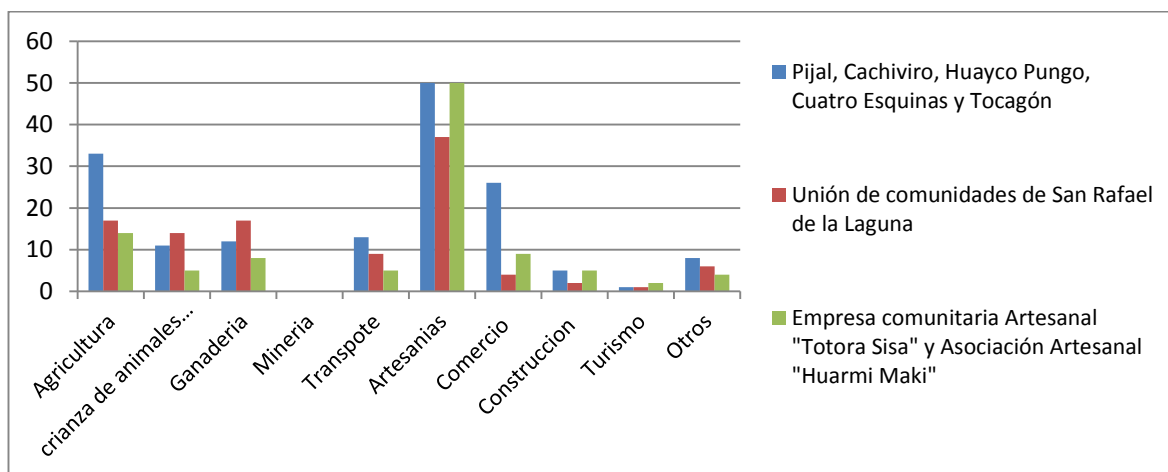
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Se evidencia la existencia de diferentes niveles organizativos enmarcados en la nueva normativa vigente, existe una asociación de turismo a la cual se debe apoyar y fortalecer para impulsar esta actividad en la red.

15. ¿Qué actividad económica usted realiza?

TABLA N° 15

	Agricultura	Crianza de animales menores	Ganadería	Minería	Transporte	Artesanías	Comercio	Construcción	Turismo	Otros	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	33 (21%)	11 (8%)	12 (8%)	0 (0%)	13 (8%)	50 (31%)	26 (16%)	6 (2%)	1 (1%)	8 (5%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	17 (18%)	14 (13%)	17 (16%)	0 (0%)	9 (8%)	37 (38%)	4 (4%)	2 (2%)	1 (1%)	6 (6%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	14 (14%)	5 (5%)	8 (8%)	0 (0%)	5 (5%)	50 (49%)	9 (9%)	5 (5%)	2 (2%)	4 (4%)	102
Total	64	30	37	0	27	137	39	13	4	18	369

GRÁFICO N°15



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

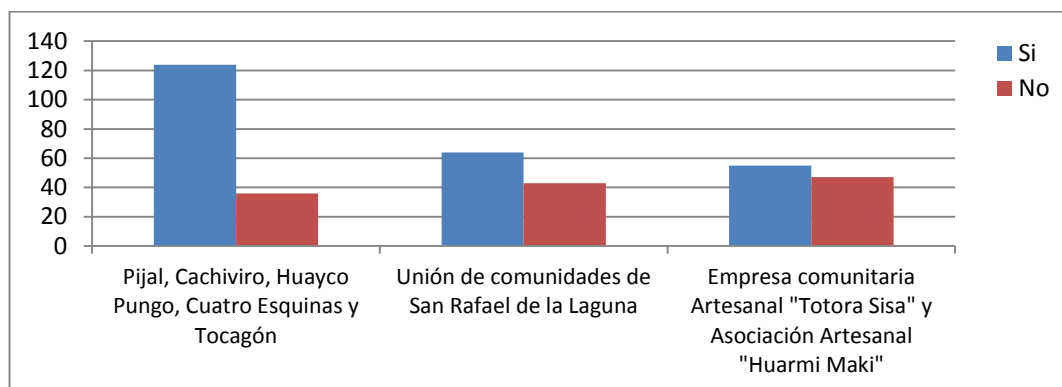
ANÁLISIS DE RESULTADOS: La artesanía es la actividad económica principal que realizan los moradores de la red, esta actividad se constituye en la principal fuente de ingresos.

16. ¿Considera usted a la red de turismo comunitario Imbakucha como un atractivo turístico?

TABLA N° 16

	Si	No	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	124 (78%)	36 (22%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	64 (60%)	43 (40%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	55 (54%)	47 (46%)	102
Total	243	126	369

GRÁFICO N°16



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

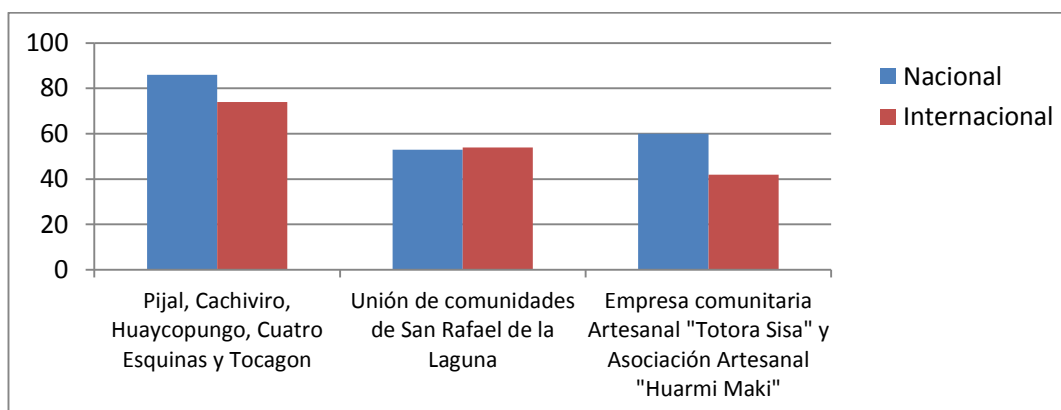
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Los datos demuestran que los moradores de las comunidades sí le consideran a la red como un atractivo turístico, pero es necesario realizar una gestión turística eficiente, a fin de que el número de turistas crezca de manera significativa, tanto para la visita nacional como extranjera.

17. ¿Qué tipo de turista viene a su comunidad con mayor frecuencia?

TABLA N° 17

	Nacional	Internacional	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagon	86 (54%)	74 (46%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	53 (49%)	54 (51%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Tatora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	60 (59%)	42 (41%)	102
Total	199	170	369

GRÁFICO N°17



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

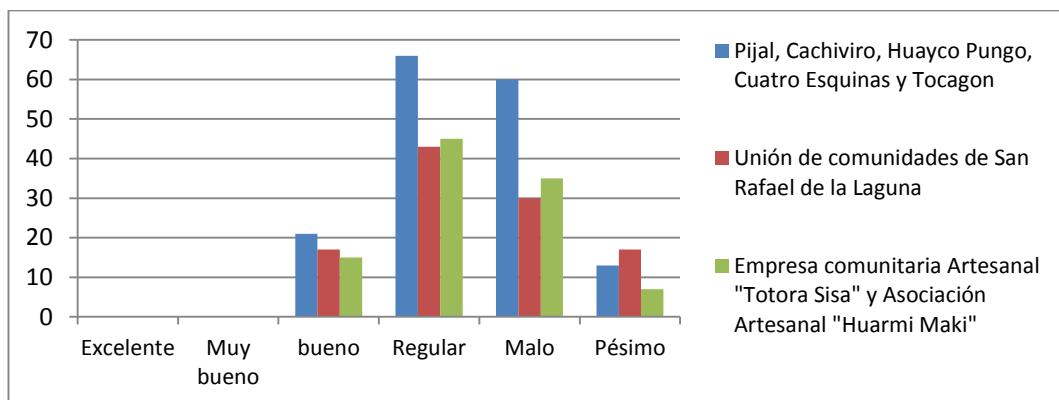
ANÁLISIS DE RESULTADOS: El turista internacional prioriza su visita hacia otros destinos dentro del Ecuador, que cuentan con un nivel de gestión turística mucho más alto que el vigente en las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha.

18. Según su apreciación, califique el nivel de gestión de turismo comunitario por parte de las autoridades, dirigentes o personas que están al frente de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha.

TABLA N° 18

	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Mala	Pésima	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	0 (0%)	0 (0%)	21 (13%)	66 (41%)	60 (38%)	13 (8%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	0 (0%)	0 (0%)	17 (16%)	43 (40%)	30 (28%)	17 (16%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Tотора Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	0 (0%)	0 (0%)	15 (15%)	45 (44%)	35 (34%)	7 (7%)	102
Total	0	0	53	154	125	37	369

GRÁFICO N°18



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

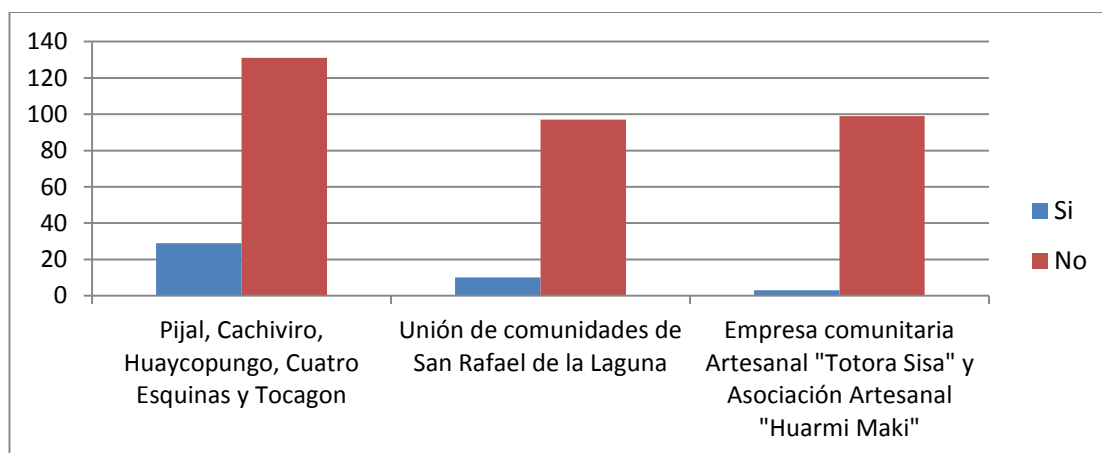
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Las comunidades pueden percibir la ineficiente gestión y el escaso desarrollo en el turismo comunitario. Una ineficiente gestión no permite un adecuado desarrollo, pero es importante adecuarla con el fin de que exista desarrollo permanente, influyendo en el futuro llamado turístico.

19. Dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha, ¿existen normas y reglamentos aplicados a la actividad turística?

TABLA N° 19

	SI	NO	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagon	29 (18%)	131 (82%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	10 (9%)	97 (91%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	3 (3%)	99 (97%)	102
Total	42	327	369

GRÁFICO N° 19



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

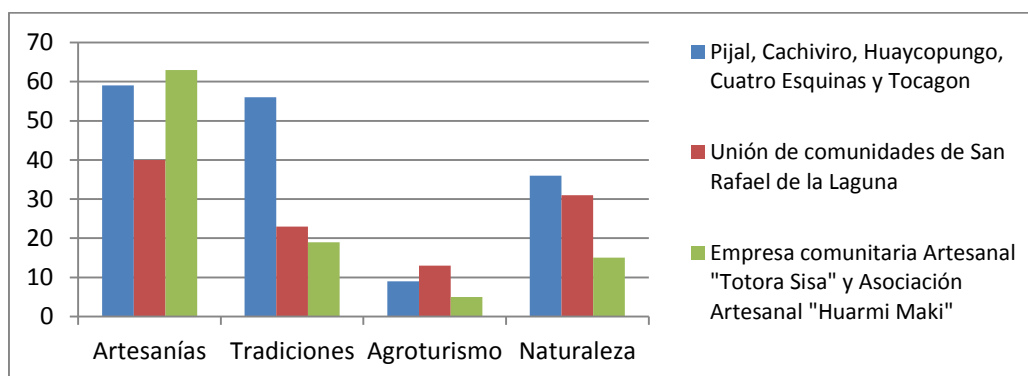
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Las comunidades no se hayan fortalecidas turísticamente, debido a la escasez de normas y reglamentos que son esenciales en cualquier ámbito de desarrollo.

20. ¿Cuáles, cree usted, son los principales motivos por los cuales los turistas visitan las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha?

TABLA N° 20

	Artesanías	Tradiciones	Agroturismo	Naturaleza	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	59 (37%)	56 (35%)	9 (6%)	36 (22%)	160
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	40 (37%)	23 (21%)	13 (12%)	31 (29%)	107
Empresa comunitaria Artesanal "Tatora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	63 (62%)	19 (19%)	5 (5%)	15 (15%)	102
Total	162	98	27	82	369

GRÁFICO N°20



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

ANÁLISIS DE RESULTADOS: El paisaje imbabureño, particularmente propiedad de las comunidades de Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón, la Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna, la Empresa comunitaria Artesanal "Tatora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki", siempre se ha caracterizado por su belleza y autenticidad que hacen el llamado al turista, el cual hace uso, también, del resultado de las manos artesanales activas en el día a día.

4.2. TABULACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS Y VISITANTES QUE LLEGAN A LAS COMUNIDADES QUE CONFORMAN LA RED IMBAKUCHA, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

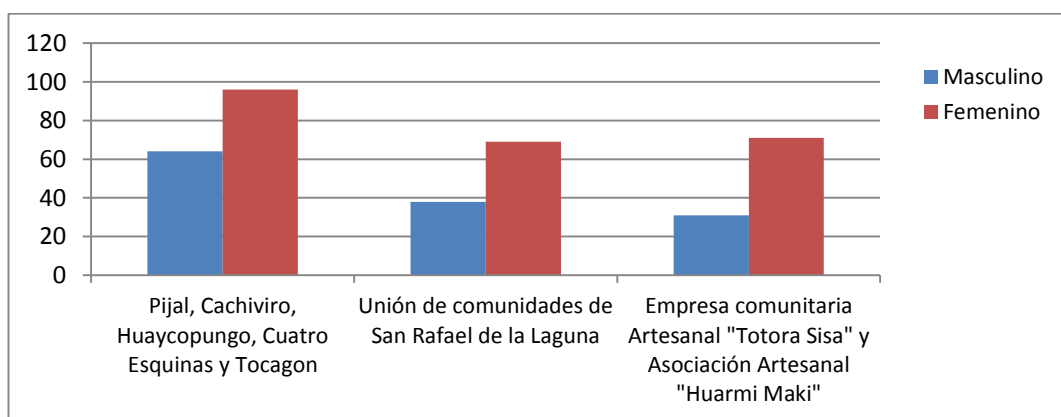
CUESTIONARIO

1. Sexo

TABLA N° 1

	Masculino	Femenino	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	21 (40%)	32 (60%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	13 (36%)	23 (64%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Totorá Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	10 (30%)	24 (70%)	34
Total	44	79	123

GRÁFICO N° 1



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

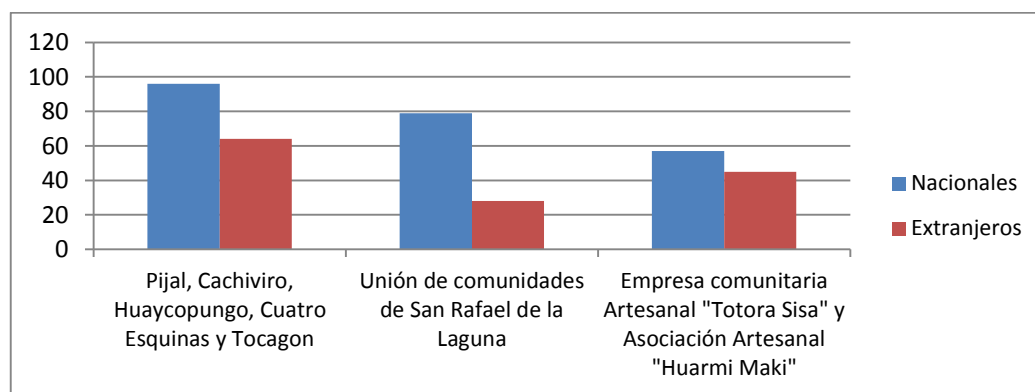
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Es notable el número de mujeres en relación a los hombres que visitan las comunidades de Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón, la Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna, la Empresa comunitaria Artesanal "Totorá Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki".

2. Origen

TABLA N° 2

	Nacionales	Extranjeros	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	32 (60%)	21 (40%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	26 (74%)	9 (26%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Totorá Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	19 (56%)	15 (44%)	34
Total	77	46	123

GRÁFICO N° 2



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

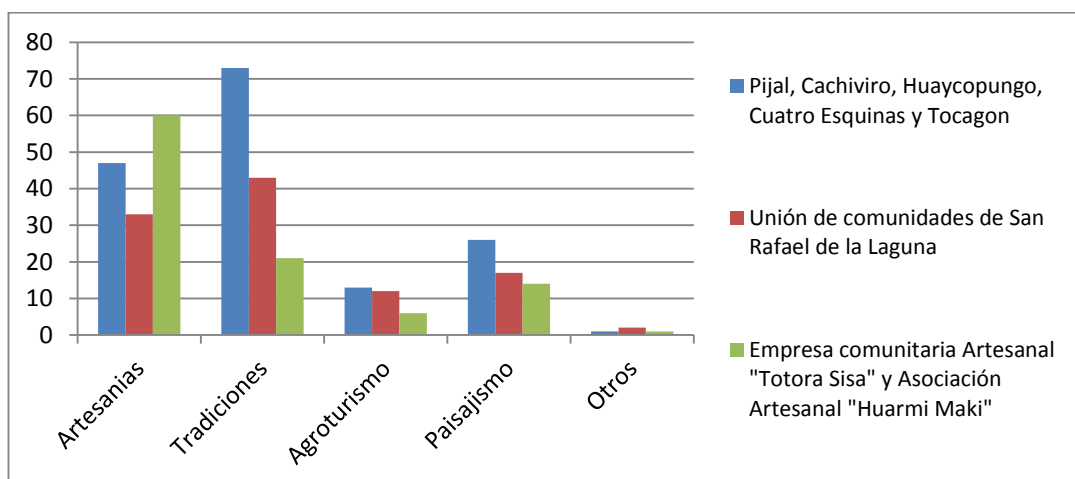
ANÁLISIS DE RESULTADOS: El turista nacional siempre va a tener la cercanía para visitar las comunidades que conforman la red Imbakucha, y pueden realizarlo con la frecuencia deseada. Se ha observado la presencia de turistas extranjeros, pero generalmente son menores en número por los múltiples lugares distantes de origen de donde provienen. Sin embargo, es necesario que dicho número crezca con una adecuada gestión turística.

3. ¿Cuál fueron los principales motivos por los cuales visita la Red Imbakucha?

TABLA N° 3

	Artesanías	Tradiciones	Agroturismo	Paisajismo	Otros	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	16 (29%)	24 (46%)	4 (8%)	8 (16%)	1 (1%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	11 (31%)	14 (40%)	4 (11%)	6 (16%)	1 (2%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Titora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	20 (59%)	7 (21%)	2 (6%)	4 (14%)	1 (1%)	34
Total	47	45	10	18	3	123

GRÁFICO N° 3



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

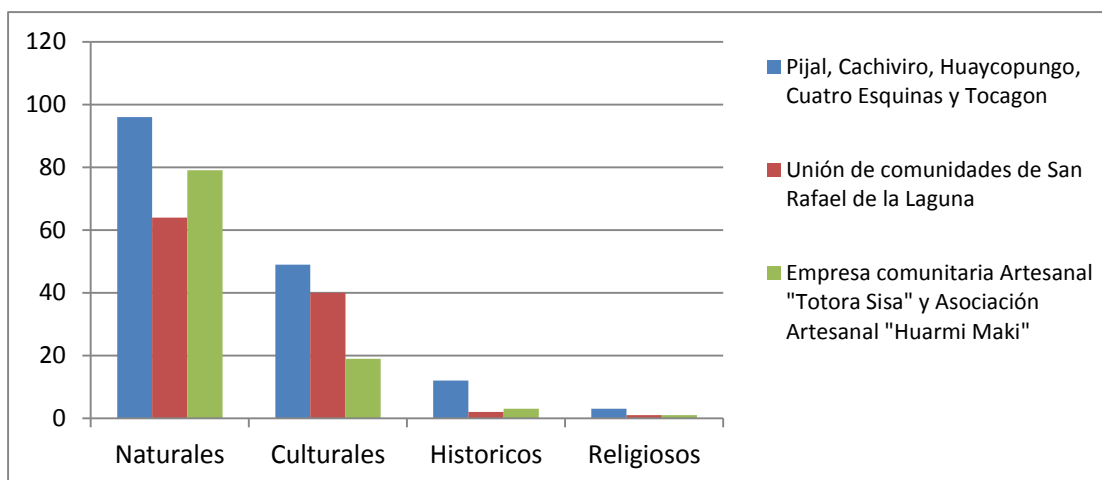
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Las artesanías representan un principal atractivo para los visitantes de las comunidades de Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón, la Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna, la Empresa comunitaria Artesanal "Titora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"; además las tradiciones se han consolidado como ente turístico, estas han manifestado similar fortaleza.

4. ¿Cuál es el mayor atractivo turístico de la red de turismo Imbakucha?

TABLA N° 4

	Naturales	Culturales	Históricos	Religiosos	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	32 (60%)	16 (31%)	4 (7%)	1 (2%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	21 (60%)	12 (37%)	2 (2%)	1 (1%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	25 (77%)	6 (19%)	2 (3%)	1 (1%)	34
Total	78	34	8	3	123

GRÁFICO N° 4



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

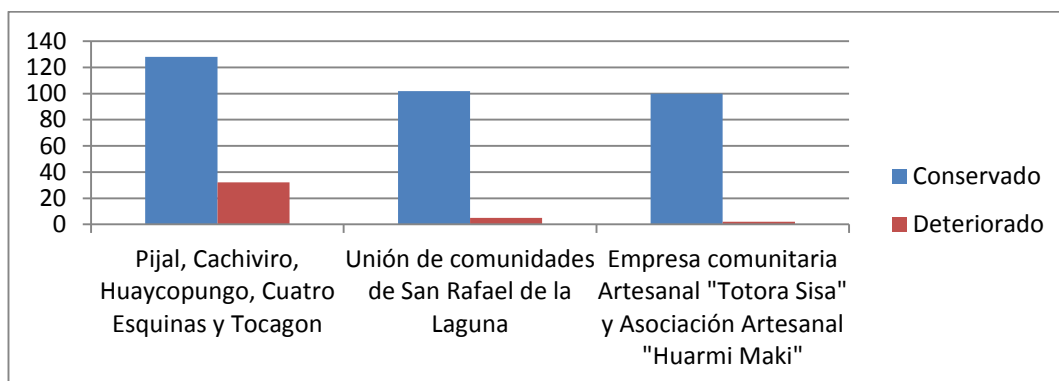
ANÁLISIS DE RESULTADOS: El atractivo natural presente en las comunidades consideradas se ha constituido en importante fortaleza, y por ende, el claro llamado a la visita nacional e internacional. Esto se complementa con la cultura muy propia de los moradores.

5. ¿Cómo califica el estado actual de los atractivos naturales de la comunidad?

TABLA N° 5

	Conservado	Deteriorado	Total
Pijal, Cachiviro, HuaycoPungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	43 (80%)	10 (20%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	34 (95%)	2 (5%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Tотора Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	33 (98%)	1 (2%)	34
Total	110	13	123

GRÁFICO N° 5



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

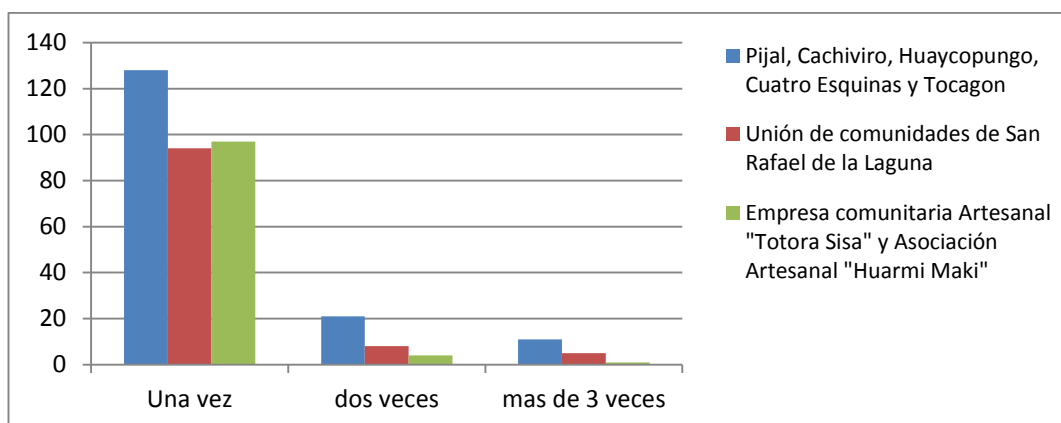
ANÁLISIS DE RESULTADOS: En las comunidades de Pijal, Cachiviro, Huayco Pungo, Cuatro Esquinas y Tocagón, la Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna, la Empresa comunitaria Artesanal "Tотора Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki" el porcentaje minoritario manifiesta que no existe satisfacción total respecto a la percepción natural, por parte del turista; y debe reducirse a nada, para potencializar aún más una característica que siempre ha tenido la red de turismo comunitario Imbakucha que lo conforman las comunidades antes mencionadas.

6. ¿Cuántas veces ha visitado la Red Imbakucha?

TABLA N° 6

	Una vez	Dos veces	Más de 3 veces	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	128 (80%)	21 (13%)	11 (7%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	94 (88%)	8 (7%)	5 (5%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Totorá Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	97 (95%)	4 (4%)	1 (1%)	34
Total	319	33	17	123

GRÁFICO N° 6



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

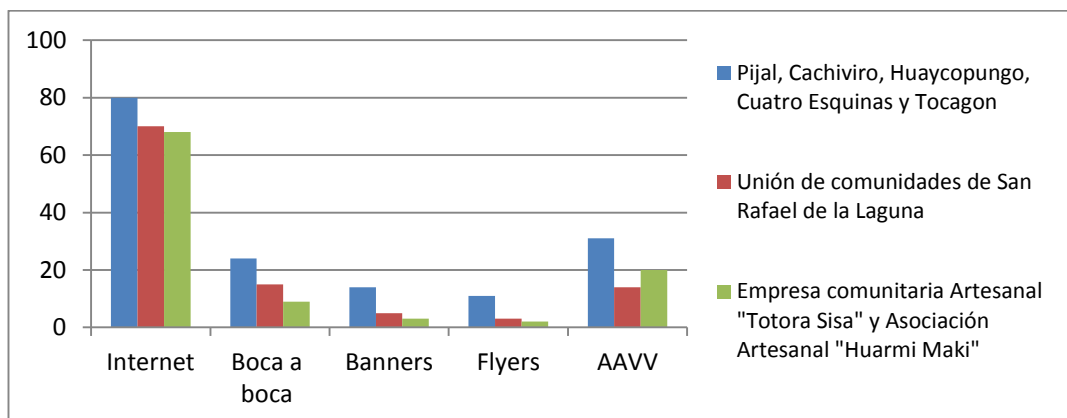
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Existe un elevado porcentaje de turistas que han visitado las comunidades de Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón una sola vez y porcentajes mínimos que la han visitado dos o más veces. Esto demuestra que el nivel de satisfacción turística no es apropiado; ya que fácilmente, el turista optaría por destinos diferentes en sus planes futuros de visita. Las mismas condiciones son claras también para la Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna, la Empresa comunitaria Artesanal "Totorá Sisa" y la Asociación Artesanal "Huarmi Maki"

7. ¿Cuál fue el medio por el cual se enteró de los servicios ofrecidos por la red?

TABLA N° 7

	Internet	Boca a boca	Banners	Flyers	AAVV	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	27 (50%)	8 (15%)	5 (9%)	4 (7%)	10 (19%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	23 (65%)	5 (14%)	2 (5%)	1 (3%)	5 (13%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	21 (67%)	3 (9%)	2 (3%)	1 (2%)	7 (20%)	34
TOTAL	71	16	9	6	22	123

GRÁFICO N° 7



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

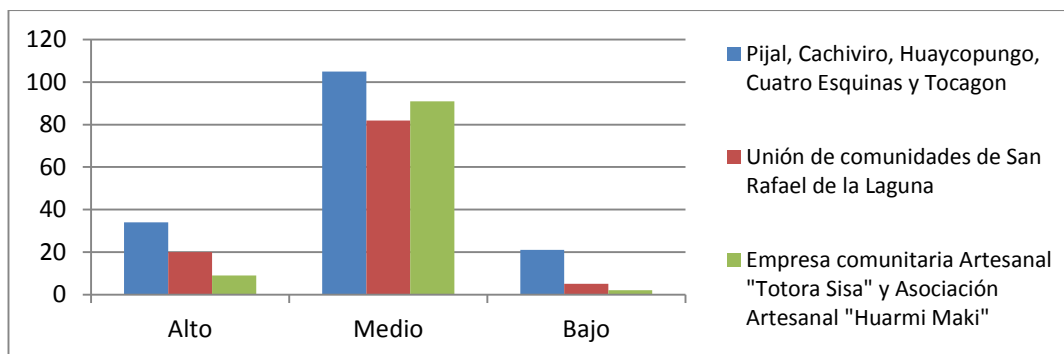
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Los turistas para llegar a las comunidades buscaron información en algunas fuentes antes descritas, pero claramente se demuestra que el internet es un medio informativo, de comunicación moderno, cómodo, y sumamente práctico que ha permitido desde sus orígenes satisfacer múltiples necesidades.

8. ¿Cuál fue su nivel de satisfacción ante los servicios turísticos consumidos?

TABLA N° 8

	Alto	Medio	Bajo	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	11 (21%)	35 (66%)	7 (13%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	7 (18%)	27 (77%)	2 (5%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Totorá Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	3 (9%)	30 (89%)	1 (2%)	34
Total	21	92	10	123

GRÁFICO N° 8



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

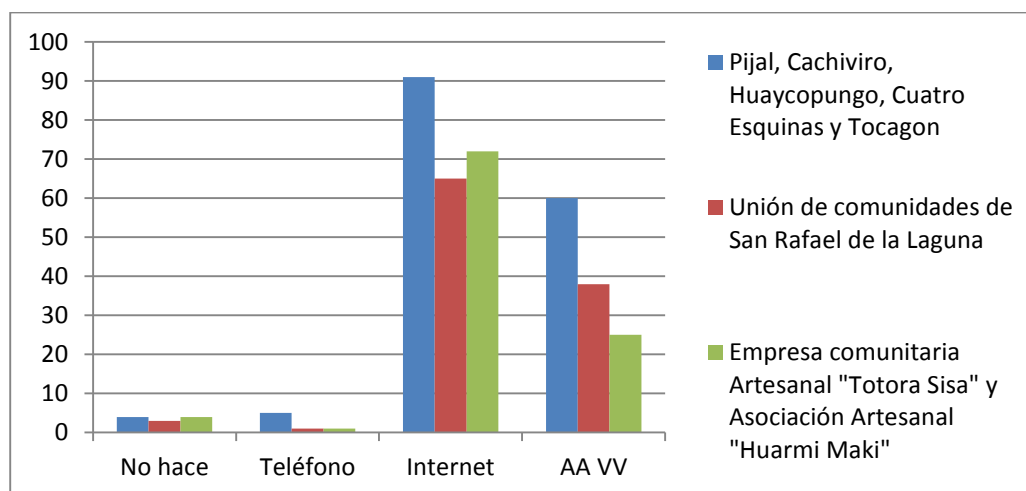
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Existe un nivel de satisfacción medio predominante respecto a los turistas que visitan Imbakucha, manifestando que se debe potencializar cada uno de los servicios turísticos presentes en las comunidades que la conforman, en base a una propuesta turística pertinente.

9. ¿De qué manera realiza la reservación de un servicio turístico?

TABLA N° 9

	No hace	Teléfono	Internet	AA VV	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	1 (2%)	2 (3%)	30 (57%)	20 (38%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	2 (3%)	1 (1%)	22 (61%)	11 (35%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Totora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	2 (4%)	1 (1%)	24 (71%)	7 (24%)	34
Total	5	4	76	38	123

GRÁFICO N° 9



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

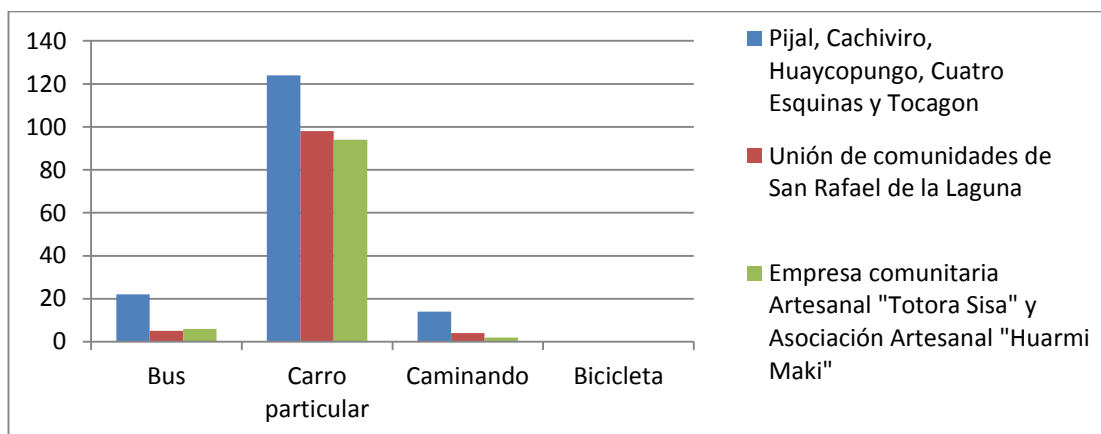
ANÁLISIS DE RESULTADOS: Para los turistas que han otorgado visita a las comunidades hicieron su reservación por medio del internet y ha sido justamente así porque representa una plataforma útil, rápida y eficiente para realizar reservaciones de servicios turísticos y representa al modernismo en la comunicación.

10. ¿Cómo se trasladó hacia la comunidad?

TABLA N° 10

	Bus	Carro particular	Caminando	Bicicleta	Total
Pijal, Cachiviro, Huaycopungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	7 (14%)	41 (78%)	5 (8%)	0 (0%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	2 (5%)	33 (92%)	1 (3%)	0 (0%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Tatora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	2 (6%)	31 (92%)	1 (2%)	0 (0%)	34
Total	11	105	7	0	123

GRÁFICO N° 10



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

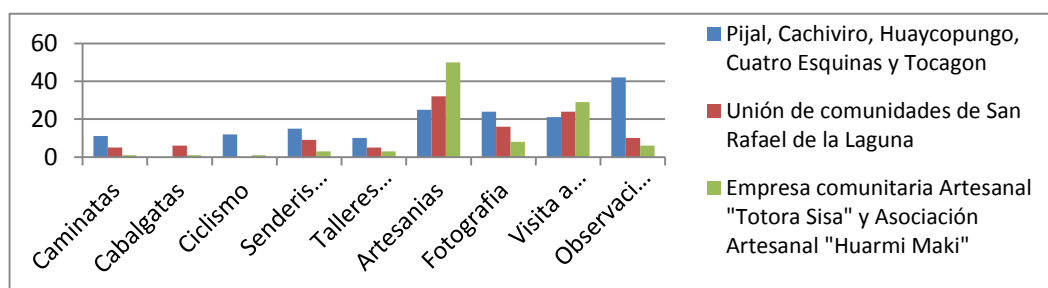
ANÁLISIS DE RESULTADOS: El carro particular optimiza el tiempo en el desplazamiento hacia los destinos en consideración y la mayoría de personas eligió este medio por dicha razón.

11. ¿Qué actividades realizó durante su visita a la red Imbakucha?

TABLA N° 11

	Caminatas	Cabalgatas	Ciclismo	Senderismo	Talleres manuales	Artesanías	Fotografía	Visita a huertos	Observación de aves	Total
Pijal, Cachiviro, HuaycoPungo, Cuatro Esquinas y Tocagón	4 (7%)	0 (0%)	4 (8%)	5 (9%)	3 (6%)	8 (16%)	8 (15%)	7 (13%)	14 (26%)	53
Unión de comunidades de San Rafael de la Laguna	2 (5%)	2 (6%)	0 (0%)	3 (8%)	2 (5%)	11 (30%)	5 (15%)	8 (22%)	3 (9%)	36
Empresa comunitaria Artesanal "Tatora Sisa" y Asociación Artesanal "Huarmi Maki"	1 (1%)	1 (1%)	1 (1%)	2 (3%)	2 (3%)	14 (49%)	3 (8%)	8 (28%)	2 (6%)	34
Total	7	3	5	10	7	33	16	23	19	123

GRÁFICO N° 11



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

ANÁLISIS DE RESULTADOS: Predominó como actividad de los turistas la observación o avistamiento de aves, que se complementa con otras actividades propias de la oferta comunitaria.

4.3. ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR DE DESARROLLO ECONOMICO SOCIAL MUNICIPIO DE OTAVALO

MBA. Marcelo Lema

OBJETIVO: *El presente cuestionario tiene por objeto determinar la situación actual de la gestión y desarrollo de la red de turismo comunitario Imbakucha, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura. La información es de mucho valor por motivos de investigación; ante lo cual, habrá absoluta reserva; por lo que se solicita la contestación a las siguientes preguntas de la manera más veraz:*

1. ¿Cómo califica usted a la gestión y desarrollo del turismo comunitario en la red Imbakucha, cantón Otavalo?

La gestión y desarrollo del turismo comunitario en la Red Imbakucha, cantón Otavalo es cuestionable, porque no se brinda alternativas de recreación direccionadas a la conservación del entorno y los recursos culturales, no se cuenta con una planificación turística; así como tampoco, se realiza estudio de impactos ambientales, además no se maneja de manera adecuada los desechos sólidos que se producen y afectan tanto al espacio físico como a las aguas del Lago San Pablo.

2. ¿Cuál es el nivel de satisfacción de los turistas que llegan a la red de turismo comunitario Imbakucha?

Resultado de lo anterior, el visitante que llega a la Red Imbakucha, especialmente el extranjero y quienes gustan de realizar verdadero turismo, no cubren las expectativas de visita, porque no tienen información ni orientación; únicamente disfrutan de la vista al lago, toman

fotografía y se dejan guiar por unos cuantos senderos y la señalización se encuentra en mal estado.

3. ¿Cuál es su apreciación sobre los ingresos económicos por concepto de turismo comunitario y de qué manera son administrados?

El turismo comunitario en el cantón Otavalo genera ingresos económicos considerables, los mismos que han creado polémica entre los integrantes de las comunas que ofrecen estos servicios. Esto es, porque existe división de intereses de ciertas familias, que por mucho tiempo estuvieron a cargo de la administración; los mismos que no están de acuerdo con el nuevo sistema de manejo de los recursos económicos. Además, los ingresos no son reinvertidos en el mantenimiento y mejora de los centros de turismo comunitario, tampoco en las necesidades de las comunidades.

4. ¿Qué expectativas poseen las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha?

Las comunidades, aspiran que el turismo se realice en el Lago San Pablo, que haya generación de fuentes de empleo para sus familias, así como el adecuamiento de los servicios de la comuna, de manera que se garantice la estabilidad de sus miembros. Otra expectativa es que exista una planificación del turismo, de modo que se desarrollen nuevas actividades en donde pueda involucrarse el turista y se asegure la afluencia de ellos; además, que compren sus productos.

5. Para su criterio, ¿cómo debe ser un manejo adecuado de las comunidades que componen la red de turismo comunitario Imbakucha?

El manejo adecuado debe ser un compromiso de todas las comunidades, porque de ello depende la conservación de los recursos naturales y culturales que poseen, y el funcionamiento de los emprendimientos turísticos; sin embargo, la responsabilidad radica en la administración y de los proyectos que esta genere en beneficio del turismo comunitario, la capacidad de involucrar a las comunidades, en el compromiso de trabajo en beneficio de todos los involucrados y el apoyo que se gestione de entidades públicas como el municipio de Otavalo, y otras entidades que se sumen a este objetivo.

4.4. ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA

Sr. Antonio Maldonado

OBJETIVO: *El presente cuestionario tiene por objeto determinar la situación actual de la gestión y desarrollo de la red de turismo comunitario Imbakucha, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura. La información es de mucho valor por motivos de investigación; ante lo cual, habrá absoluta reserva; por lo que se solicita la contestación a las siguientes preguntas de la manera más veraz.*

1. ¿Cómo describiría usted la visión por parte de las personas que integran la red de turismo comunitario Imbakucha?

La vision por parte de las personas que integran la red de turismo ha cambiado por la practica de las actividades turisticas, es asi que incluso las tasas de violencia intrafamiliar, el alcoholismo, incluso la presencia de basura en las calles ha disminuido porque se trata de mejorar la imagen de las comunidades para incrementar la afluencia de los turistas.

2. ¿Cómo se comercializa y difunde las iniciativas turísticas que posee la red de turismo comunitario Imbakucha?

La comercialización y difusión de nuestras iniciativas turisticas se las realiza por medio de la información que existe en una página web donde constan los numeros telefónicos de la red, de esta forma las personas interesadas llaman y reservan directamente con el presidente de la red su estandía en las casas familiares.

3. Los productos turísticos, ¿se comercializan con alguna operadora turística?

No se comercializa directamente los productos turísticos con ninguna operadora turística; salvo la organización Huarmi Maqui, quienes trabajan con la operadora Marco Tours de la ciudad de Quito. Esto como iniciativa de la presidente de la organización Matilde Lema quienes por muchos años han luchado por consolidar su iniciativa, ya que dan trabajo a las madres de familia de la comunidad de Peguche y Agato.

4. ¿Se puede conseguir réditos o recursos económicos con la actividad turística?

Los recursos económicos que se obtienen por la actividad turística han ayudado en la economía familiar de sus miembros como una fuente de sustistencia alternativa no obstante ha ello han existido familias que han desistido de este proceso debido a que los beneficios a obtener han sido a largo plazo y ha existido inconvenientes en la obtencion del financiamiento para comenzar con los emprendimientos turisticos.

5. ¿Se cuenta con apoyos gubernamentales para las actividades turísticas dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha?

Al inicio de las actividades turísticas el gobierno provincial apoyó con la capacitación sobre actividades turísticas. Este proceso se lo llevó acabo por un tiempo; pero las autoridades se han desvinculado, dejando este proceso en manos de los líderes comunitarios. Por estas razones no se ha podido evidenciar un adelanto y consolidación de algún producto turístico comunitario.

Los miembros de las familias participantes en los emprendimientos turístico comunitarios han hecho un gran esfuerzo en la adecuación de habitaciones para el alojamiento, se tomaron como base los realizados en la ciudad de Ibarra, específicamente en Zuleta, donde asistieron a los talleres de capacitación, organizados por el Gobierno Provincial de Imbabura. De esta forma, los miembros de la organización tuvieron una idea de cómo realizar sus adecuaciones turísticas y los materiales a utilizar.

6. Cómo describiría a las tradiciones presentes en la red de turismo comunitario Imbakucha?

Para dar realce a las actividades complementarias que realizan los huéspedes en sus emprendimientos familiares, se ha identificado tradiciones que poco a poco se han perdido en las comunidades; como es el caso, de las leyendas y juegos tradicionales que se han incluido dentro de su oferta turística; de esta forma, es transmitida a los visitantes como muestra de la cultura local.

7. Existe suficiencia en preparación administrativa y contable por parte de quienes participan en emprendimientos turísticos?

Existe mucha deficiencia en cuanto a conocimientos administrativos, contables y de organización; sin embargo, se trata de repartir equitativamente los beneficios por parte del turismo, tratando de que todas las familias participen y que cada emprendimiento reciba visitas; para así evitar, conflictos por cuestiones económicas.

Se requiere mayor conocimiento sobre alianzas y la forma como negociar con una agencia de viajes, para que la distribución económica y los beneficios sean mayores para la organización.

De lo aprendido con los talleres de capacitación, sólo se ha logrado aplicar algunos aspectos dentro de la oferta turística que ofrece la red de turismo Imbakucha; debido a que algunas cosas que les pidieron hacer, eran imposibles y no se adecuaban a la realidad del sector; por lo que se han tomado iniciativas propias, adaptándolas a lo que se ofrece cotidianamente.

8. ¿Qué tipo de productos se consume dentro de la red y se brinda para consumo turístico?

Se ha tratado de consumir productos tradicionales, especialmente los obtenidos en los huertos familiares. Se ha reducido el consumo de productos envasados, para evitar la generación de desechos; y sobretodo, para dar una buena imagen a los turistas.

9. Dentro de la comunidad, ¿existe un registro de visitantes?

Se implementó un registro de visitantes por las exigencias del gobierno provincial, pero sólo como constancia de la visita; pero no se tiene un número exacto de ellos, porque la administración no maneja contablemente estas cifras.

10. Dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha, ¿se aplican normas y/o reglamentos?

No se aplican normas ni reglamentos turísticos sobre la red de turismo comunitario, y se desconoce sobre la normativa legal y reglamentos sobre la práctica del turismo comunitario en nuestro país.

OBSERVACIONES IN SITU DE LOS INVESTIGADORES

Durante la investigación se determinó que no hay los suficientes establecimientos de alojamiento, especialmente tomando en cuenta a hoteles, moteles y otros. Estos deberían incrementarse para fortalecer la oferta turística. Así mismo, en los establecimientos de comidas y bebidas no hay suficiencia de ellos y faculta a debilitarse el interés de la demanda. Es penoso saber que en lo que respecta a establecimientos y servicios concernientes al área turística, escasamente son conocidos o sencillamente no se da razón de estos. A por ello que nos vemos en la imperiosa necesidad de capacitar a la gente en micro emprendimientos, fortaleciendo a su vez la atención al cliente brindando información oportuna.

En lo que respecta a las vías de acceso para ingresar a cada una de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha, no se encuentran en un estado apropiado; esto también ese ve reflejado en la insatisfacción que tienen los turistas en cuanto a la señalización interna y externa que tienen ciertos sectores.

En general las vías son de segundo orden, la mayoría son admisibles, pero otros son deplorables y fácilmente ahuyentan al turista nacional o extranjero.

Por otra parte la señalización vial y turística externa existe en ciertos sectores, en otros se encuentra en mal estado lo que da una mala imagen al turista. La señalización turística para poder ingresar a las comunidades es poco llamativa, además no existe el empoderamiento de los dirigentes que difundan los senderos interpretativos y los atractivos que pueden promocionarlos como tal.

Analizando los servicios que poseen cada una de las comunidades se determinó que la comunicación telefónica se encuentra en condiciones óptimas aun siendo establecidas en áreas rurales, el Internet también es un servicio que muchos moradores poseen o al menos tienen facilidad de desplazamiento para su uso. Tratando de servicios básicos como el consumo de agua mayormente se palpa la utilización de agua potable y embotellada respectivamente, pero también se ingiere otros tipos de agua que es característico de la vida rural como el agua de lluvia que vista desde un parámetro técnico ayuda a fortalecer la imagen sustentable que pretendemos difundir.

Según la consideración popular el sistema de alcantarillado no se encuentra vigente en todas las áreas que forman la red Imbakucha. Adicionalmente el servicio de energía eléctrica se encuentra en condiciones apropiadas.

Respecto a las organizaciones vigentes que tiene la red de turismo comunitario Imbakucha existe deficiencia en ellas, ya que no se ve un cronograma de actividades de fomenten la adecuación de senderos, la creación de áreas recreativas para infantes desplazando así otro segmento de mercado.

En lo concerniente a turismo, no hay suficiente asesoramiento técnica que dirija el talento humano lo que se convertiría en una ventaja competitiva ya que optimizaría los recursos turísticos desarrollo integral del área rural.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

De la actual investigación se estipula que los resultados obtenidos son el producto de un trabajo minucioso y real; con el cual se logró conseguir datos claros con relación a los objetivos planteados; y de esta manera, determinar conclusiones y recomendaciones.

5.1. CONCLUSIONES

Las actividades realizadas en la red de turismo comunitario Imbakucha se realizan de forma empírica develándose sencillamente al no llevar un registro de visitas lo que les permitiría saber cual es su demanda presente y programar adecuaciones para la demanda futura.

El nivel de desarrollo turístico, dentro de cada una de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha, no es el óptimo.

El Director del departamento de Desarrollo Económico y Social del Municipio de Otavalo, manifestó en la entrevista: “Existe un débil nexo entre los dirigentes y los pobladores que integran la Red” además en la observación de campo concluimos que tampoco hay convenios con academias, por ello no existen productos diseñados para la tipología de la demanda que capta actualmente la Red y esto se ve reflejado en los bajos niveles de satisfacción que menciona la pregunta Nro. 9 en las encuestas realizadas a los turistas; de esta manera se puede focalizar

ventajas competitivas con otras iniciativas similares tomando en cuenta que las actividades de ciclismo, caminatas, cabalgatas, talleres, entre otros, no son tomadas en cuenta como un potencial turístico. Esto se ve reflejado en la pregunta Nro. 9 realizada en la misma encuesta.

La difusión de las iniciativas son transmitidas mayormente por internet (60%), pero cabe recalcar que esta debe ser manejada adecuadamente, actualizando números de contacto, sistemas de reservas, fotografías, productos y promociones, lo que aumentará consecuentemente la demanda futura produciendo el impacto deseado dentro de la comunidad y fortaleciendo a la Red Imbakucha.

Existe una escasa gestión administrativa, no se realizan alianzas estratégicas con diferentes agencias de viaje para facilitar la comercialización del producto turístico disponible; de esta forma, se ve limitado el ingreso económico traduciendo en una desmotivación para algunas familias que integran la Red para seguir con esta actividad. Fue lo que se pudo concluir después de la entrevista realizada al Señor Antonio Maldonado Presidente de la Red Imbakucha.

Paralelamente el presidente de la Red comenta, que no existe un control financiero acorde con las necesidades que esta organización requiere, lo que ha provocado que haya división de intereses de ciertas familias y poca empoderamiento de las mismas; lo que no permite conjugar una visión empresarial ni describir cuál es el alcance a futuro de la red.

El señor Antonio Maldonado menciona que la oferta turística carece de estándares de calidad, no se aplican normas ni reglamentos turísticos sobre centros de turismo comunitario; por lo que daremos solución dando pautas y parámetros acorde con las necesidades de la red y comparándolas con iniciativas similares.

Por parte de la demanda, se ha notado que los turistas; que por cierto, son pocos al año, se sienten medianamente satisfechos por ello el índice de frecuencia en visita es de un 6%, como resultado de una falta de planificación a la hora del diseño e imagen de los productos comercializados.

Las actividades artesanales como labor dentro de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha, predominan sobre otras actividades en un porcentaje del 37%; y por ende, la oferta se manifiesta mayoritariamente en el ámbito artesanal que se combina paralelamente con la actividad turística.

5.2. RECOMENDACIONES

Es necesario elaborar un modelo de gestión que oriente las actividades de la Red Imbakucha con parámetros sustentables, y que permita manejar los recursos de forma técnica, con el asesoramiento y apoyo de los representantes, tanto del Municipio de Otavalo como de empresas privadas de Imbabura. Además, es necesario que exista un registro de visitantes, lo que permitiera saber su procedencia y su perfil además es indispensable fomentar la educación ambiental en las comunas; ya que por ser un área natural en donde se desarrollan las actividades turísticas, se debe impartir sugerencias de conducta y la importancia de preservar los sitios naturales para las generaciones futuras.

Para mejorar la difusión de las diferentes iniciativas turísticas de la red Imbakucha, es necesario la creación de una agencia de viajes comunitaria que cumplirá una función integradora en los agentes que intervienen en la actividad turística; estrategia de comercialización que ha dado excelentes resultados en otras redes de turismo; tal es el caso de la operadora de turismo Runa Tupari, que consolidó el turismo comunitario en el cantón Cotacachi.

La red de turismo comunitario Imbakucha deberá contar con una unidad de comercialización turística, con las tecnologías de información y comunicación TICs, personal calificado, material publicitario y una excelente ubicación en la ciudad de Otavalo; lo cual permitirá brindar información, realizar recomendaciones en función de las preferencias y necesidades de los clientes, realizar reservas y ofertar programas vigentes como excursiones, circuitos y paquetes turísticos.

Es necesario crear un valor diferencial al producto turístico comunitario y generar su propia marca, para poder ser reconocido dentro del mercado y por sus clientes. Esta marca deberá resaltar los valores y principios del turismo comunitario: solidaridad, amabilidad, armonía, experiencias educativas únicas, diversidad étnica y cultural, a mas de cumplir con los estándares de calidad, los mismos que serán difundidos por internet atravez de un blog, ya que este medio es eficaz y ha dado buenos resultados en esta tipología de turismo.

Es necesario aplicar un sistema administrativo eficaz, ya que esta permite optimizar los recursos existentes brinda rentabilidad y sostenibilidad en la empresa, permitiendo que se implemente un sistema de calidad lo que permitirá que se comercialicen servicios de calidad.

Con la finalidad de conseguir sus objetivos y trabajar de manera sustentable, la red de Turismo Imbakucha debe tener lineamientos que pongan en práctica el uso de elementos económicos, sociales y ambientales que permitan minimizar los impactos negativos y maximizar los positivos de su gestión.

Todos estos elementos deben organizarse en una política de sustentabilidad lo que proyectará la agencia de viajes con una visión empresarial comunitaria, es importante tener presente que esta atiende el cuidado y administración del dinero, equipo y herramientas, al mismo tiempo que desarrolla al personal de la empresa y cuida de su forma de vida y potencial de crecimiento.

CAPITULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA

**MODELO DE GESTIÓN Y DESARROLLO DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA
RED IMBAKUCHA, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA**

6.2. MISIÓN

Somos una red comprometida con el equilibrio ecológico, demostrando la calidad del servicio y su don de gente, asegurando una experiencia inolvidable, fortaleciendo la cultura y aportando al desarrollo integral de las comunidades que integran la red IMBAKUCHA.

6.3. VISIÓN

En el 2020 la red IMBAKUCHA estará posicionada como un producto destino competitivo y líder en el mercado, distinguido por sus altos estándares de calidad, diversidad de su oferta y por el desarrollo ordenado y sustentable de sus comunidades.

6.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

El turismo en el sentido de que produce simultáneamente efectos beneficiosos y perjudiciales, de un modo que el desarrollo turístico esté guiado por un modelo de acción minuciosamente definido y planteado.

Un modelo de gestión es el instrumento que posibilita la optimización de los efectos favorables y la minimización de los desfavorables. Por tanto, la calidad de dicho modelo va a determinar el éxito y la longevidad de cualquier área territorial receptora, por lo que el tiempo, esfuerzo y recursos destinados a la planificación, deberían ser considerados inversiones esenciales.

Hay que señalar que el turismo bajo ciertas modalidades de operación tiene condiciones excepcionales para proyectar su desarrollo, al ser Ecuador considerado como uno de los 12 países mega diversos del mundo, poseedor de una de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio relativamente pequeño, con buenas condiciones de conectividad interna y ubicado estratégicamente.

El turismo por otra parte, en una economía como la ecuatoriana, altamente dependiente de los ingresos del petróleo, es considerado como una actividad generadora de empleo y de redistribución de la riqueza, integradora y complementaria con múltiples actividades.

El turismo comunitario se está consolidando como estrategia de desarrollo y objeto de investigación científica. Por otra parte, y como hecho más importante, el turismo comunitario se ha convertido en muchos países en una estrategia de desarrollo local desde abajo, protagonizada

por comunidades que habían sido tradicionalmente objetos de desarrollo antes que sujetos del mismo.

El turismo comunitario es una forma de gestión del turismo que posee tres perspectivas fundamentales: una sensibilidad especial con el entorno natural y las particularidades culturales, la búsqueda de sostenibilidad integral (social y natural), y el control efectivo del negocio turístico por parte de las comunidades.

Se trata, pues, de un modo de implementar el turismo que persigue equilibrar las dimensiones medioambientales y las culturales, con la particularidad de una gestión y organización anclada en las comunidades.

En la actualidad todo negocio turístico afirmará una actitud sensible con el medio y la cultura, por eso la organización y gestiones comunitarias se convierten en el verdadero elemento distintivo del turismo comunitario.

El presente trabajo de investigación está orientado en resaltar la importancia del turismo comunitario de la Red Imbakucha, ya que presenta un gran potencial turístico, el mismo que no está bien aprovechado desde los propios integrantes de la comunidad, así como también de las autoridades que no sean preocupados como se debe del aspecto turístico.

Dentro del aspecto científico y educativo el presente trabajo servirá de material de consulta sobre varios temas turísticos de la zona, donde encontrarán datos reales y actualizados sobre el turismo comunitario de

Imbakucha, además es un referente científico para que futuros investigadores continúen y den seguimiento en futuros trabajos de investigación.

6.5. FUNDAMENTACIÓN DE LA PROPUESTA

La presente propuesta se fundamenta en los siguientes aspectos:

6.5.1. FUNDAMENTACIÓN EDUCATIVA

Como profesionales del área de turismo se ha evidenciado que el entorno turístico y fundamentación teórica y de campo en las comunidades de Imbakucha no poseen mayor información, por tanto la presente investigación será una importante fuente de información detallada de los aspectos turísticos más relevantes de la comunidad.

6.5.2. FUNDAMENTACIÓN SOCIAL

En lo social se presentará mejoras en la calidad de vida de los miembros de la comunidad, recibirán capacitaciones que les ayudará a mejorar la calidad de sus productos y a brindar un mejor servicio y de esta forma incrementar sus ingresos económicos.

6.5.3. FUNDAMENTACIÓN TURÍSTICA

La provincia de Imbabura es una de las provincias de la sierra con mayor cantidad de atractivos turísticos naturales y culturales, por medio de la presente propuesta las comunidades de Imbakucha tendrán nuevas herramientas para poder promocionar mejor sus productos y convertirse en anfitriones dentro de su comunidad.

6.6. OBJETIVOS

6.6.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un modelo de gestión y desarrollo del turismo comunitario de la red Imbakucha, cantón Otavalo, provincia de Imbabura.

6.6.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar y socializar las oportunidades que posee la comunidad, los recursos turísticos y el potencial cultural para direccionarlo al desarrollo económico y social dentro de la misma.
- Determinar reglamentos, normas, principios y políticas encaminadas a establecer a la red Imbakucha como un importante destino a nivel nacional e internacional.
- Integrar a todos los actores de la comunidad para conformar la red Imbakucha como una organización generadora del desarrollo sostenible del turismo y de la comunidad.
- Ofrecer una guía didáctica de buenas prácticas turísticas dentro de una comunidad respetando y valorando el ecosistema.

6.7. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA

Se desarrollará en la red de Turismo comunitario “Imbakucha” del cantón Otavalo, en la parroquia San Rafael en las comunidades de: Cachiviro, Huayco Pungo, Cuatro Esquinas, Tocagón; en la parroquia

González Suárez en la comunidad de Pijal; y en la parroquia Miguel Egas Cabezas en la asociación artesana “HUARMI MAQUI”.

6.8. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

La propuesta de realización de “Modelo de gestión y desarrollo del Turismo Comunitario de la red Imbakucha, cantón Otavalo, provincia de Imbabura” tiene la finalidad de ofrecer una alternativa administrativa y de control de los recursos turísticos en conjunto con la comunidad y en armonía con el ecosistema para obtener un desarrollo sostenible.

INTRODUCCIÓN

Para que un territorio logre un desarrollo turístico sustentable, es primordial identificar aquellas oportunidades de intervención que permitan concretar en el corto plazo un trabajo articulado a nivel público-privado. Una de las condiciones básicas para iniciar este tipo de procesos virtuosos de intervención, es conocer a los actores locales y sus necesidades, además del tipo y grado de asociatividad que los vincula. Lo anterior, es relevante, toda vez que si los actores locales no valoran e internalizan responsabilidades directas con el turismo y su desarrollo, no es mucho lo que se podrá hacer y muy probablemente las decisiones no reflejarán resultados productivos que impacten positivamente en la comunidad.

Es en este contexto, que se puede afirmar que con una adecuada puesta en valor, cualquier territorio puede alcanzar un potencial turístico. Sin embargo, la realidad muestra que sólo algunos lugares específicos de un territorio cuentan con las condiciones de excepción, capaces de

motivar flujos turísticos relevantes (atractivos, servicios, equipamiento y accesibilidad, entre otras). A este tipo de espacios se les denomina “destino turístico”.

ACTUAL LOGO DE LA RED IMBAKUCHA

En base a la realidad vigente en las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha es necesario replantear los siguientes aspectos y cumplirlos, en miras de un alto nivel de gestión y desarrollo comunitario:



POLÍTICAS

POLÍTICA DE GESTIÓN HUMANA

- Mantener contacto continuo con el personal administrativo y operativo de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha.
- Brindar incentivos a los empleados inmersos en la red de turismo comunitario Imbakucha y a las familias que demuestren mayor compromiso en cuanto a la calidad en los servicios comunitarios prestados, el autoaprendizaje y capacitación continua.

- Socializar, difundir y cumplir con las normas que se establezcan en la red comunitaria. Su incumplimiento acarreará sanciones preestablecidas.

POLÍTICA DE NEGOCIACIÓN

Establecer el porcentaje de ganancia al momento de realizar las alianzas con las agencias de viajes. Esta oscila con porcentajes que van desde 25% al 35%.

POLÍTICA DE IMAGEN CORPORATIVA

- Los miembros de la red de turismo comunitario Imbakucha deberán estar 30 minutos antes de la apertura de un servicio turístico comunitario.
- Realizar reuniones mensuales para conocer el desarrollo de las distintas áreas.
- El personal de área de alojamiento comunitario en la zona de Imbakucha deberá llevar todos los días vestimentas típicas del sector. Se elaborarán distintivos con el logotipo de la red comunitaria para todos los empleados que conforman la red de turismo.
- Cumplir con las normas de aseo en todas las áreas correspondientes a la red.

POLÍTICA DE SERVICIO

· Los pedidos efectuados por los clientes no debe demorarse más de 5 minutos.

· El personal estará disponible las 24 horas para resolver cualquier inconveniente que encontrare el cliente en el servicio.

· El personal debe rotar según el número de turistas.

PRINCIPIOS

Se debe tomar en cuenta los siguientes principios:

- **Principio de democracia:** Se utilizará este principio para que exista participación y colaboración de todos los integrantes de las comunidades que trabajaran en la red de turismo comunitario.
- **Principio de flexibilidad:** Este principio ayudará a formular estrategias de cambio de acuerdo a las necesidades del cliente y las comunidades al momento que presente ciertas dificultades en su funcionamiento.
- **Principios de operatividad:** Ayuda a planificar las tareas que van a ser designadas al personal de la red Imbakucha.

- **Principio sistemático:** Se utilizará con el objetivo de que exista secuencia en los procesos y actividades al momento de realizarlos, reduciendo el margen de error para alcanzar estándares de calidad

ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

El aspecto administrativo implica la toma de decisiones para lograr un mejor aprovechamiento de los recursos que posee la red comunitaria con la finalidad de alcanzar sus objetivos.

La red de turismo comunitario Imbakucha siempre cumplirá con los aspectos de un proceso administrativo y que son: planeación, organización, dirección y control.

Para obtener un adecuado manejo de la infraestructura y manejo de los servicios turísticos, es importante contar con un Centro de Turismo Comunitario que permitirá planificar, organizar y controlar las actividades turísticas de las comunidades.

LA ORGANIZACIÓN

Dentro de la organización es parte esencial la participación comunitaria, el fortalecimiento organizativo, la organización y el desarrollo comunitario, que implica obtener el bienestar general de las comunidades a través del trabajo, producción, sanidad, vivienda, equipamiento y capacitación.

Para lograr estos desafíos es necesario que se dejen de lado los sistemas de planificación vertical y se impulsen procesos de planificación participativos, en los que las propias comunidades encuentren su norte hacia el desarrollo sustentable, incorporando los elementos de competitividad para que sus productos puedan ser vendidos en el mercado, preservando el medio ambiente, los valores naturales y culturales de la localidad.

CRITERIO DE ORDENAMIENTO DE RECURSOS

Se considera prioritario para las comunidades, establecer una clara visión de la organización y desarrollo comunitario, establecer mecanismos para revitalizar la cultura y las relaciones interculturales, mejorar la gestión ambiental y territorial.

Además, se interesan por el mejoramiento de las condiciones productivas y económicas, mejoras individuales de los comuneros y mejorar las condiciones básicas de la vida comunitaria.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

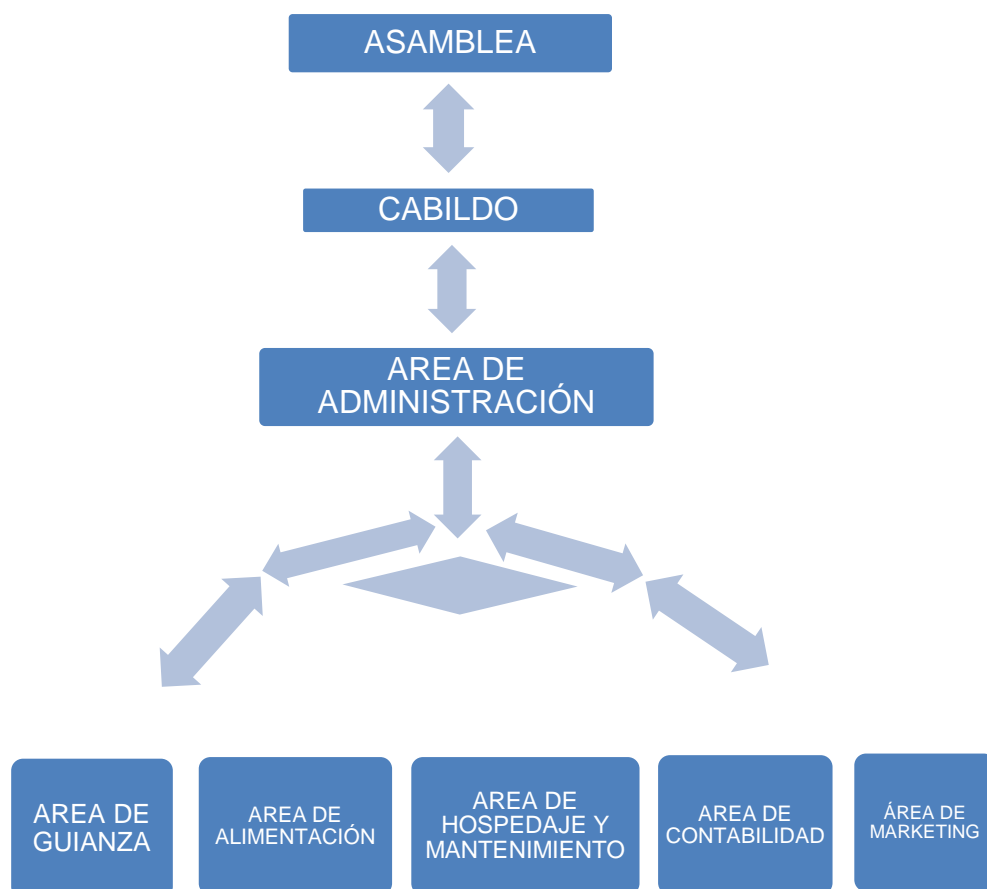
En el organigrama se representan las funciones jerárquicas que existen entre las dependencias y los individuos de la organización.

Se establece un organigrama estructural de las áreas de gestión de los Centros de Turismo Comunitario, que van acorde a la realidad de la

comunidad y constituye un referente para la distribución de responsabilidades de quienes lo integran.

En las comunidades el ente decisorio para la ejecución de los proyectos en beneficio de la comunidad, es la Asamblea; quienes a través del Cabildo, toman decisiones para la administración adecuada del proyecto y lo regulan con la respectiva resolución, en el cual se asigna el personal coordinador y el personal idóneo para las áreas operativas del Centro de Turismo Comunitario. De la comunidad y su capacitación depende el éxito de la red de turismo.

ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL DE LAS ÁREAS DE GESTIÓN DE LA RED IMBAKUCHA



DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES:

ASAMBLEA

Toma decisiones y vigila las acciones que realizan los Cabildos.

Funciones:

- Socializa y define las políticas administrativas, sociales y culturales.
- Monitorea y da seguimiento a las acciones del Cabildo.
- Solicita los Estados Financieros.
- Establece el plan de trabajo.
- Crea un plan de capacitación para los comuneros.

CABILDO

Dirige, toma decisiones y controla las acciones que permitan velar por el bienestar de la comunidad y el Centro de Turismo Comunitario.

Funciones:

- Tomar decisiones, a través de establecer estrategias de comercialización del producto.
- Crear convenios, alianzas talleres que ayuden al desarrollo de la comunidad.
- Establecer lineamientos de funcionamiento para ser aprobados por las comunidades que integran la red

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

Las funciones del departamento de administración son las siguientes:

- Observar y acatar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización.
- Recibir y registrar llamadas.
- Formular políticas para las reservaciones (venta y cancelación), ejecutarlas (confirmar reservaciones) y emitir informes semanales de las reservaciones.
- Coordinar la elaboración de tours, con el equipo de gestión.
- Elaborar cotización de tours y presupuestos.
- Coordinar actividades de capacitación.
- Dar información amplia de los servicios que presta la red de turismo Imbakucha.
- Recibir al visitante.
- Organizar y dirigir las reuniones periódicas de trabajo del personal que conforme al equipo de gestión
- Llevar el libro de actas de reuniones del equipo de gestión de la red.
- Orientar el trabajo del personal que conforme el equipo de gestión.
- Encargarse de la comercialización del producto turístico.

- Controlar y supervisar presupuestos de ventas.
- Formular políticas de promoción, precios, ventas, para su aprobación por el equipo de gestión.
- Realizar una lista de proveedores y visitarlos continuamente para evaluar la calidad y el precio de los productos por adquirir.
- Llevar un registro de llegadas para pronósticos y estadísticas de demanda futura.
- Manejar el presupuesto.
- Manejar la publicidad y marketing (promocionar y vender el servicio, así como diseñar nuevas formas de publicidad).

ÁREA DE CONTABILIDAD

Funciones:

- Observar y actuar lo dispuesto expresamente en los estatutos y reglamentos de la organización.
- Llevar un inventario actualizado de todos los bienes, valores y obligaciones de la red de turismo.
- Llevar en forma ordenada recibos, facturas, notas de ventas y todo comprobante que justifique un pago.
- Llevar un proceso contable, que le ayudará para el manejo económico.

- Presentar al Coordinador de la red informes mensuales sobre la actividad y movimiento financiero.
- Elaborar los estados financieros mensuales (revisar la contabilidad, diarios de caja, conciliaciones bancarias).
- Responder por los fondos con su firma en los cheques, conjuntamente con el Coordinador de la red.
- Cumplir y hacer cumplir los reglamentos y más disposiciones referentes al manejo de recursos económicos.
- Revisar y analizar los presupuestos de las actividades de la red.
- Procesar el pago mensual de sueldos.
- Emitir facturas de los gastos del visitante
- Llenar formulario y pagar los impuestos al SRI
- Efectuar los pagos a proveedores y servicios básicos que genere la ejecución de las actividades administrativas, operaciones y logística de la red.

ÁREA DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Funciones:

- Definir y elaborar las recetas estándar, tanto para alimentos como para bebidas con productos tradicionales de la zona.
- Ser responsable de la elaboración y actualización de menús y cartas.

- Comprar los ingredientes necesarios para la comida y que no estén disponibles en la comunidad.
- Conocer de la elaboración de los menús (refrigerios, platos típicos, almuerzos, cenas, etc.), que ofrece la red y estar pendiente los gustos y preferencias alimentarias de los turistas (vegetarianos).
- Tener lista la orden para que sea servida en el menor tiempo posible.
- Cumplir con las normas de sanidad en la preparación y manipulación de alimentos y bebidas.
- Mantener limpia la cocina.
- Realizar inventario de los materiales, equipos y utensilios que se utilizan en la cocina por cada familia que integra la red.
- Coordinar con el equipo de gestión la fijación de precios de venta de alimentos y bebidas.
- Vigilar que los alimentos estén en buen estado, aplicando métodos de conservación adecuados.
- Conocer y aplicar los procedimientos en caso de alguna emergencia de salud tanto de los clientes como de algún compañero de trabajo.

ÁREA DE ALOJAMIENTO

Esta área está integrada por una persona designada del interior de cada familia, además tendrá un jefe que se elegirá de entre todas las personas de esta área específica, mencionaremos sus funciones:

- Conducir a los visitantes y su equipaje a las habitaciones y estar pendiente de los requerimientos que ellos tengan.
- Entregar las llaves de las habitaciones a los visitantes.
- Tomar e informar sobre novedades y recados para los visitantes.
- Ser responsable de la limpieza y arreglo de las habitaciones y baños.
- Proveer los suministros necesarios para los baños de las habitaciones (papel higiénico, toallas, jabón, champú, etc.)
- Ser encargado del lavado y planchado de la lencería de las habitaciones y el restaurante/comedor.
- Proveer a las habitaciones y restaurante/ comedor de la lencería necesaria.
- Funciones Mantenimiento:
 - Actualizar los inventarios de los bienes de la red.
 - Velar por el mantenimiento en las mejores condiciones de uso de las instalaciones, maquinarias, mobiliario y en general los aspectos de las distintas áreas de operación.

- Ser el encargado del mantenimiento de las instalaciones, decoraciones, mobiliario y senderos.
- Vigilar el adecuado funcionamiento de toda la infraestructura, accesos y senderos.
- Reparar cualquier desperfecto que se produzca en las instalaciones.
- Proveer a los coordinadores de alojamiento, alimentos y bebidas, materiales y equipos de limpieza.

ÁREA DE GUIANZA

Funciones:

- Preparar las condiciones más favorables para el tour.
- Cuando los turistas lleguen a la red, explicar sobre el viaje y preguntar por sus intereses y expectativas.
- Regular con el coordinador de alimentos y bebidas la alimentación de los visitantes a su cargo.
- Conducir a los turistas a los diferentes atractivos de la comunidad.
- Cuidar de la seguridad del turista.
- Velar por la protección y respeto del medio ambiente.

- Vigilar que los guías no tomen drogas, alcohol, ni implicarse en relaciones sentimentales o sexuales con los turistas durante las visitas.
- Coordinar con los guías que tenga todo lo necesario para la realización del tour como la comida y bebida.
- Coordinar con los guías acerca del manejo de la basura (debe realizarlo en el cesto), discutir con sus compañeros de trabajo frente a los turistas, usar senderos establecidos y no apartarse de ellos, además, no deberá hacer ruidos durante la noche mientras los visitantes se están preparando para dormir o mientras está durmiendo y pero aun decir malas palabras durante el tour.
- Capacitarlos en conocimientos básicos de primeros auxilios, prever situaciones de riesgo potencial (llevar botiquín de emergencia) porque hay que recordar que el guía es el máximo responsable del viaje.

ESTÁNDARES DE CALIDAD PARA EL PERSONAL

- Trabajar para que en corto plazo por lo menos una persona en el CTC hable inglés básico, de preferencia inglés avanzada y proyectarlo a que aprenda otro idioma.
- El personal debe ser consciente de la realidad ecológica de la zona, cultural, conocer los atractivos cercanos, estar capacitado para brindar un buen servicio e información al visitante.

- Cuidar su apariencia personal, ser amable, cortés, escuchar al visitante (mirándolo a los ojos y atento) estar siempre dispuesto a brindar un servicio rápido y eficiente.
- Los servicios serán prestados en forma responsable, puntual, con buena predisposición, acorde a lo que el cliente espera.
- El personal buscará siempre en lo posible exceder las expectativas de los visitantes y ayudarlos con dudas o problemas.
- Cuando se hable con un visitante se lo llamara por su nombre, ofreciéndole una sonrisa y mirándolo a los ojos, con un trato correcto y amistoso, evitando fumar o comer.
- A la entrada o salida de visitantes siempre habrá alguien quien los recibe, llene los documentos de recepción, les enseñe el entorno y las instalaciones del CTC explicando el funcionamiento y localización de cada cosa, comunicándoles los horarios y dependencias donde se sirven el desayuno y las comidas.
- El CTC debe contar con signos de identificación propios: como uniformes, placas de identificación de los empleados, etc.

CARACTERÍSTICAS DEL PERSONAL

Los estándares de calidad en las relaciones humanas del personal servirá como base fundamental para el desenvolvimiento en el ámbito profesional y personal del cliente interno del Centro, con la práctica de valores ayudará a que este trabaje sin ningún problema y cumpla con todas las metas planteadas, mostrando un trabajo en equipo sin violentar las políticas y reglas impuestas en el Centro.

ESTRATEGIAS PARA EL CENTRO DE TURISMO COMUNITARIO

A continuación se detalla algunas de las estrategias que se aplicarán para cumplir la meta de posicionarse en el mercado competitivo:

- Determinar precios competitivos y accesibles para los diferentes segmentos del mercado y competencias con similares características.
- Trabajar con la mano de obra propia de la comunidad para no introducir mano d obra externa ni maquinaria con la finalidad de proteger el entorno social y natural respectivamente.
- Formalizar alianzas con establecimientos educativos (1er nivel a 4to nivel), empresas privadas agencias de viajes operadora; empresa pública como el GPI y la Municipalidad del cantón Otavalo.
- Creación de una página web, vallas publicitarias, folletos y establecer convenios con medios de comunicación y centro educativos para difundir la información de los atractivos y servicios que la red ofrece.
- Realizar periódicamente seminarios para la capacitación del personal.

MANUAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

El Manual debe convertirse en un instrumento de uso común para turistas nacionales y extranjeros que se desplacen dentro del territorio nacional.

El uso constante y generalizado de la señalización turística permitirá desarrollar con eficiencia la información turística de los destinos. La señalización es el símbolo, palabra o demarcación, horizontal o vertical, sobre la vía, para guiar e informar algún aspecto importante.

Clasificación de las señales

Señales reglamentarias (Tipo R). Regulan el movimiento del tránsito y la falta de cumplimiento de sus instrucciones constituyen una infracción.

Señales preventivas (Tipo P). Advierten a los usuarios de las vías sobre condiciones de éstas o del terreno adyacente que pueden ser inesperadas o peligrosas.

Señales de Información (Tipo I). Informan a los usuarios de la vía de las direcciones, distancia, destino, rutas, ubicación de servicios y puntos de interés turístico y ambiental.

Señales para propósitos especiales (Tipo T). Advierten a los usuarios sobre condiciones temporalmente peligrosas para ellos o para los trabajadores y equipos empleados en obras públicas sobre la vía. También protegen trabajos parcialmente realizados contra posibles daños.

Los retos que enfrentan los desarrollos turísticos son cada vez mayores. Debido a esta situación, estos demandan una infraestructura acorde con el ambiente y servicios de calidad que den una imagen una personalidad dentro del mercado y ante todo una planeación sistemática con un enfoque sustentable a largo plazo.

¿Qué es un pictograma?

Es una representación gráfica que busca regular las actividades humanas, mediante la abstracción de símbolos que faciliten la interpretación de la información y sirva para dirigir al conductor o transeúnte a lo largo de su itinerario, proporcionándole información sobre direcciones, sitios de interés, destinos turísticos y distancias.

Para que un pictograma sea legible, se lo debe dar a conocer y se lo debe emplear consciente y universalmente. Para eso es necesario tener en cuenta algunas recomendaciones.

Los colores normalizados para señales son los que se indican a continuación y deben cumplir con las especificaciones de las normas INEN

- **ROJO:** Se usa en las señales reguladoras para indicar prohibición y peligro.
- **NEGRO:** Se usa como color de leyenda para las señales que tienen fondo blanco, amarillo, o naranja; marcas de peligro, marcas de ancho.
- **BLANCO:** Se usa como color de fondo para las señales reglamentarias; señales de flechas y de nomenclatura de calles, como un color de leyendas, símbolos y orlas en las señales que tienen fondo verde, azul, negro, rojo o café.
- **CAFÉ:** Se usa como un color de fondo para señales informativas en los sitios turísticos y ambientales.

- **AMARILLO:** Se usa como color de fondo para señales preventivas.
- **NARANJA:** Se usa como color de fondo para señales y dispositivos para trabajos en las vías y propósitos especiales.
- **VERDE NORMAL:** Se usa como color de fondo para la mayoría de las señales informativas. Las placas de kilometraje y señales de flechas con leyendas retroreflectivas.
- **VERDE AUTOPISTA:** Se usa como color de fondo para señales de mano SIGA, y señales direccionales sobre las autopistas y las vías expresas que tienen control total de acceso y diseño geométrico similar al de una autopista.
- **AZUL:** Se usa como color de fondo para marcas de jurisdicción vial señales informativas de servicio y reglamentarias – pasos obligatorios.
- **AZUL CLARO:** Se usa como fondo de señales y demarcaciones que denoten prioridad para el peatón y pasos obligatorios.

ATRATIVOS NATURALES:

Se reconoce como atractivo natural los tipos de montañas, planicies, desiertos, ambientes lacustres, ríos, bosques, aguas subterráneas, fenómenos geológicos, costas o litorales, ambientes marítimos, tierras insulares, sistemas de áreas protegidas, entre otros.



Área Protegida



Bosque



Cascada



Observación de aves



Vista panorámica



Turismo comunitario



Lagunas

ATRATIVOS CULTURALES

Representa el conjunto de sitios y manifestaciones que se consideran de valor o aporte de una comunidad determinada que permite al visitante conocer parte de los sucesos ocurridos en una región o país, reflejadas en obras de arquitectura, zonas históricas, sitios arqueológicos, iglesias, conventos, colecciones particulares, grupos étnicos, manifestaciones

religiosas, artesanías, ferias y mercados, shamanismo, explotaciones mineras, centros científicos y técnicos.



Artesanías



Iglesia



Monumento



Mirador

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

Representan las actividades turísticas que se producen por la relación oferta/demanda de bienes y servicios implantados por personas que se dediquen a la prestación de servicios turísticos con fines a satisfacer necesidades del visitante-turista.



Camping



Ciclismo Deportivo



Excursión



Pesca



Picnic



Refugio

DE SERVICIOS Y APOYO A LOS SERVICIOS TURÍSTICOS

Son aquellas que indican a los visitantes-turistas la ubicación de servicios públicos o privados sea de salud, de comunicaciones y varios.



Agua potable



Alojamiento



Basurero



Correo



Correo electrónico



Hospital



Primeros Auxilios



Restaurante



Servicios Higiénicos H.



Servicios Higiénicos H Y M



Servicios Higiénicos M.



Teléfono



Parada de buses

SEÑALES TURÍSTICAS O DE SERVICIOS RESTRICTIVOS

Representan la prohibición de realizar determinadas actividades de manera temporal o definitiva de acuerdo a la necesidad del área donde se plantea el desarrollo de la actividad turística.



No Acampar



No arrojar basura



No encender fuego



No tomar fotografías



No pescar

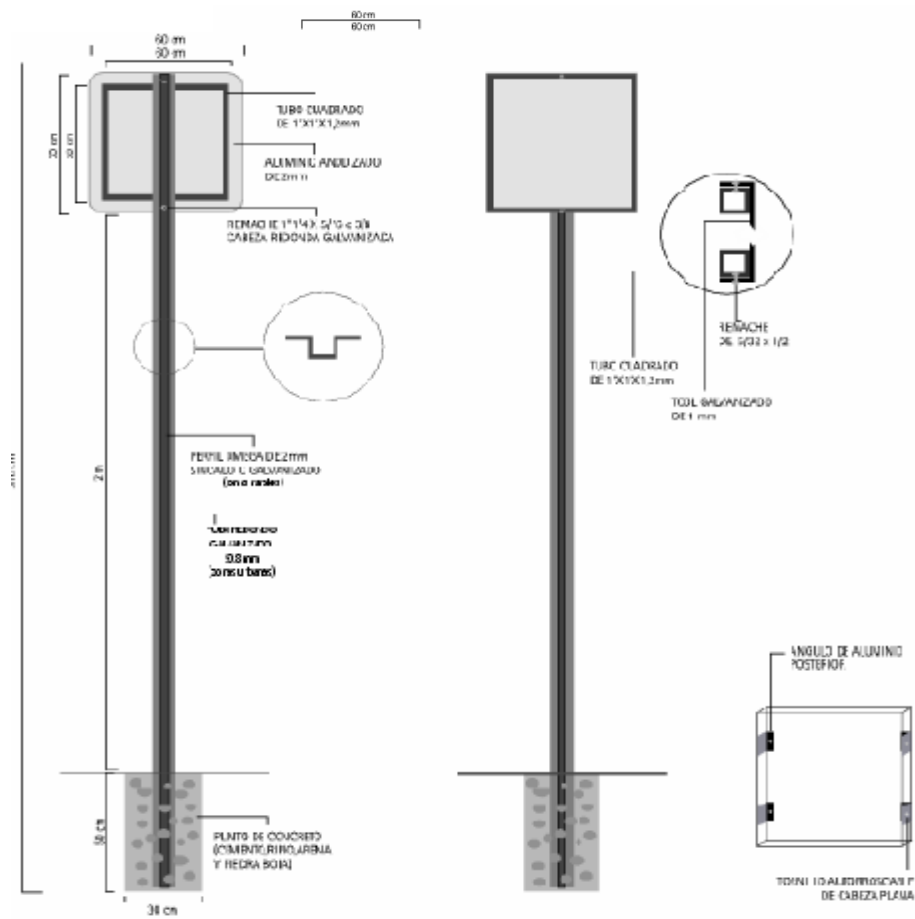


No cazar

SEÑALES COMPLEMENTARIAS PARA LEYENDA



SEÑALES DE UBICACIÓN



PLAN INTEGRAL DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

Hasta aquí es claro que ninguno de los tipos de señalización descritos, por si solos es suficiente para establecer una buena comunicación con el turista; todos los niveles son necesarios y se refuerzan unos con otros dotándose de continuidad y calidad que en suma es lo que el visitante espera en un destino.



CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

Panel tipo forja 800 x 1600 mm

Cuerpo Principal: Constituido por pórtico de acero estructural, con poste de soporte de diámetro 75mm y 2 mm de espesor conformado en frío y laminado en caliente, a una longitud de 3.0 metros, con placas base de acero de medidas 150x150x5 mm de espesor, reforzadas por cartelas de acero de 10 mm de espesor.

Ambos soportes se presentan coronados por elementos decorativos tipo forja. Estos elementos se presentan galvanizados en caliente.

SOPORTE GRÁFICO

Constituido por chapa de aluminio aleación 1050, en medidas 800x1600x2 mm. El contenido gráfico de la cara delantera se realizará mediante el adherente de vinilos de fundición impresos mediante tinta solvente.

El contenido gráfico de la cara posterior se realiza mediante el adherente de vinilos de fundición obtenidos mediante ploteado y descartes.

Cada indicador que la ubicación y colocación de estas señales deberán sujetarse a las Normas Inen sobre Accesibilidad al Medio.



SEÑALES INFORMATIVAS TURÍSTICAS PARA ÁREAS RURALES Y/O PROTEGIDAS.

CARACTERÍSTICAS TÉCNICAS

MARQUESINA DE MADERA CON TEJADILLO DOS AGUAS

Señal formada por postes de madera de sección cuadrada de 95x95 mm, de 3000 mm de altura y tejadillo a dos aguas, formado por duelas de madera de 20 mm de espesor o material del sector.

El bastidor que conforma la señal en si o forma una pieza transversa inferior de 95x95 mm y otro superior de 95x95 mm, los verticales de 95x95 mm disección, siendo estas los soportes del conjunto a los cables irán sujetos los transversales.

Las piezas que conforman el bastidor llevarán una acanaladura en la interior donde se colocarán el tablero informativo. Esta acanaladura irá centrada con una anchura de 20 mm; y una profundidad de 25 mm.

La madera será resinosa (conífera) con tratamiento de autoclave el vacío por inyección, nivel 4, que garantice un tratamiento profundo.

SEÑALES DE INFORMACIÓN TURÍSTICA



VALLAS: TURÍSTICAS, DESCRIPTIVAS EN AREAS NATURALES

Panel gráfico formado por banderas de aluminio de medidas 1500x1100 y 2 mm de espesor que se albergara en la acanaladura del bastidor, decorando mediante impresión con tinta solventes sobre vinilos.

Tamaño: 4.80 m x 2.40 altura libre 2.20 m

Viniles retroreflectivas en alta intensidad para fondo amarillo y azul, garantía de 5 años a la intemperie contra rayos solares U.V.

Imágenes full color descriptivas del lugar, elaboradas en vinil adhesivo laminado con impresión digital inkjet procesos 720 DPI, garantía de 5 años a la intemperie contra rayos solares U.V.

Pintura anticorrosivo color negro para acabado posterior de pantallas.

MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN

Las expectativas, la credibilidad de la marca y el valor percibido son tres factores que permiten fidelizar al cliente conocido y captar otros nuevos.

En esta parte del documento se presenta un programa de marketing y comercialización del producto turístico “Imbakucha”. Una de las características de un producto (recursos, servicios y actividades) es que muchas veces son intangibles y el visitante solo puede tener una idea de lo que puede apreciar, comprar o realizar a través de los medios por los cuales se hace la promoción. Debido a esta razón se debe presentar primero una explicación de los medios y materiales promocionales a utilizarse para dar a conocer este nuevo atractivo turístico.

LA IDENTIDAD

La identidad que se debe manejar en el área, es la de un espacio sagrado y ceremonial que servirá para la reflexión y el descanso espiritual.

Esta propuesta se la hace porque hasta hoy el sitio carece de una identidad por lo cual los visitantes que llegan al lugar realizan diversas

actividades según sus intereses y actualmente no existen normas, guías explicativas de lugar u otros que ayuden a entender lo que se desea hacer con el lugar.

Partiendo de los hechos históricos y varios eventos culturales que aún se practican en el lugar, es importante que también se lo identifique como un lugar para la revitalización y el fortalecimiento de la cultura local, especialmente la indígena. Debido a ello, la presente propuesta se basa en la arquitectura tradicional andina con lo cual se podrá mejorar el lugar y brindar un espacio renovado. De su cumplimiento depende en gran manera, el compromiso de las comunidades quienes serán directamente beneficiadas de este proyecto aunque además las comunidades aledañas y ciudadanía en general tendrán un ambiente más armonioso y acorde con el paisaje natural que esta zona posee.

La identidad andina ayudará a potencializar la imagen del lugar lo cual se verá reflejado en el incremento de visitantes. En este caso particular, no debemos preocuparnos de cuál es la capacidad de carga sino de la “actitud”, primeramente de los residentes y luego de los visitantes, es decir que una persona puede hacer mucho más daño que cien visitantes si así se lo propusiera. Por ello se debe trabajar mucho en la capacitación, educación y concientización de los miembros de la comunidad así como de los visitantes que lleguen al lugar.

EL NOMBRE

La tradicional “Imbakucha” significa en kichwa “alrededor de la laguna” de esta manera ha sido conocida desde muchos años atrás, considerando también que en él abarca algunas especies representativas como las garzas, patos, algunos anfibios y varias plantas acuáticas.

El lago San Pablo es el más grande de la provincia de Imbabura; en él sus moradores solían ir a pescar temprano por la mañana en sus canoas de totora, también tomaban un baño y lavaban su ropa a orillas del él durante el día.

LOGOTIPO (Ver Anexo 14)

El logotipo constituye la imagen con la cual se quiere identificar al lugar. A través del diseño y las imágenes se quiere transmitir una información a los receptores (visitantes), quienes al decodificarlo, interpretarlo y comprenderlo, se sientan motivados a visitar el lugar.

A continuación la explicación del por qué se escogió este diseño:

La figura de la montaña: Representa al mítico volcán Imbabura (4.650 m.s.n.m) que es uno de los íconos más importantes para la cultura local y uno de los atractivos turísticos de Otavalo. Se halla en el diseño por cuanto forma parte del complejo cosmogónico del cual forma parte también la cascada de Peguche. Además es el hogar del personaje mitológico Chuzalungu, que habita en sus faldas y que según la tradición oral de las comunidades aledañas, baja a la cascada a tomar sus baños energizantes.

El destello tras la montaña: Representa al sol que en el solsticio de verano, concentra la mayor parte de su energía que es captada durante el baño ritual celebrada por las comunidades a medianoche. En este día especial, el sol sale por esta parte del volcán.

Las cuatro capas sobre el volcán: Representan los dos solsticios y dos equinoccios que se dan durante el año. De estas, la más sobresaliente es el solsticio de verano por cuanto es en esta fecha que los sitios lacustres son visitados para los rituales de purificación y celebraciones varias por parte de las comunidades.

El agua: Es un diseño basado en una figura prehispánica a la que se le hizo algunos cambios a fin de lograr la imagen deseada. Representa al atractivo principal de toda el área protegida y motivo por el cual acuden todos los visitantes: la contemplación de este hermoso recurso natural lacustre.

La figura dentro de ella: Representa a los seres mitológicos que habitan en el lugar como en sus alrededores. Los personajes que más se identifican en el lugar son el Chuzalungu y el Aya Huma que, según la tradición oral, son personificaciones de las energías de la Pachamama o madre naturaleza.

Los árboles: Representan a las especies nativas circundantes que se hallan dentro de las comunidades y que por sus años, son considerados ya parte del ecosistema de la cascada. Además las otras especies del lugar se han adaptado a su presencia.

Los animales: Son tres como la mariposa, libélula y pájaro brujo (*Pyrocephalus rubinus*), ésta última que es una especie de ave muy atractiva, en especial para los turistas extranjeros. Se la escogió como ave símbolo de por cuanto forma parte de la mitología local y en torno a la cual existen varias creencias. Se la encuentra merodeando por las

plantaciones cercanas a la comunidad a manera de guardián del área. Le encanta posarse sobre los árboles de lechero, capulí y pencos.

Las piedras y el río: Representan el cauce del río JatunYaku cuyas aguas forman a la mítica cascada de Peguche y que al llegar a este sitio y tras llegar a un cañón con más de 20 metros de altura, la caída del agua crea un espectáculo para los visitantes.

SLOGAN

El slogan es una frase corta con la cual se quiere complementar el mensaje del logotipo y que en este caso se quiere recuperar un aspecto de la identidad del lugar. El texto “Santuario Natural y Cultural de Otavalo”; trata de fortalecer la identidad del lugar en la cual la palabra “santuario” pretende motivar al visitante a respetar el lugar y a cuidarlo.

Esta frase debe ser utilizada con insistencia por cuanto ayudará a dar un soporte extra a los proyectos de conservación del lugar. Igualmente esta frase servirá para utilizarla en los materiales de oficina como sobres, hojas membretadas, adhesivos, etc. Esto ayudara a difundir y fortalecer la imagen corporativa de la red.

SOBRES Y HOJAS MEMBRETADAS

Constituyen el material indispensable para todo trámite que se realice. El diseño de los sobres y hojas membretadas es sencillo y se los puede imprimir en impresora láser o enviarlas a imprimir en una imprenta.

GIGANTOGRAFÍAS

Es una alternativa interesante y se las puede realizar en el tamaño que se desee. En la ciudad de Otavalo existen varias empresas que se encargan de realizar este tipo de trabajos y su precio varía entre 10 y 12 USD el m². Las gigantografías pueden ser diseñadas con fotografías inéditas y colocarlas en sitios estratégicos como la Plaza de los Ponchos, el parqueadero junto a la Casa de Turismo, en el parqueadero junto al parque central o cerca del terminal de buses.

Esta es una buena estrategia que motiva a las personas a visitarla y además de servirá para crear una conciencia ambiental y cultural de conservación.

La medida recomendable para las gigantografías es de 3 x 5 metros como mínimo impresos a full color en material durable como la lona.

PROGRAMAS RADIALES Y DE TV

Una buena opción para hacer promoción de este atractivo natural y cultural son los programas de radio debido a que muchas personas en sus espacios de trabajo escuchan radio. Esto debería ser promocionado con un jingle muy creativo que seduzca a nuestros clientes potenciales de hecho en horas de oficina ya que este segmento de turistas son quienes tienen la capacidad de gasto para viajar frecuentemente y la mayoría suele hacerlo con su familia así podremos captar una mayor demanda. El Municipio de Otavalo a través de su Departamento de Turismo puede gestionar los espacios en las estaciones de radio más escuchadas en Otavalo y en la región norte entre algunas Radio Caricia, Radio Ilumán, Radio Canela.

Igualmente se puede realizar un spot publicitario para TV en las canales en los que se puede captar a diferentes mercados como son Continent TV, Multicable, TVN, RTS; teniendo mayor ventaja quienes tienen sus propios programas televisivos. Por ejemplo el espacio que daría un enfoque más profundo sobre esta iniciativa es el programa “Otavalo Informa” del Municipio de Otavalo o en su caso, un programa especial solo para tratar el tema de las iniciativas en turismo comunitario en el cantón.

Como se dijo, una manera de dar a conocer el proyecto a nivel nacional e internacional son los programas de TV transmitidos todos los domingos como son “La TV” de Ecuavisa y “Día a Día” y “América Vive” programa de Teleamazonas.

Otra manera de lograr captar el interés de estos programas es organizando un PressTrip organizado por el Municipio de Otavalo en la cual se invite a otros medios como los impresos tales como el diario El Comercio, Hoy, Diario El Norte, La Hora entre otros.

REVISTAS ESPECIALIZADAS

The image shows a screenshot of the website for TourEcuador. At the top, there is a navigation menu with the following items: "Tour programados", "Testimonios", "Personalice su Tour", "FAQ", and "Contacto". Below the navigation menu is a large banner image of a cityscape with the text "PRIMERO TU PAIS" overlaid. Underneath the banner is a testimonial section titled "Testimonios" featuring a photo of a man and a woman. The testimonial text reads: "Conocer quienes son los 'cholos' en la Costa Ecuatorial, los indígenas en Los Andes o el estilo de vida de los Huaorani en la Amazonia, son nuestra distinción. Podrás compartir con ellos, degustar su gastronomía, visitar sus hogares, tener la oportunidad de salir a cazar con los Tsa'chita, etc esto te ayudara a tener una perspectiva aun más amplia de la diversidad cultural en el Ecuador." Below the testimonial, there are two bullet points: "Seleccionando minuciosamente las familias ecuatorianas a las que visitamos en todo el país." and "Quien nos enseñó la forma de negociar en los mercados de artesanías. Obtuvimos grandes descuentos!!!!".

En la actualidad existen muchas opciones para hacer promoción escrita. Las más efectivas son las revistas, donde se publican y promocionan uno o varios atractivos turísticos esta debe tomarse como una inversión que debería plantearse con una revista especializada a nivel Municipal la cual se promueva, los atractivos turísticos de Otavalo.

Otra opción es acudir a la revista de edición particular, como es “Que tal Imbabura” para lo cual hay que pagar un precio por el espacio contratado. A nivel nacional existen revistas como “Ecuador Terra Incógnita”, “This is Ecuador”, Diners, Vistazo, Hogar entre otros en los cuales se pueden colocar material promocional, informativo o documental sobre red Imbakucha.

INTERNET Y DVD´s

Esta es una opción que no se la puede obviar. El internet constituye un medio importantísimo para poder difundir un mensaje al mayor número de personas alrededor del mundo. Por esta razón, es necesario que se cree un website interactivo independiente de la página web del municipio. Uno de los errores que se pueden cometer a la hora de hacer promoción de un atractivo turístico, es colocarlo entre muchas más informaciones que pueden terminar por desinteresar al usuario del servicio. Una página web independiente es mucho mejor pues se lo puede modificar y renovarla más seguido ya sea con fotografías, contactos, servicios complementarios, etc.

Finalmente la producción de varios documentales de no más de 10 minutos de duración puede ser muy útil a la hora de promocionar la red de turismo en medios de transporte nacional o en centros de interpretación aledaños al lugar. Así se lo puede promocionar como material visual en el

“Tren de la Libertad” y en cooperativas de buses nacionales como Aerotaxi, Transesmeraldas, Cita Exprés, Transportes Azuay, Viajeros Internacional, “Turismo Oriental”, “Rutas Orenses”, etc.

Un ejemplo típico es lo que se hace en el Jardín Botánico de Quito en la cual tienen un horario para proyectar videos documentales los mismos que pueden ser vendidos para aumentar los ingresos para la protección de este patrimonio cultural.



VARIOS

En esta parte se sugiere la realización de varios materiales auxiliares para la promoción. Por ello se puede producir al menos 10 modelos diferentes de afiches con fotografías inéditas las cuales pueden ser seleccionadas mediante un concurso abierto de fotografía in situ, evento en el cual se busca a más de promocionar el lugar inmiscuir a la colectividad en este ambicioso proyecto. Estas pueden ser vendidas como postales a un precio cómodo (1USD) por cuanto el diseño de las mismas permitirá que se las utilice para enmarcar y/o coleccionar; igualmente se las puede aplicar como adhesivos que contengan una frase de conservación lo que permitirá promocionar nuestros parajes y fomentar conciencia ambiental en el cliente interno y externo.

Otra alternativa es la producción de suvenir como camisetas estampadas, jarras, vasos, gorras, llaveros, esferográficos, mochilas, cuadernos de apuntes, postales, etc con la marca de la red de Turismo comunitario que debería ser patentada en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual - IEPI a fin de manejarla de una manera profesional y sostenible.

PROYECTO DE COMERCIALIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO DE LA RED IMBAKUCHA A TRAVÉS DE LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO”

El principal inconveniente por el cual la red de Turismo Imbakucha no ha logrado posicionarse en el mercado es la falta de comercialización de su producto, por tal razón al implementarse y complementarse la oferta de turismo comunitario con un ente de turismo especializada en ventas como lo es una operadora de turismo, se canalizarán de mejor manera la demanda.

La red Imbakucha contará ya con un producto lleno de identidad para ofertar pero no existen un canal de comercialización experimentado que lo dé a conocer con su target objetivo, por esta razón una operadora de turismo perteneciente a la red, administrada por personeros de las comunidades que la integran y con el apoyo de técnicos y personal especializado logrará vender eficientemente esta tipología de turismo que aquí se oferta.

El proyecto de crear una Operadora Turística Comunitaria, con el fin de que la comunidad venda su producto de manera sustentable y ofrecer

al mundo una nueva alternativa, con idioma, tradición, sostenible será posible.

INTRODUCCIÓN

“IMBAKUCHA TOURS” CIA. LTDA. Es una empresa que prestará sus servicios gracias a la calidad de profesionalismo de sus socios y de quienes la integran, para administrar los recursos disponibles en la red de Turismo Comunitario.

Como materiales humanos, tecnológicos, donde se minimizará el tiempo y se optimizará los recursos que serán manejados de manera ética y profesional, de esta manera posesionar a la Operadora Turística Comunitaria en el mercado nacional e internacional. La operadora tiene tres áreas, con la finalidad de cubrir la demanda a través de un manejo adecuado de gestión Turística dentro de la Operadora.

Los servicios que prestará la Operadora Comunitaria se describen a continuación, paseos en caballos dentro de la parroquia, paseos en bicicleta, camping, vida cotidiana, tours y de una comunidad a otra, artesanías, música y danza.

De acuerdo a la demanda que tengan estos servicios creados por la Operadora turística, se hará un seguimiento de la demanda para que de acuerdo a las necesidades del turista se implementen nuevos servicios.

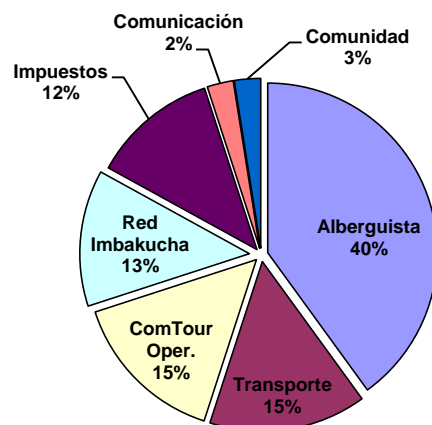
OBJETIVO DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

Establecer el esquema organizacional, administrativo, así como los aspectos legales fortaleciendo de aptitudes y actitudes al talento humano necesarios para la operación de la Operadora.

ACUERDO DE FUNCIONAMIENTO

La operadora turística “IMBAKUCHA TOURS” CIA. LTDA tiene una libre operación de servicios en la totalidad de espacios correspondientes a la operación de Turismo Comunitario en las comunidades que integran la organización, por lo tanto la Operadora turística Comunitaria Imbakucha mantendrá por si sola los gastos en cuanto a operaciones de circuitos turísticos dentro de las parroquias, así como de los servicios prestados por las diferentes comunidades indígenas, así mismo cubrirá el costo de sueldos y salarios del personal que labora conjuntamente en la Operadora de Turismo Comunitario responsabilizándose de ingresos y egresos que genere la misma.

DISTRIBUCIÓN DE UTILIDADES

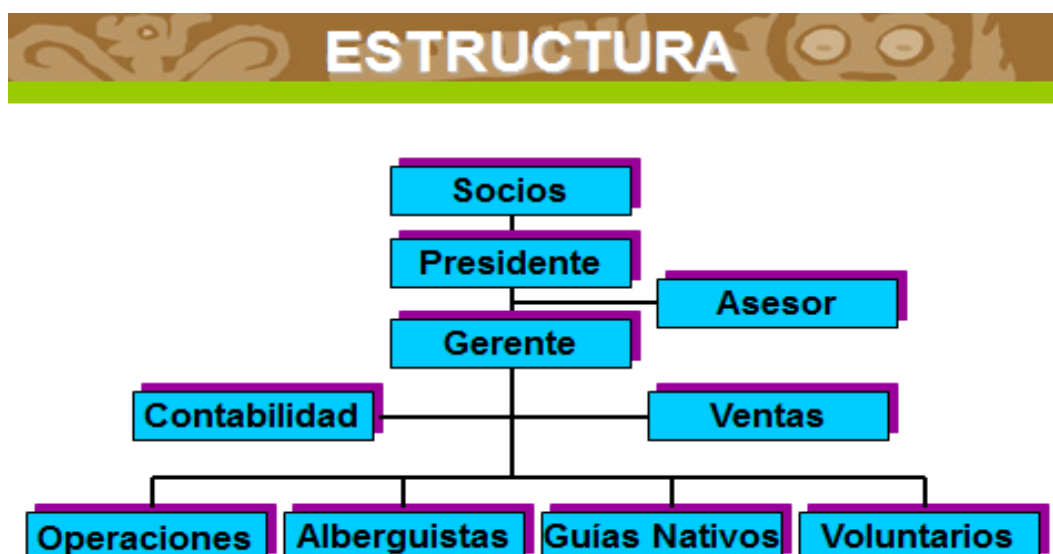


RAZÓN SOCIAL DE LA EMPRESA

El nombre comercial de la Empresa es “IMBAKUCHA TOURS” CIA. LTDA; esta operadora turística, lleva esta denominación, haciendo honor a un nombre ancestral, tiene como objetivo llevar al progreso a los habitantes de la misma, destacando la riqueza natural, cultural, ancestral, andina de las comunidades que conforman la Red de Turismo Comunitario Imbakucha vinculando el progreso integral y sustentable de esta zona.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



RECURSOS HUMANOS EN LA OPERADORA TURÍSTICA COMUNITARIA

Realizar turismo comunitario en una comunidad indígena no requiere de gran inversión e infraestructura o estructura de servicios, puesto que todo esto es parte de la comunidad. Pero esta actividad requiere de una gran exigencia en cuanto a calidad; Protección a los recursos naturales y culturales del sitio de estudio y contar con un gran equipo de Recursos Humanos, los mismos que son de gran capacidad y preparación para atender a los nuevos visitantes y prestadores de nuestros servicios.

El turismo comunitario es una de las armas claves para el progreso de las familias como actividad económica, su excelencia dependerá de la atención al turista de los servicios que preste la Operadora como la población misma que requerirá a corto y mediano plazo los recursos humanos con más excelencia calificados, sin dejar por demás a los verdaderos participes como los pobladores de la parroquia indígena, los propietarios del proyecto y sus empleados.

PROCESO ADMINISTRATIVO PARA LA OPERADORA TURÍSTICA COMUNITARIA

Para la administración de la Operadora y de los servicios que prestara se aplicará un proceso administrativo el mismo que consta de lo siguiente:

- 1.- Planificación**
- 2.- Organización**
- 3.- Dirección**
- 4.- Control**

PLANIFICACIÓN

OBJETIVO GENERAL

Ofertar los servicios turísticos tanto naturales como culturales a través de la Operadora Turística a nacionales y extranjeros, con una atención personalizada y de calidad, explotando su riqueza de manera sustentable.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Dar a conocer a la red Imbakucha de manera integral y natural con sus costumbres y tradiciones a turistas nacionales y extranjeros para realzar la cultura indígena y su forma de vida ancestral.
- Enseñar los conocimientos y sabidurías milenarias para conservar y preservar la cultura indígena del Ecuador.
- Poner a conocimiento de ecuatorianos y extranjeros la belleza cultural en diferentes expresiones como, música, danza, idioma, artesanía, gastronomía, a través de las comunidades y parroquias que conforman la red.
- Brindar un servicio de calidad personalizada conjuntamente con la comunidad, en actividades como, camping, trekking, vida cotidiana, música, danza, gastronomía, paseos en caballo, de manera personalizada para la plena satisfacción del turista.

ESTRATEGIAS

Se lo realizará a través de la información con afiches, trípticos, videos, que se dará a conocer sobre el origen de las comunidades, su progreso y su resistencia como una comunidad indígena.

A través de explotar turismo comunitario donde el actor principal será el poblador de cada comunidad, motivaremos a seguir manteniendo las actividades ancestrales en su diario vivir evitando más migración a la grandes ciudades.

Con un servicio personalizado y la convivencia en hogares indígenas donde le turista sabrá cómo vive un indígena y su relación con la naturaleza y el desenvolvimiento de sus costumbres y tradiciones en un medio geográfico andino.

Capacitando a la población acerca de cultura de servicio y como desarrollar turismo comunitario, y de la misma forma con profesionales calificados para el manejo de los recursos turísticos naturales y culturales a aprovecharse.

POLÍTICAS

1. Todas las áreas dentro de la operadora tendrán personal altamente calificados con al menos un idioma adicional el Inglés.
2. La puntualidad y el respeto son el pan de cada día.
3. Domingos y feriados atención permanente.
4. Todo el personal usará una vestimenta típica del lugar para una mejor atención del turista y una excelente presentación.

DIRECCIÓN

Dentro de este proceso se detallarán las funciones de cada área y las tareas encomendadas.

GERENTE

- Tomará dediciones dentro de las actividades de la operadora y de los servicios que prestará la misma.

- Dirigirá actividades y tareas con las distintas áreas.

- Coordinará tareas con las distintas áreas.

- Controlará funciones de cada área.

- Mantendrá reuniones semanales con los representantes de cada área; vigilará el cumplimiento de los servicios, bajo los principios de calidad y buen trato.

- Hará selección de personal calificado para cada área, según las necesidades requeridas.

- Mantendrá una comunicación constante con cada área.

- Buscará nuevas estrategias de mercado y negociaciones para la operadora y así mantener un nicho de mercado proyectando a conquistar a los potenciales.

ÁREA DE OPERACIONES

- Diseñar paquetes turísticos dentro y fuera de las comunidades.

- Planificar servicios para las demandas de temporada alta y baja de las comunidades.
- Organizar salidas dentro de la provincia conectando a la red con otras comunidades indígenas de Imbabura.
- Mantener constantes comunicaciones con otras comunidades indígenas para ofertar nuevos destinos y servicios.
- Tener constante comunicación con el Gerente y dar a conocer el desenvolvimiento de sus actividades.
- Crear paquetes turísticos dentro y fuera de la provincia.
- Mantener un desenvolvimiento de sus labores con responsabilidad y ética profesional.

ÁREA DE PUBLICIDAD Y MARKETING

- Hacer un estudio de marketing
- Promocionar los servicios de la Operadora y de la comunidad.
- Establecer canales de distribución.
- Buscar nuevas conexiones y nuevas innovaciones para la publicidad del producto.
- Informar de todas las actividades al gerente.
- Dar a conocer por medio de un escrito el funcionamiento del área.

- Generar innovaciones para la publicidad así como estrategias de marketing.
- Estar al día con las nuevas innovaciones de mercadeo.
- Realizar buenas negociaciones para el producto.
- Siempre estar en constante comunicación con el cliente.
- Establecer y mantener una buena relación de comunicación con el gerente y las demás áreas.
- Trabajar de manera eficiente y precisa para registrar y documentar el pedido.
- Conservar los datos sobre las reservaciones de los clientes en el cual influyen los detalles pertinentes acerca de la estancia, forma de pago, nombre del cliente y los servicios opcionales.

ASISTENTE DE MANTENIMIENTO

- Se encargará del mantenimiento o limpieza de la Operadora Turística.
- Será responsable de una imagen pulcra, acogedora ante los ojos del turista. COUNTER ASSISTANCE.
- Tener relación directa con el cliente
- Atender al público
- Dar información
- Hacer reservaciones
- Conocer el producto que está vendiendo y están en promoción temporal.

GUIAS

- Guiar de manera eficaz al turista
- Dar la información correcta
- Solucionar problemas
- Asistir y vigilar la seguridad del turista
- Sugerir la visita de otros lugares
- Satisfacer las necesidades del cliente

CONTROL

El gerente deberá tener mecanismos y técnicas para controlar el desenvolvimiento de cada área y de cada representante. Se aplicará como forma de evaluación de actividades y tareas encomendadas de cada una de los encargados, a través de la comunicación verbal y escrita.

COMUNICACIÓN ESCRITA

Todos y cada uno de los representantes de cada área tendrán que informar de manera escrita todas las actividades que estén desarrollando dentro del área, como también de las tareas encomendadas.

Así como los problemas que existieren dentro de cada área, mantener un cronograma de trabajo semanal, y evaluar continuamente la manera como se sienten los empleados dentro de la operadora.

COMUNICACIÓN VERBAL

Se realizará reuniones semanales con cada representante de cada área, para saber y conocer las falencias de cada departamento y los problemas que existieren, como conocer las nuevas inquietudes de los usuarios. Evaluar cuál ha sido el grado de satisfacción de los turistas en

cada servicio utilizado y prestado por la Operadora. De esta forma, se tomará decisiones conjuntamente con el personal y priorizar siempre la calidad en el servicio, así como en el desempeño de las actividades de los empleados y desencadenar un ambiente laboral de trabajo tranquilo, apacible.

REQUISITOS PARA OBTENER LA PATENTE MUNICIPAL

MARCO LEGAL

El Art. 382 de la Ley de Régimen Municipal establece la obligatoriedad de obtener la Patente y, por ende, el pago de impuesto, (Art. 381), para todos los comerciantes e Industriales que realizan actividades económicas dentro de los límites del Ilustre Municipio de Otavalo, así como ejerzan cualquier actividad económica.

¿DÓNDE? ¿CÓMO TRAMITAR?

Para obtener la Patente de una persona natural deberá inscribirse en el Registro de Comerciantes, ubicado en el Cantón Otavalo.

1. Formulario de Declaración del RUC
2. Copia de la Cedula de Identidad del propietario.
3. Copia de Papeleta de votación.

PERSONAS JURÍDICAS

1. Escritura de Constitución de la Empresa.
2. Resolución de la Superintendencia de Compañías de aprobación de constitución.
3. Copia de la cédula de identidad del representante.
4. Papeleta de Votación, copia.

EXONERACIONES

La única exoneración que se opera en este impuesto favorece a los ARTESANOS CALIFICADOS, previa la presentación de la calificación artesanal y del carné otorgado por los organismos autorizados.

ACTUALIZACIÓN DE DATOS

El contribuyente deberá presentar una solicitud con los nuevos datos y adjuntar copias de la cédula de identidad y del RUC.

IMPUESTO DEL 1.5 x 1.000

Es el tributo que está regulado por los Arts. 30 al 36 de la Ley No 006 de Control Tributario Financiero, y se calcula sobre los activos totales de los contribuyentes que ejercen actividades económicas dentro del Ilustre Municipio.

¿QUIÉNES PAGAN?

Deben pagar este impuesto las personas naturales, jurídicas, sociedades de hecho y negocios individuales, nacionales o extranjeros domiciliados en el Cantón, que ejerzan actividades económicas, industriales y financieras y que estén obligados a llevar contabilidad, de acuerdo con lo que dispone la Ley del Impuesto a la Renta y su Reglamento.

PLAZO PARA DECLARAR

Este tributo que corresponde al activo total del año anterior, se declarará y se cancelará hasta 30 días laborables después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la renta.

Los contribuyentes que desarrollan sus actividades en más de un cantón, deberán presentar su declaración del impuesto en el cantón donde funcione su domicilio personal especificando el porcentaje de los ingresos obtenidos en cada cantón.

EXONERACIONES

Están exoneradas las entidades de derecho público y todas las demás que determinan las leyes y ordenanzas vigentes.

DOCUMENTOS

Los contribuyentes deberán presentar los siguientes documentos:

1. Formulario de declaración del 1.5 x 1.000
2. Estados Financieros otorgados por las instituciones respectivas.
3. Pago de la Patente del año anterior y del 1. 5 x 1.000
4. RUC actualizado
5. Carné del Contador
6. Cédula del Gerente
7. Copia de la papeleta de votación del gerente.

NOTA: Todos los documentos deberán ser presentados en originales y copias.

COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA (CIA LTDA)

Constitución

La constitución de una compañía de responsabilidad limitada requiere necesariamente de escritura pública y de la aprobación de la superintendencia de Compañías, que le dará si encuentra que se han cumplido las exigencias legales.

La misma entidad ordenará la publicación de un extracto de la escritura en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y la inscripción de la escritura en el Registro Mercantil. Dicha inscripción marca el principio de existencia de la compañía.

Número de Socios

Para la constitución de esta compañía se necesita un mínimo de tres socios y un máximo de quince socios. Sin embargo las compañías constituidas por dos socios con anterioridad a la vigencia de la ley que fijó en tres el número mínimo de socios, conservan su validez.

Capacidad

Puede intervenir en la constitución de esta compañía cualquier persona natural, siempre que tenga capacidad civil para contratar.

Razón Social o Denominación

Una compañía de responsabilidad limitada podrá hacer el comercio bajo una razón social o una denominación objetiva.

La razón social es una fórmula enunciativa en que se incluyen los nombres de uno o más de los socios, aun cuando estén aludidos en forma imperfecta, es decir por medio de los apellidos.

La denominación objetiva, es decir referida al objeto social, deberá distinguirse claramente de la de cualquier otra compañía y constituye su propiedad, por lo cual no podrá ser utilizada por ninguna otra, ni siquiera con su consentimiento.

Capital

El capital mínimo que se requiere para una constitución de una compañía de responsabilidad limitada es de 80, 00 dólares.

En todo caso, ni la constitución del capital ni su aumento podrán ser hechos mediante suscripciones públicas.

OBLIGACIONES DE LA COMPAÑÍA

Adicionalmente a la inscripción en el Registro Mercantil, será necesaria la afiliación de la Compañía a una de las Cámaras de la Producción del país, según sea la Naturaleza de las actividades que realice.

CÁMARA DE TURISMO

Para la afiliación de la empresa a la Cámara, se deben presentar los siguientes documentos:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución de la Compañía o aumento de capital o Reforma de estatutos si los hubiere, tratándose de personas jurídicas.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en las oficinas del Registro Mercantil.
3. Certificado de la Dirección de Propiedad Intelectual.
4. Registro único de Contribuyentes.
5. Copias de Cédulas de Ciudadanía de los socios.

6. Inventario Valorado (firmado por el interesado)

7. Lista de Precios (firmado por el interesado) S. Número de Patente.

MINISTERIO DE TURISMO

Para obtener la licencia de funcionamiento como operadora de turismo, se deben presentar en el Ministerio de Turismo los siguientes documentos:

- Copia Certificada de la Escritura de Constitución de la Compañía.
- Nombramiento del Representante Legal (Hoja de Vida)
- Capital Social (suscrito y pagado)
- Certificado de Dirección de Propiedad Intelectual
- Lista de Precios (firmadas por el interesado)
- Nombramientos del personal (Requerimientos, Características y funciones)
- Presentación de Programas y proyectos.

MEJORA CONTINUA DEL PERSONAL

PROGRAMA DE CAPACITACIONES (TEMARIOS)

Tema 1: SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

- Introducción al sistema de calidad
- Implantación del sistema.
- Imagen comercial
- Actividades afectadas
- Procedimientos
- Contenidos
- Desarrollo de procedimientos.

Tema 2: MANIPULACIÓN DE ALIMENTOS

- Normativa
- Contaminación de los alimentos
- Bacterias que más frecuentemente contaminan alimentos
- Mohos y parásitos
- Higiene personal
- Manipulación de alimentos
- Plan de limpieza y de desinfección
- Plan de desinsectación y desratización
- Autocontroles: análisis de peligros y puntos críticos de control (APPCC)

Tema 3: SOCIALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS

- ¿Qué es la etiqueta ecológica?
- ¿Qué ventajas presenta?
- ¿Qué incluye la definición de servicio de alojamiento turístico?
- ¿Qué requisitos hace falta cumplir para obtener la etiqueta ecológica?
- ¿Obtención y pago de tasas administrativas?
- ¿Cómo se tramita la documentación?

TEMA 4: CALIDAD EN EL SERVICIO

- Concepto de servicio
- Características de servicio
- Tipos de servicio
- La clasificación de los servicios
- Concepto e importancia de cliente
- Tipos y necesidades de clientes
- Concepto de calidad en el servicio
- Componentes de la calidad en el servicio
- Importancia de la calidad en el servicio
- Formación de alianzas y comités necesarios para impulsar el desarrollo sustentable dentro de la Red.

TEMA 5: EDUCACIÓN AMBIENTAL

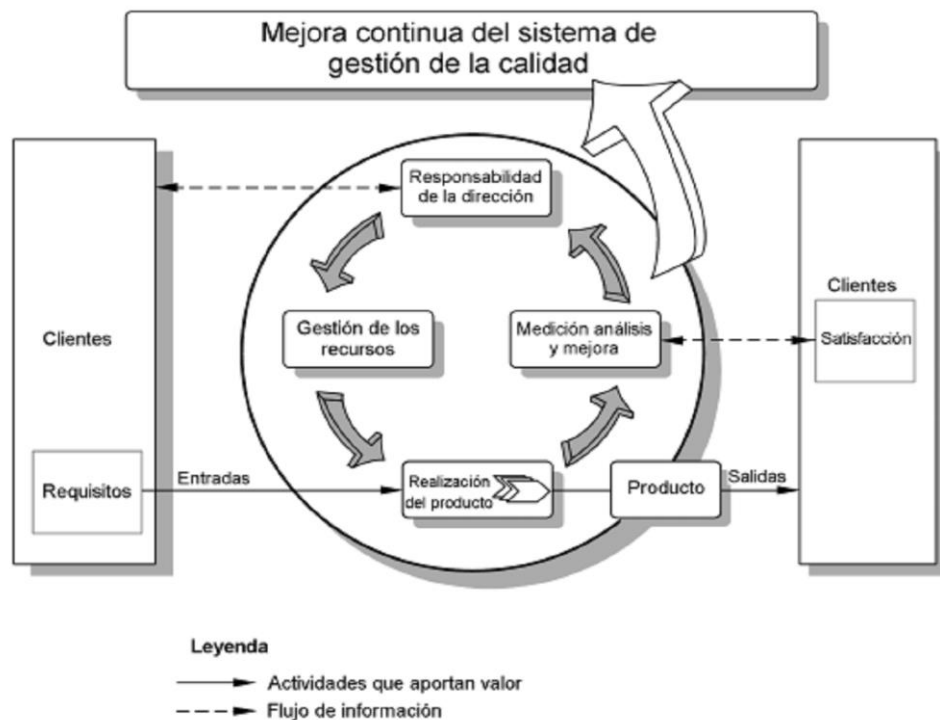
- Importancia de conservar los bosques y el rol que cumplen los animales silvestres para la conservación del ambiente.
- Prevención de incendios forestales.
- Especies endémicas de flora y fauna
- Campaña de sensibilización sobre el manejo de la basura.

TEMA 6: ADECUACIÓN E IMPLEMENTACIÓN TURÍSTICA

- Implementación de letreros informativos (internos) sobre el manejo de la basura.
- Adecuación y señalización de rutas turísticas con la colaboración de pasantes y entidades públicas.
- Capacitación y formación de talentos locales de manera que lideren las acciones identificadas en el Plan.
- Levantamiento de libros de visita con el fin de copilar información de la demanda existente.

MEJORA CONTINUA DEL SISTEMA DE GESTIÓN DE CALIDAD

Es necesario señalar que en los actuales momentos para que las organizaciones mejoren su imagen corporativa se les exigen estándares de calidad regidos por la normativa internacional ISO 9001, es apropiada para servicios para que la red de turismo comunitario Imbakucha empiece con un verdadero proceso de gestión de calidad con parámetros sostenibles, es necesario que se comiencen a trabajar en ellos para ello citamos un organigrama que indica este proceso.



Es necesario para una organización adaptar su(s) sistema(s) de gestión existente(s) con la finalidad de establecer un sistema de gestión de la calidad que cumpla con los requisitos de esta Norma Internacional.

- **Lineamientos**

Las organizaciones de turismo pueden tener en operación varios sistemas de gestión, formales o no formales, con el objetivo de atender otros aspectos como por ejemplo: la gestión ambiental, la gestión financiera, la gestión de recursos humanos, la gestión de la seguridad y salud ocupacional de sus empleados.

La NB/ISO 9001 se ha diseñado de forma tal que sea totalmente compatible con otros sistemas de gestión, de tal manera que es recomendable y útil que las organizaciones traten de integrar todos sus sistemas de gestión. De esta forma se podría maximizar los resultados obtenidos en la aplicación de estos conceptos.

- **Objeto y campo de aplicación**

Esta norma internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión calidad en cuando a organización necesita:

- a) Demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos que satisfagan los requisitos del cliente, los legales y reglamentarios aplicables

- b) Aspira a incrementar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente, legales y reglamentarios aplicables.

Este es el objetivo primario del sistema de gestión de la calidad derivado de la NB/ISO 9001 y es con este objetivo que se pueden lograr los máximos beneficios.

En forma paralela, una organización puede desear demostrando que provee servicios consistentes satisfaciendo los requisitos legales y de los clientes. Esta demostración puede ser requerida por una disposición legal por niveles superiores dentro de la estructura de la organización.

En todos los casos la demostración es verificada a través de un esquema de auditorías dispuestas por el solicitante de la demostración o por un organismo de tercera parte (denominado organismo de certificación). Sin embargo, es conveniente reforzar la idea de que los beneficios de la implementación de un sistema de gestión de la calidad se

logran, principalmente por la implementación, mantenimiento, mejora del sistema y en forma adicional demostrar de la eficacia del mismo a través del esquema de auditorías antes mencionadas.

IMPACTOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN

La implementación de las propuestas técnicas descritas en el Plan ayudará a mejorar la oferta turística del cantón Otavalo y por lo tanto de la provincia de Imbabura. Los servicios que se brindarán en el área ayudarán a crear una conciencia de valoración y protección de los bienes del patrimonio natural y cultural de la zona. A pesar que decimos que el turismo es una industria sin chimenea, la verdad es que causan otros tipos de impactos negativos pero este lugar servirá precisamente para educar y concientizar a todos los visitantes sobre la importancia de preservar lugares como estos, brindando parámetros de cómo se debe comportar un visitante para causar el menor número de impactos negativos.

Cultura

Con la implementación de este proyecto se le dará una identidad propia de la región lo cual será empatado con otros proyectos similares como el QhapaqÑan, circuitos turísticos etno-culturales y etno-ecológicos, rutas para ciclismo de montaña la Ruta de la Libertad entre otros que el Municipio de Otavalo emprenderá en el futuro. Por ello el impacto será más bien positivo porque una zona con identidad ayudará a revitalizar y fortalecer las manifestaciones culturales de la región que servirán para enriquecer los atractivos para los visitantes.

Ambiente

Con la aplicación de este proyecto se tendrá un mejor control sobre los desechos sólidos especialmente. No se tratará de colocar basureros a cada metro de las rutas sino concientizar a los visitantes para que los desechos generados de manera individual o grupal, sean llevados a los tachos o colectores ubicados fuera del área de interés pero dentro de la comunidad. Esto ayudará a coordinar su movilización a través de la unidad de desechos de la municipalidad para que sean dispuestos en el relleno sanitario.

Igualmente se podrá controlar los incendios forestales a través de la guardia forestal comunitaria. Para ello se capacitarán a los mismos pobladores en este tema para que sean ellos quienes controlen y prevengan las quemas. En el caso de que suceda, se coordinara una minga comunitaria para apagarla lo más rápido posible también se podrá contar con los bomberos de Otavalo. Simultáneamente se mejorará el plan de reforestación con especies nativas lo cual se incluirá el apoyo e inserción de instituciones educativas aledañas con el fin acrecentar la sensibilidad ecológica; Esto a su vez ayudará a corto y mediano plazo ya que se podrá contar con un bosque-jardín etnobotánico, con lo cual se incrementará los atractivos dentro de las comunidades. Estas plantas servirán además para la educación ambiental y para el uso medicinal por parte de la comunidad local.

Económico

Respecto de las comunidades aledañas se tendrán mejores oportunidades de implementar sus propias iniciativas de negocios comunitarios o familiares, con lo que podrán diversificar su economía y así ayudar a mejorar las condiciones de vida de sus miembros.

Educativo

Este trabajo quedará para futuros estudiantes de la carrera de Turismo, así como para estudiantes de los diferentes niveles de educación, como fuente de consulta e incentivo para crear nuevas ideas tendientes a mejorar el estado actual de los sitios naturales y culturales de nuestra provincia.

ACCIONES Y ESTRATEGIAS

Es un documento técnico que identifica las potencialidades y limitaciones, las prioridades y los proyectos comunitarios que orientan al logro integral de la comunidades que integran la red de turismo comunitario Imbakucha, que permitirá mejorar la calidad de vida de los habitantes de la misma, para la construcción de una sociedad más justa.

Actividades del Modelo de Gestión

ESLABÓN	ACTIVIDADES EN LA CADENA	ACTORES DIRECTOS	ESTRATEGIAS	MES															
				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO			
				1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
a). Recursos e infraestructura	Levantamiento de Atractivos. Culturales. Naturales Artificiales.	Ministerio del ambiente. - Ministerio de turismo.	En este caso la academia (autores) ayuda a la actualización catastral que debería ser realizada anualmente por el MINTUR																
b) Proveedores de alimentos.	Huertos comunitarios - Tiendas de abastos. - Tercenas locales.	Comunidades indígenas	Capacitar a los productores sobre técnicas de cultivo orgánico y manipulación de alimentos																

Los eventos de difusión del presente proyecto se han realizado con la metodología de Charla Taller para mejor entendimiento en estos sectores.

En la parte inicial de las conferencias, se explicaron los antecedentes de la red de turismo comunitario, los resultados del diagnóstico realizado, así como las estrategias a aplicarse para mejorar la gestión de la misma. Dichas charlas a manera de taller participativo se las ha realizado con las comunidades que integran la red Imbakucha; estuvieron los representantes de la Unidad de Turismo del Cantón Otavalo, para que se creen precedentes para la continuidad del proceso y también la firma de convenios cooperativos en bien del desarrollo de la red Imbakucha.

6.9. IMPACTOS

Una vez que se ha estructurado un marco teórico, se ha determinado la metodología de la investigación, se ha analizado e interpretado los resultados y se ha concluido con la propuesta, se da solvencia técnica a la presente investigación con un análisis técnico de los impactos que en diferentes áreas o ámbitos genere el proyecto en el contexto de éste.

Para el presente análisis de impactos, de las varias metodologías existentes se ha utilizado una que por su sencillez y eficiencia resulta conveniente aplicarla y que tiene la siguiente estructura o metodología.

Se determina varias áreas o ámbitos generales en las que el proyecto influirá positiva o negativamente. En el presente caso se ha determinado las áreas social, económico, educativo y ecológico.

Se seleccionó un rango o parámetro de niveles de impacto positivo y negativo de acuerdo a la siguiente tabla:

RANGO	SIGNIFICADO
-3	Impacto alto negativo
-2	Impacto medio negativo
-1	Impacto bajo negativo
0	No hay impacto
1	Impacto bajo positivo
2	Impacto medio positivo
3	Impacto alto positivo

Se construye para cada una de las áreas una matriz en la que horizontalmente se ubican los niveles o rangos de impacto establecidos en la tabla anterior; mientras que verticalmente se determina una serie de indicadores que nos permitan tener información específica y puntual del área analizada.

A cada indicador de área se asigna un nivel de impacto positivo o negativo, en consecuencia de la influencia del indicador. A continuación se encuentra la sumatoria de los niveles de impacto de los indicadores,

la misma que será dividida para el número de indicadores establecidos en cada área, obteniendo de esta manera matemáticamente el nivel de impacto del área en estudio.

Bajo cada matriz de área se realiza un breve análisis, indicador por indicador, en el que se mencione y argumente las razones, motivos, circunstancias que conllevaron a asignar el nivel de impacto al indicador de la matriz.

El procedimiento detallado anteriormente lo utilizamos para las demás áreas o ámbitos de impacto.

Finalmente es siguiente capítulo con un análisis global o general de los impactos, para lo cual se utiliza una matriz en la que verticalmente ubicamos las áreas de impacto en sustitución de los indicadores y obtenemos matemáticamente dividiendo la sumatoria para el número de áreas el nivel general de impacto del proyecto.

6.9.1. IMPACTO SOCIAL

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
-Fuentes de trabajo							X
-Bienestar social						X	
-Calidad de Vida						X	
-Vinculación con la comunidad							X
TOTAL:						4	6

Nivel de impacto social

$$= \frac{N}{N \text{ de indicadores}} = \frac{10}{4}$$

$$= 2.5$$

$$= 3$$

Análisis:

Fuente de trabajo.- se ha calificado con 3 porque la implementación del Plan de gestión y desarrollo del turismo comunitario, brindara en forma directa puestos de trabajo a todos los miembros de la comunidad.

Bienestar social.- se ha calificado con 2 por que la comunidad recibirá mayor atención de parte de las autoridades que mejorarán los servicios básicos de la zona.

Calidad de vida.- calificado con nivel 2 porque gracias a las fuentes de trabajo que se crearan con el presente proyecto ayudara a mejorar su calidad de vida en el hogar y en la comunidad.

Vinculación con la comunidad.- se lo ha calificado con nivel 3 porque el proyecto se desarrollara e involucrará directamente a los miembros de las comunidades.

6.9.2. IMPACTO ECONÓMICO

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
-Ingresos económicos						X	
-ingresos de divisas						X	
-Activación del sector turístico						X	
-Servicios complementarios						X	
TOTAL:						8	

Nivel de impacto Económico

$$= \frac{N}{N \text{ de indicadores}} = \frac{8}{4}$$

$$= 2$$

Análisis:

Ingresos económicos.- se le ha dado un nivel 2, debido a la implementación del Plan de Gestión, creará fuentes de trabajo, habrá mayores ingresos o ingresos extras para los que se involucren directa como indirectamente en el proyecto.

Ingreso de divisas.- con un nivel 2, ya que la demanda de turistas extranjeros requerirá un mayor número de productos y servicios, hace que se incremente el flujo económico de nuestro país.

Activación del turismo.- calificado con nivel 2 ya que las mejoras en la activación del turismo serán de forma lenta mientras se ejecuta el proyecto, permitirá a otros sectores productivos beneficiarse de forma indirecta como son los servicios de alimentación, hospedaje, diversión entre otros.

Servicios complementarios.- se lo ha calificado con nivel 2, el Plan de Gestión generara un efecto multiplicador, no solamente los actores involucrados en los servicios turísticos serán beneficiarios, sino también distintas áreas de producción y servicios.

6.9.3. IMPACTO EDUCATIVO

Indicadores \ Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
-Valoración							X
-Fuente de consulta						X	
-Conocimiento cultural						X	
-Investigación y desarrollo					X		
TOTAL:					1	4	3

Nivel de impacto Educativo

$$= \frac{N}{N \text{ de indicadores}} = \frac{8}{4}$$

$$= 2$$

Análisis:

Valoración.- calificado con nivel 3, el presente proyecto también busca forjar un compromiso con la comunidad para proteger, preservar y cuidar el ecosistema, al cual llegan los turistas y visitantes.

Fuente de consulta.- con un nivel 2, el proyecto servirá de fuente de consulta para las personas que requieran adquirir conocimientos sobre el desarrollo turístico en las comunidades que integran la red Imbakucha.

Conocimiento cultural.- se ha calificado con un nivel 2, por que la convivencia entre los miembros de la comunidad y los turistas tanto nacionales como extranjeros generara un intercambio cultural y un fortalecimiento del conocimiento cultural de las comunidades de la red Imbakucha.

Investigación y desarrollo.- calificado con nivel 1, ya que es un proceso metódico y sistemático que lo planifica a mediano y largo plazo, permitirá incentivar la investigación y el desarrollo de nuevas actividades gracias a las oportunidades y la variedad de recursos turísticos de la zona.

6.9.4. IMPACTO ECOLÓGICO.

Nivel de Impacto	-3	-2	-1	0	1	2	3
Indicadores							
-Conservación de la ecología							
-Buenas prácticas ambientales						X	X
-Respeto a la flora y fauna						X	
-Recuperación de las zonas descuidadas						X	
TOTAL:						6	3

Nivel de impacto Ecológico

$$= \frac{N}{N \text{ de indicadores}} = \frac{9}{4}$$
$$= 2$$

Análisis:

Conservación de la ecología.- calificada con nivel 3, para que el turismo ecológico – comunitario sea una actividad sustentable, se requiere que todos los que forman parte de la zona de influencia y los turistas tomen medidas para la conservación de la biodiversidad existente.

Buenas prácticas ambientales.- con un nivel 2, el proyecto recomienda a la comunidad y a los turistas realizar actividades turísticas tomando en cuenta las buenas prácticas ambientales, ya que toda actividad produce cambios e impactos sobre los recursos se debe priorizar el respeto y la conservación.

Respeto a la flora y fauna.- con un nivel 2, el turismo ecológico – comunitario despierta la necesidad de concientizar a la población y a los visitantes al cuidado y buen manejo de los recursos naturales con los que se cuenta en esta zona.

Recuperación de las zonas descuidadas.- con un nivel 2, porque las zonas de la Red Imbakucha que implementa el proyecto se fortalecerá la lucha contra actividades que destruyan los recursos naturales y ayudara a fortalecer los recursos culturales de las comunidades que lo integran.

6.9.5. IMPACTO GLOBAL.

Indicadores	Nivel de Impacto						
	-3	-2	-1	0	1	2	3
-Social							X
-Económico						X	
-Educativo						X	
-Ecológico						X	
TOTAL:						6	3

NIVEL DE IMPACTO GLOBAL

$$= \frac{N}{N \text{ de indicadores}} = \frac{9}{4}$$

= 2 = Impacto medio Positivo

6.10. DIFUSIÓN

La presente propuesta se ha socializado con los actores involucrados tanto públicos como privados; en esto podemos mencionar, que se contó con datos veraces gracias a la colaboración y disposición de información técnica a través del GAD'S y representantes que encabezan las iniciativas comunitarias como lo es el Sr. Antonio Maldonado a través de la red Imbakucha, con el objeto de dar un mejor porvenir a la población rural.

Además se consideró pertinente establecer alianzas comerciales a través de "TRIP ECUADOR", operadora turística que aporta en la difusión de productos turísticos.

6.11. BIBLIOGRAFÍA

6.11.1. MATERIALES DE REFERENCIA

1. Acosta, Alberto. El buen vivir, una oportunidad por construir, Ecuador Debate (2009-02-16)
2. Blanco, Marvin. Evaluación del potencial turístico (2008)
3. Boff Leonardo Ecología; Grito de la tierra, grito de los pobres (2009)
4. Elbers J.; Ciencia Holística para el buen vivir (2007)
5. Hevia Antonio Elizalde; Desde el desarrollo sustentable hacia Sociedades sustentables. Revista Online de la Universidad Bolivariana de Chile Volumen 1 número 4(2003)
6. Howard Rifking; Desarrollo a escala humana (2009)
7. León Magdalena; Gestión de destinos turísticos (2010)
8. OMT (2012)
9. Quirola Pablo; El Recurso turístico (2012)
10. Sergio Molina; El Turismo Ecología y Cultura (2011)
11. Tomas Sánchez; La historia construida. Volumen 1(2009)
12. HinkelammertHanz; Desarrollo a escala humana (2008)
13. López-Bonilla J. M. y López- Bonilla L.M. 2008; Gestión administrativa
14. Harold KOONTZ; HEINZ WEIHRICH. (2004) Libro Administración una Perspectiva Global 12ª Ed. Francesc Valls
15. Tamma 2000
16. Raymond Williams; Cultura (1994)
17. Moya Alba; Transmisión Cultural (2000)

18. Jorge O; Patrimonio Cultural y Patrimonio Turístico (2008)
19. Solís 2005; Turismo Comunitario
20. Ruiz Solís 2007; Turismo Comunitario, gestión del turismo
21. Isabel Diéguez; Ana Gueimonde; Ana S. Cantorna; Lidia Blanco, (2011), Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad.

6.11.2. Linkografía

1. http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_del_conocimiento
2. TOVAR Johana, 24 DE OCTUBRE, <http://johanatov.blogspot.es/> (2008)
3. webdefinicion.com
4. <http://definicion.de/modelo-de-gestion/#ixzz2IDy5ILh9>, (2008-2013)
5. http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_comunitario, (2013)
6. http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=76&Itemid=60, (2013)
7. <http://comunitariacauces.blogspot.com/>

6.12. ANEXOS

ANEXO 1

TABULACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LA POBLACIÓN DE LA RED IMBAKUCHA, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

CUESTIONARIO

1.- Sexo

a) Masculino ()

b) Femenino ()

2. Edad _____

3. Identifique los establecimientos de alojamiento existentes en la comunidad

a) Hoteles ()

b) Moteles ()

c) Hosterías ()

d) Hostales ()

e) Hospedaje comunitario ()

f) Camping ()

g) Ninguna de las anteriores ()

4. Identifique los establecimientos de alimentos y bebidas existentes en la comunidad

- a) Restaurantes ()
- b) Bares ()
- c) Cafeterías ()
- d) Cantinas ()
- e) Tiendas ()
- f) Kioskos de comida ()
- g) Alimentación en casas comunitarias ()
- h) Ninguna de las anteriores ()

5. ¿Cuáles de los siguientes establecimientos y servicios, usted reconoce, dentro de la red Imbakucha?

- a) Agencia de viajes comunitaria ()
- b) Guías de turismo ()
- c) Operadoras de turismo ()
- d) Información al turista ()
- e) Ninguna de las anteriores ()

6. ¿En qué condiciones se encuentran las vías de acceso a las comunidades que forman parte de la red de turismo comunitario Imbakucha?

- a) Excelente ()

b) Muy buena ()

c) Buena ()

d) Regular ()

e) Mala ()

7. ¿Cómo calificaría usted a la señalización vial que se encuentra en las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha?

a) Excelente ()

b) Muy buena ()

c) Buena ()

d) Regular ()

e) Mala ()

f) Pésima ()

8. ¿Existe señalización turística dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha?

a) si ()

b) no ()

9. ¿Qué tipo de servicio telefónico usted posee?

a) Solo teléfono celular ()

b) Solo teléfono convencional ()

c) Ambos ()

d) Ninguno ()

10. ¿Existen servicios de internet dentro de la red Imbakucha?

a) si ()

b) no ()

11. ¿Qué tipo de agua usted consume con mayor frecuencia?

a) Agua potable ()

b) Agua de pozo ()

c) Agua de río ()

d) Agua de vertiente ()

e) Agua de acequia ()

f) Agua embotellada ()

12. ¿Existe sistema de alcantarillado dentro de la red Imbakucha?

a) si ()

b) no ()

13. ¿Existe servicio de energía eléctrica dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha?

a) si ()

b) no ()

14. Reconozca las organizaciones que tiene la red de turismo comunitario Imbakucha

- a) Junta parroquial ()
- b) Comité de Barrio ()
- c) Directiva comunitaria ()
- d) Comité de desarrollo ()
- e) Clubes ()
- f) Asociaciones de turismo ()

15. ¿Qué actividad económica realiza usted?

- a) Agricultura ()
- b) Caza ()
- c) Avicultura ()
- d) Pesca ()
- e) Ganadería ()
- f) Minería ()
- g) Artesanías ()
- h) Transporte ()
- i) Comercio ()
- j) Construcción ()
- k) Turismo ()
- l) Otros ()

16. ¿Considera usted a la red de turismo comunitario Imbakucha como un atractivo turístico?

a) si ()

b) no ()

17. ¿Qué tipo de turista viene a su comunidad con mayor frecuencia?

a) nacional ()

b) extranjero ()

18. Según su apreciación, califique el nivel de gestión de turismo comunitario por parte de las autoridades, dirigentes o personas que están al frente de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha.

a) Excelente ()

b) Muy bueno ()

c) Bueno ()

d) Regular ()

e) Malo ()

f) Pésimo ()

19. Dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha, ¿existen normas y reglamentos aplicados a la actividad turística?

a) si ()

b) no ()

20. ¿Cuáles, cree usted, son los principales motivos por los cuales los turistas visitan las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha?

a) artesanías ()

b) tradiciones ()

c) agroturismo ()

d) naturaleza ()

TABULACIÓN DE DATOS Y ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS QUE VISITAN LAS COMUNIDADES QUE CONFORMAN LA RED IMBAKUCHA, CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.

CUESTIONARIO

1. Sexo

a) Masculino ()

b) Femenino ()

2. Origen

a) Nacionales ()

b) Extranjeros ()

3. ¿Cuál fueron los principales motivos por los cuales visita la Red Imbakucha?

a) Agroturismo ()

b) Artesanías ()

- c) Tradiciones ()
- d) Paisajismo ()
- e) Otros ()

4. ¿Cuál es el mayor atractivo turístico de la red de turismo Imbakucha?

- a) naturales ()
- b) culturales ()
- c) históricos ()
- d) religiosos ()

5. ¿Cómo califica el estado actual de los atractivos naturales de la comunidad?

- a) conservado ()
- b) deteriorado ()

6. ¿Cuántas veces ha visitado la Red Imbakucha?

- a) Una sola vez ()
- b) Dos veces ()
- c) Más de tres veces ()

7. ¿Cuál fue el medio por el cual se enteró de los servicios ofrecidos por la red?

- a) Internet ()
- b) Boca a boca ()

- c) Banners ()
- d) Flyers ()
- e) AA.VV ()

8. ¿Cuál fue su nivel de satisfacción ante los servicios turísticos consumidos?

- a) alto ()
- b) medio ()
- c) bajo ()

9. ¿De qué manera realiza la reservación de un servicio turístico?

- a) Teléfono ()
- b) Internet ()
- c) Agencia de viajes ()
- d) No hace ()

10. ¿Cómo se trasladó hacia la comunidad?

- a) Bus ()
- b) Carro particular ()
- c) Caminando ()
- d) Bicicleta ()

11. ¿Qué actividades realizó durante su visita a la red Imbakucha?

- a) caminatas ()
- b) cabalgatas ()
- c) ciclismo ()
- d) senderismo ()
- e) talleres manuales ()
- f) artesanías ()

- g) fotografía ()
- h) visita a huertos ()
- i) observación de aves ()

ANEXO 2

ENTREVISTA DIRIGIDA AL DIRECTOR DE DESARROLLO ECONOMICO SOCIAL MUNICIPIO DE OTAVALO

MBA. Marcelo Lema

OBJETIVO: El presente cuestionario tiene por objeto determinar la situación actual de la gestión y desarrollo de la red de turismo comunitario Imbakucha, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura. La información es de mucho valor por motivos de investigación; ante lo cual, habrá absoluta reserva; por lo que se solicita la contestación a las siguientes preguntas de la manera más veraz:

- 1. ¿Cómo califica usted a la gestión y desarrollo del turismo comunitario en la red Imbakucha, cantón Otavalo?**
- 2. ¿En su opinion cuál es el aporte que generan las mingas en cuanto al turismo comunitario ?**
- 4. ¿Qué expectativas poseen las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha?**
- 5. Para su criterio, ¿Cuáles son las debilidades que usted ha palpado en las comunidades que componen la red de turismo comunitario Imbakucha?**

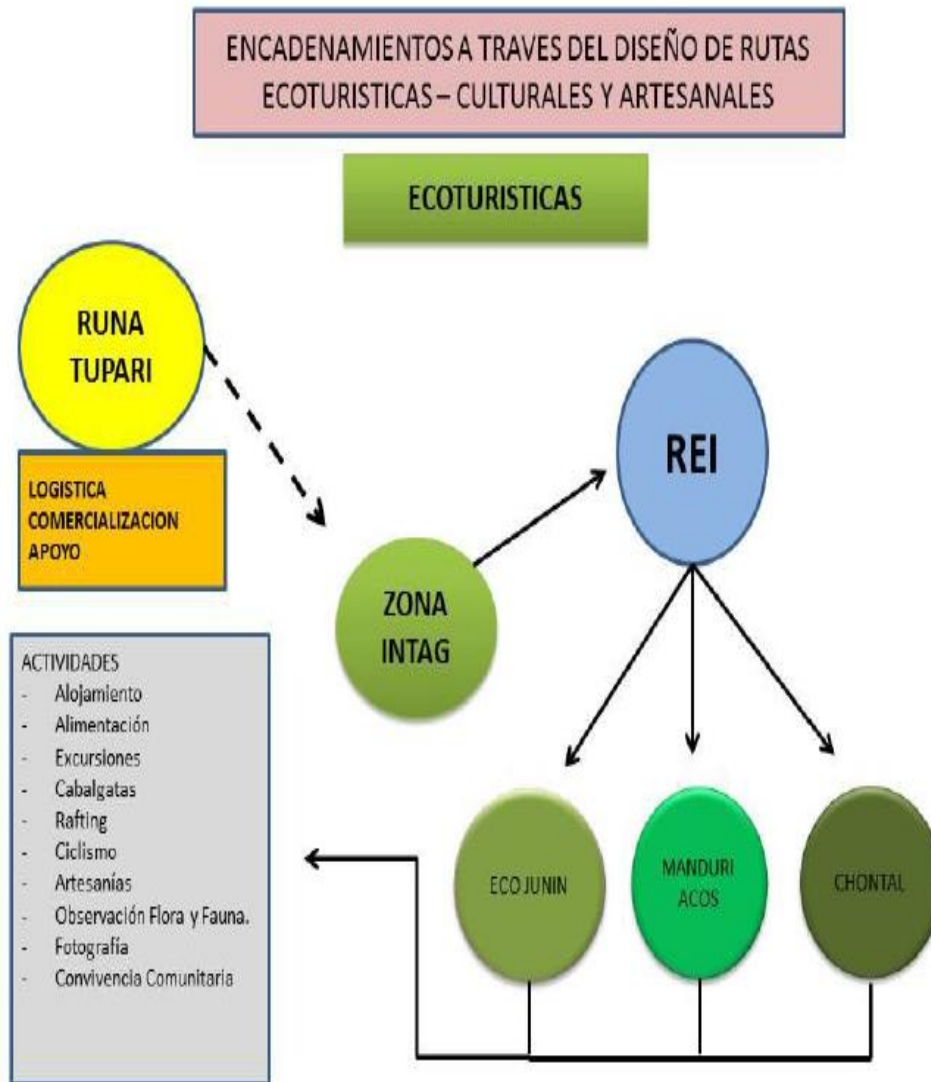
ENTREVISTA DIRIGIDA AL PRESIDENTE DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA

Sr. Antonio Maldonado

OBJETIVO: *El presente cuestionario tiene por objeto determinar la situación actual de la gestión y desarrollo de la red de turismo comunitario Imbakucha, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura. La información es de mucho valor por motivos de investigación; ante lo cual, habrá absoluta reserva; por lo que se solicita la contestación a las siguientes preguntas de la manera más veraz:*

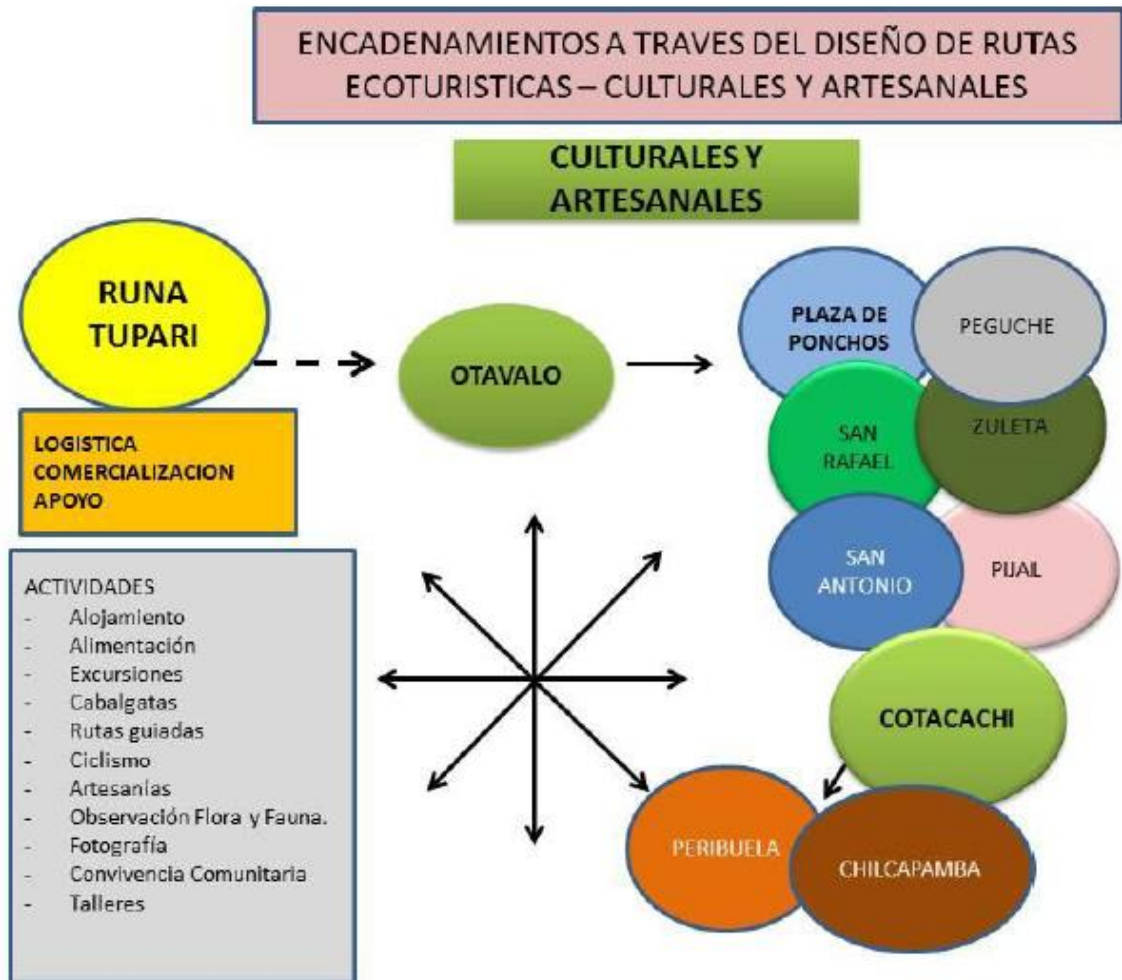
1. **¿Cómo se comercializa y difunde las iniciativas turísticas que posee la red de turismo comunitario Imbakucha?**
2. **Los productos turísticos, ¿se comercializan con alguna operadora turística?**
3. **¿Se puede conseguir réditos o recursos económicos con la actividad turística?**
4. **¿Se cuenta con apoyos gubernamentales para las proyectos y actividades turísticas dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha?**
5. **¿Existe suficiencia en preparación administrativa y contable por parte de quienes participan en emprendimientos turísticos?**
8. **Dentro de la comunidad, ¿existe un registro de visitantes?**
10. **Dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha, ¿se aplican normas y/o reglamentos?**

Anexo 3



Elaboración: Equipo consultor, grupos de trabajo, 2011

Anexo 4



¿Qué son las Buenas Prácticas Ambientales?

Las Buenas Prácticas Ambientales (BPAs) son un conjunto de acciones sencillas que implican un cambio de actitud y de comportamiento en nuestras actividades diarias, promoviendo una relación amigable con el ambiente.

Gracias a la aplicación diaria de Buenas Prácticas Ambientales podemos alcanzar rápidos y sorprendentes resultados con pequeños cambios. Este manual aborda medidas para el consumo y manejo responsable de papel, energía eléctrica, agua, y transporte, así como la gestión adecuada de residuos sólidos y una política de compras públicas sustentables. En su conjunto, estas medidas pueden generar un sinnúmero de beneficios ambientales, sociales, económicos y reducir nuestra huella ecológica.

Las Buenas Prácticas Ambientales constituyen la base para la implementación de un concepto aún más integral: el Ecoedificio. Para lograr un mayor impacto sobre el ambiente, se recomienda que, además de lo presentado en este manual, su institución considere alternativas complementarias a nivel de la infraestructura e ingeniería de las edificaciones, como la creación de terrazas y paredes ajardinadas, la instalación de paneles solares para el calentamiento de agua o para la generación de energía eléctrica, la instalación de luminarias con sensores de movimiento, sistemas de riego con agua lluvia, entre otros.



Uso adecuado del papel

Uno de los materiales más utilizados en la oficina es el papel, su consumo responsable es la mejor opción para reducir las necesidades de este material de oficina, y para el ahorro de costos, espacio y recursos naturales (principalmente árboles, energía eléctrica y agua).



- Trabaje, corrija y guarde los documentos en formato digital.



- Imprima a doble cara y únicamente los documentos necesarios, verificando previamente que estén correctos.



- Saque únicamente el número necesario de copias.



- Aproveche y priorice el uso de intranet, correo electrónico, dispositivos de almacenamiento de datos como memorias flash, cd, entre otros.



- Utilice siempre el papel por las dos caras ya sea para realizar copias o impresiones.



- Reutilice todo el papel que tenga impresiones en una sola cara; éste puede servir como borrador de documentos, copias, o block de notas.



- Imprima en calidad de borrador para evitar el derroche de tinta y facilitar la reutilización y el reciclaje de papel.



- Tenga una papelerera junto a cada mesa de trabajo para optimizar la reutilización y reciclaje de papel.



- Coloque el papel reutilizado en el contenedor dispuesto para tal fin.



¿Sabía qué?

- Para la elaboración de 100 hojas de papel se requieren 13 litros de agua.
- Para producir 10 resmas de papel se requieren 6 árboles.



Uso adecuado de la energía eléctrica

El uso eficiente y adecuado de la energía eléctrica contribuye a la reducción de emisiones de CO₂, minimizando los impactos del cambio climático.



- Apague la luz cuando no la necesite.



- Aproveche la luz solar al máximo, abriendo persianas y cortinas.



- Sugiera la instalación de mecanismos de encendido y apagado automáticos de luz en áreas poco visitadas como archivos y bodegas.



- Utilice focos ahorradores, ya que su rendimiento es mayor y son de bajo consumo.



- Apague las luces, computadores, impresoras y demás aparatos eléctricos una vez finalizada la jornada de trabajo.



- Configure los computadores en "ahorro de energía"; a menudo, este sistema se encuentra desactivado, por lo que hay que asegurar su funcionamiento. De este modo garantizará la reducción del consumo de electricidad hasta en un 50%.



- Apague el computador en caso de períodos de inactividad de más de una hora, o déjelo en la opción de suspensión.



- Desconecte el alimentador de corriente al final de la jornada, pues los equipos consumen una energía mínima, incluso cuando están apagados.



- Coloque el salvapantalla del monitor en opción "ninguno" y configure su tiempo de activación para 2 minutos.



- Realice un mantenimiento preventivo a los equipos, esto evita la pérdida de energía y optimiza su rendimiento.



- Revise periódicamente equipos, enchufes, conexiones e instalaciones eléctricas para evitar fallas.



- Selle bien puertas y ventanas, para aprovechar la eficiencia de los equipos de calefacción y refrigeración (en caso de usarlo).



- Realice la limpieza y mantenimiento de las luminarias y las ventanas; de esta manera se mejora la luminosidad y se permite el paso de la luz natural.



- Procure no utilizar el ascensor para movilizarse entre pisos.

¿?

¿Sabía qué?

- La pantalla del computador gasta un 70% del consumo energético total del equipo.
- Una pantalla promedio usa 60 Watts (W) cuando está encendida, 6,5W en modo de espera y 1W apagada.
- Un computador portátil consume en promedio de 50 a 80% menos de energía (dependiendo de las especificaciones), que cualquier PC de escritorio.
- Un foco ahorrador de 25W ilumina tanto como un incandescente de 100W, reduciendo en un 75% el consumo energético.



Uso adecuado del agua

Uno de los recursos más impactados por el cambio climático en el Ecuador es el agua, tanto a nivel de calidad, como de cantidad. El agua proviene de los diferentes ecosistemas que rodean a las ciudades (páramos, glaciares, bosques) y frente a su creciente demanda, es esencial adoptar prácticas de consumo responsable, tanto en las oficinas, como en los hogares.



- Cierre el grifo cuando no sea imprescindible: al enjabonarse y al secarse las manos.



- Cuando se cepille los dientes utilice un vaso para recoger el agua.



- Promueva la utilización de inodoros con tanques de bajo consumo en su oficina. En los inodoros tradicionales se puede ahorrar agua utilizando un contrapeso en la cisterna o tanque; puede utilizarse un ladrillo o una botella de plástico llena de agua o arena.



- Sugiera la implementación en los sistemas sanitarios, de reductores de caudales o de mecanismos que reducen la cantidad de agua y mantienen su presión.



- Cuando se bañe, cierre la llave al enjabonarse.



- Realice revisiones mensuales de tubería y grifería para evitar fugas y desperdicios.



- Promueva la revisión, reparación y regulación de los niveles de los tanques de descarga en los inodoros, los grifos, las duchas.



- Coloque aireadores de grifo, que son pequeños cabezales que se acoplan fácilmente en duchas y griferías y añaden aire al chorro de agua.



- Restrinja el lavado de las maquinarias o vehículos de la institución con mangueras, al igual que para la limpieza de las veredas, pisos o paredes. Siempre es mejor usar un balde.



- Si su institución cuenta con espacios verdes, procure instalar sistemas de riego por aspersión y utilícelos solamente en las tardes. Incluso se puede utilizar el agua lluvia recolectada desde los techos, para el riego de jardineras.

¿?

¿Sabía qué?

- El goteo de un grifo implica 30 litros de agua al día, cerca de 10.000 litros por año, lo suficiente para llenar 4 piscinas olímpicas.
- Una fuga de agua puede generar la pérdida de 200.000 litros al año, el equivalente a 80 piscinas olímpicas.



Mantenimiento y uso adecuado del transporte

Una parte central de nuestra vida diaria es la **movilización** hacia y desde el lugar del trabajo. Al no aplicarse medidas de **movilidad sustentable**, se emite un considerable número de toneladas de **CO₂** a la atmósfera, principal causa del **cambio climático**.



- Al menos un día a la semana, utilice el transporte público, bicicleta u otros medios alternativos de movilización.



- Coordine el uso compartido del vehículo con amigos, familiares, vecinos, entre otros.



- Utilice eficientemente el servicio de transporte institucional.



- Capacite a choferes respecto al mejor rendimiento del vehículo, evitando el desperdicio de combustible.



- Realice el mantenimiento constante del parque automotor de la institución.



- Mantenga y regule la presión de neumáticos para reducir el gasto de energía.



- Evite utilizar en los vehículos parrillas, guarda choques y otros elementos que provocan resistencia, esto hace que el consumo de combustible sea mayor.

-
- Los talleres de servicio automotriz en los que se realice el mantenimiento, limpieza, arreglo de automotores deberán observar una gestión adecuada de los desechos y cumplir con las regulaciones ambientales como:



1. Recolectar y tratar adecuadamente los aceites lubricantes.
2. No realizar cambio de aceite en la vía pública.
3. Evitar la contaminación del agua.
4. Reciclar o manejar de manera separada y adecuada las partes o piezas cuando sean desechos.
5. Disponer adecuadamente los neumáticos, baterías, aceites, tachos, recipientes, entre otros.
6. Controlar la vida útil de los vehículos.



¿Sabía qué?

- El motor bien afinado del vehículo ahorra hasta un 9% de combustible, lo que significa un 9% menos de emisiones contaminantes.
- Al controlar la presión de los neumáticos, se ahorra hasta un 5% del combustible y se aumenta en un 50% la vida útil de los neumáticos.



Gestión adecuada de residuos sólidos

Una de las acciones básicas en las buenas prácticas ambientales es el manejo adecuado de los residuos, aplicando la regla de las 3R:



- Reduzca la cantidad de residuos que genera. Compre solamente lo necesario, evite el desperdicio.



- Reutilice, alargue la vida útil de un producto mediante el uso repetido o el cambio de utilidad de los objetos. Una pila recargable dura 500 veces más que una pila común.



- Recicle, materiales como el plástico, papel, vidrio y cartón en buen estado, ya que son útiles para la fabricación de nuevos productos. Por ejemplo, con el PET de bebidas se elaboran escobas.

¿Cómo hacerlo?



- Coloque los residuos reciclables en los contenedores dispuestos para esto en su institución, conforme al Capítulo 1 de la Ordenanza Municipal 213.



- Contacte y entregue los residuos a un gestor autorizado, quien se encargará de la recolección, transporte y/o tratamiento de los residuos sólidos en forma ambientalmente adecuada. Usted puede encontrar el listado y datos de gestores de residuos en www.quitoambiente.gob.ec.

No son reciclables materiales como:



- Papeles sucios



- Papel diamante, mantequilla, de fax y calco



- Papel o cartón grabado o encerado



- Papel o cartón plastificado



- Vasos, platos y tarrinas desechables



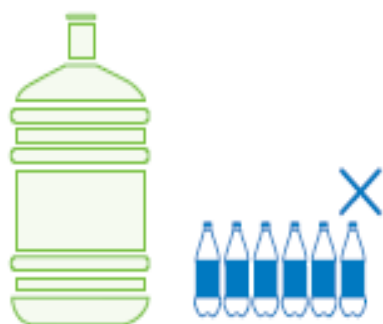
¿Sabía qué?

- Reciclando ahorramos energía, recursos y reducimos el volumen de residuos.
- El reciclaje en Quito da trabajo a miles de personas vulnerables.
- El reciclaje disminuye la cantidad de residuos que ingresan al relleno sanitario, y por lo tanto, optimiza su capacidad y vida útil.



Política de compras públicas responsables

Las buenas prácticas ambientales también se aplican a las compras públicas realizadas a nivel institucional. Es esencial que cada institución incluya criterios ambientales en las especificaciones dadas para las compras y contrataciones de bienes y servicios, tales como: el consumo / ahorro de energía eléctrica, el uso de productos reutilizables, reciclables y ecológicos, el empleo de energías renovables (como solar o eólica), la minimización de emisiones de gases contaminantes y la adecuada gestión de residuos.



- Reduzca los desechos a través de compras en envases grandes o al por mayor; evite adquirir envases personales y el exceso de envoltorios. Procure consumir productos en envases retornables.



- Adquiera productos recargables, por ejemplo, cartuchos de tinta para impresoras, pilas y baterías.



- Procure que los ofertantes de cartuchos de impresoras contemplen el servicio de recolección y manejo integral de los desechos.



- Valore la adquisición de elementos reciclados y de equipos y utensilios fabricados con material reciclado.



- Considere el uso de papel reciclado al momento de adquirir papel o elementos fabricados con este material (libros, folletos, entre otros).



- Compre detergentes biodegradables; se debe limpiar sin contaminar, garantizando que los productos tengan un etiquetado que informe sobre sus riesgos y beneficios.



- Priorice el uso de materiales y equipos con certificación o reconocimiento ambiental.



- Considere el consumo y ahorro de energía de los productos como un argumento de compra, y que la etiqueta contenga las instrucciones para el uso eficiente del producto desde el punto de vista energético.



- Descontinúe el uso de productos ambiental y laboralmente peligrosos en la limpieza institucional. No adquiera equipos de refrigeración mecánica que utilicen refrigerantes que agoten la capa de ozono, como los clorofluorocarbonados (CFCs), o que contengan gases de efecto invernadero como los hidroclofluorocarbonos (HCFCs).



- Evite el uso de vajilla desechable en eventos y reuniones. Elimine la compra de bebidas en botellas plásticas individuales y procure utilizar botellones.



- Para la adquisición de camiones, buses, camionetas, autos y otros medios de transporte, considere el consumo de combustible y la cantidad de emisiones de CO₂ que generan.



- Fomente la responsabilidad ambiental, adquiera bienes y servicios de proveedores que cumplan con los requisitos especificados en la normativa ambiental.



¿Sabía qué?

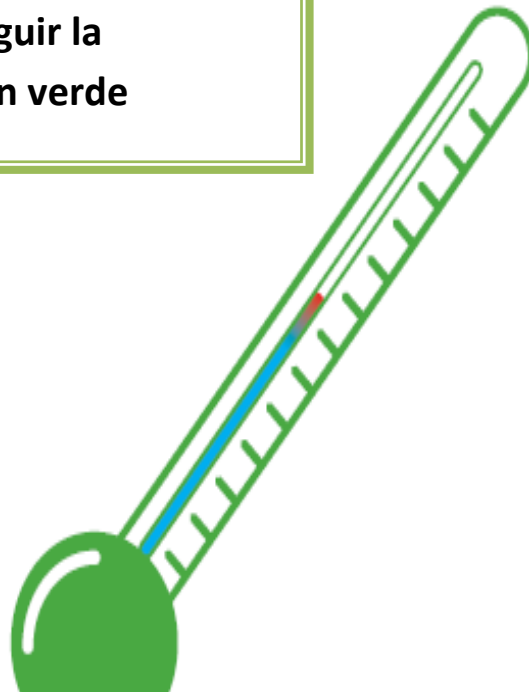
- Un quiteño promedio consume más que un ecuatoriano promedio.
- El mejor residuo, es el que no se genera; compre únicamente lo necesario.
- Una pantalla plana (LCD) consume un 50% menos de energía y emite menos radiaciones que su equivalente convencional.

¿Cómo medimos nuestras acciones?

Para evaluar el impacto de las buenas prácticas ambientales que convertirán a su institución en una ECOFICINA, cada entidad debe levantar una línea base y plantear metas de reducción de consumo que contemplen las consideraciones señaladas. Es necesario que se designe un responsable del Plan de Buenas Prácticas Ambientales dentro de cada institución, quien se encargará de monitorear y reportar los avances de manera periódica.

La información levantada y los avances serán ingresados al Sistema de Control y Monitoreo de Ecofincas del portal web de la Secretaría de Ambiente: www.quitoambiente.gob.ec. Gracias a este sistema en línea, se contará con gráficos, curvas y estadísticas que permitirán visualizar el comportamiento de la oficina y la consecución de metas en cuanto al uso adecuado de papel, energía eléctrica, agua, transporte, compras responsables y manejo adecuado de residuos sólidos.

Nota: Esto nos ayudará para conseguir la certificación verde



ANEXO 6 AGROTURISMO/TURISMO GASTRONÓMICO –“CUY A LO PIJAL”

(VER RUTA PROMOCIONAL)



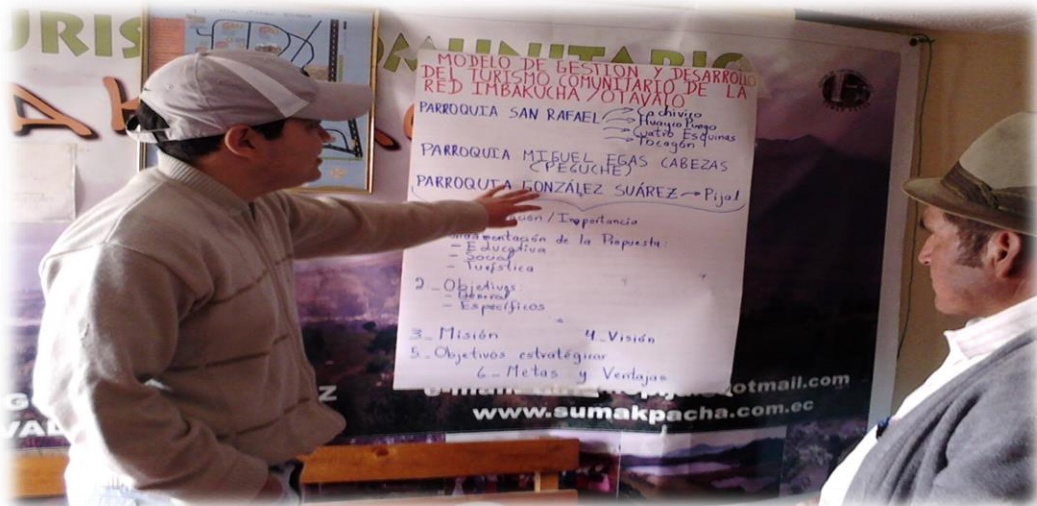
Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

ANEXO 7 SOCIALIZACIÓN COMUNA



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

ANEXO 7.1 SOCIALIZACIÓN DIRIGENTE COMUNITARIO



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

ANEXO 8 UTENSILIOS Y HERAMIENTAS



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

ANEXO 9. APLICACIÓN DE ENCUESTAS A LA COMUNIDAD PIJAL



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

ANEXO 10 LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN EN EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

ANEXO 11 ARTESANÍAS EMPRENDIMIENTO TOTORA SISA



Fuente: Aplicación de encuestas 2013
Elaborado por: Almeida D; Tapia M. (2013)

Anexo 12. PRODUCTOS TURÍSTICOS



NOMBRE DE LA RUTA TURISTICA

"TRAS LA CARA SUR DEL VIEJO IMBABURA"



MERCADO: extranjeros

PAQUETE: 25 Paxs

DURACIÓN: (3D-2N)

INCLUYE: Alimentación/cofeebreaks/cocteles + transporte+ alojamiento comunitario + guía nativo + actividades recreativas

NOTA: No incluye entrada al museo IOA

ITINERARIO

DIA 1

HORA	ACTIVIDAD	LUGAR
09:00	CHECK IN - Recepción	
09:30	Bienvenida indicaciones y asignación de habitación	Otavalo – Plaza de ponchos
10:00	Coffe break (chocobanano)	

11:00	Juegos tradicionales (trompo, canicas, zumbambicos) Fotografía	Emprendimiento Comunitario "SUMAK PACHA"
13:00	Almuerzo comunitario - Día 1 (fritada a lo pijal + papas+ tostado aji +queso+ choclo+chicha de arroz)	
19:00		
20:00	Cena (sanduche mixto y agua aromática) Noche cultural (incluye coctel y presentaciones artístico -culturales)	

DIA 2

"TRAS LA CARA SUR DEL VIEJO IMBABURA"

HORA	ACTIVIDAD	Emprendimiento Comunitario "SUMAK PACHA"
09:00	Desayuno americano (café/leche jugo+ pan+ huevos mantequilla y mermelada)	Emprendimiento Comunitario "SUMAK PACHA"

11:00	Ruta Identidad Otavaleña Traslado al Museo Instituto Antropológico Otavaleño	Otavalo
13:00	Almuerzo comunitario - Día 2 (Almuerzo cuy + papas+ choclo+ tostado+ queso+ habas+ jugo con fruta de temporada)	Emprendimiento Comunitario "SUMAK PACHA"
19:00	Cena (espagueti a la Alfredo + jugo de fruta de temporada)	
20:00	Noche cultural (fogata y leyendas)	

DIA 3

"TRAS LA CARA SUR DEL VIEJO IMBABURA"



HORA	ACTIVIDAD	Emprendimiento Comunitario "SUMAK PACHA"
-------------	------------------	--

08:00	Desayuno americano (café/leche jugo+ pan+ huevos mantequilla y mermelada)	Emprendimiento Comunitario “SUMAK PACHA”
10:00	Inicio de la - Ruta Trekking- (Nivel de dificultad - media)	Comunidad de Otavalo
12:00	1era parada (coffee break)	
13:00	Finalización de la - Ruta Trekking “Tras el corazón del taita”	
13:15	Despedida y entrega de souvenirs	

20,00

FULL DAY / EXCUSIONISTAS

“PASEO A LO PIJAL”

INCLUYE: transporte (check in- ckeckout Otavalo) Alimentación +coffeebreaks+ + alojamiento comunitario + guía nativo + actividades recreativas

NOTA: No incluye cena

Paquete: 12 PAXS



HORA	LUGAR	ACTIVIDAD	DESARROLLO
09:00	Otavaló – Plaza de ponchos	Bienvenida e indicaciones	Entrega de manillas + la bicicleta y casco
09:30	Bosque Protector de Peguche	1era parada	Reconocimiento de flora y fauna
10:15		Charla Y fotografía	“COSMOVISIÓN ANDINA”
10:30	RELOG SOLAR PEGUCHE	Coffee break Cicloruta 2da parada	“Cevichochos a lo pijal” Visita y ofrenda a la Cascada de Peguche
11:15	Visita “Cascada de Peguche”	Retorno	Comunidad Peguche - “Sumak Pacha”
12:30	Cicloruta Peguche- Pijal	Recepción de	Recepción de tickets para el

<p>13:15</p> <p>13:30</p>	<p>Comunidad “Sumak Pacha”</p>	<p>bicicletas</p> <p>Almuerzo Familiar</p>	<p>almuerzo</p> <p><u>“CUY a lo pijal”</u></p> <p>(Jugo de temporada + cuy + papas + habas choclo + melloco + pepas de zambo + ají)</p>
<p>15:00</p> <p>17:00</p>	<p>Comunidad “Sumak Pacha”</p>	<p>Agroturismo</p> <p>Recuerdos</p>	<p>Trasquilar lana a ganado ovino</p> <p>Entrega de souvenirs</p>

ANEXO 13: Imagen Corporativa.

Red Turismo Comunitario Imbakucha



ANEXO 14: MATRIZ DE COHERENCIA

Problema de Investigación: <p style="text-align: center;">Ineficiente gestión y desarrollo del turismo comunitario en la red Imbakucha.</p>		
Formulación del problema: <p style="text-align: center;">¿Cuál es la situación actual de la gestión y desarrollo del turismo comunitario en la red de turismo comunitario Imbakucha, cantón Otavalo, provincia de Imbabura?</p>	Objetivo General de la Investigación: <p style="text-align: center;">Determinar la situación actual de la gestión y desarrollo del turismo comunitario de la red Imbakucha, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura.</p>	
Título de tesis <p style="text-align: center;">ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA, EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA</p>		
Interrogantes de Investigación: <p style="text-align: center;">¿Cuáles son las características de funcionamiento administrativo y de gestión de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha?</p> <p style="text-align: center;">¿Qué cualidades caracterizan a la oferta y demanda de la red de turismo comunitario Imbakucha?</p> <p style="text-align: center;">¿Cómo potencializar el nivel de gestión y desarrollo del turismo comunitario dentro de la red de turismo comunitario Imbakucha?</p>	Objetivos específicos: <p style="text-align: center;">-Identificar las características de funcionamiento administrativo y de gestión de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha.</p> <p style="text-align: center;">-Realizar un estudio de oferta y demanda de la red de turismo comunitario Imbakucha.</p> <p style="text-align: center;">-Diseñar una propuesta para el mejoramiento de la gestión turística de la red de turismo comunitario Imbakucha.</p>	
Variable: <p style="text-align: center;">Gestión y desarrollo del turismo comunitario</p>	Dimensiones: <p style="text-align: center;">-Funcionamiento administrativo y gestión.</p> <p style="text-align: center;">-Oferta y demanda</p> <p style="text-align: center;">-Propuesta</p>	Indicadores: <p style="text-align: center;">Gestión administrativa</p> <p style="text-align: center;">Gestión comunitaria</p> <p style="text-align: center;">Demanda turística</p> <p style="text-align: center;">Producto turístico</p> <p style="text-align: center;">Atractivo turístico</p> <p style="text-align: center;">Modelo de gestión</p>

ANEXO 15: FUENTE DE IMÁGENES

FUENTE IMAGEN 1:

http://www.google.com.ec/imgres?sa=X&biw=1525&bih=745&tbm=isch&tbnid=3uD6pd7YmPtjZM:&imgrefurl=http://www.flickr.com/photos/50195517%40N07/5780524497/&docid=r9NTZ7aKeAwzMM&imgurl=http://farm3.staticflickr.com/2613/5780524497_deecbae507_o.jpg&w=3216&h=1515&ei=5mNUrLVHdGzkAeJzYBo&zoom=1&ved=1t:3588,r:36,s:0,i:194&iact=rc&page=2&tbnh=154&tbnw=328&start=27&ndsp=24&tx=119&ty=56

FUENTE IMAGEN 2:

http://www.google.com.ec/imgres?biw=1525&bih=745&tbm=isch&tbnid=1xXBaHKMUkg3uM:&imgrefurl=http://www.turgw.com/2013/09/turismo-en-imbabura/&docid=LBQgupc07Wd3_M&imgurl=http://www.turgw.com/wp-content/uploads/2012/06/volcanosmall1.jpg&w=1632&h=1224&ei=KJqNUqrtBYurkQfg5IDoBQ&zoom=1&ved=1t:3588,r:32,s:0,i:187&iact=rc&page=2&tbnh=178&tbnw=226&start=16&ndsp=24&tx=162&ty=82

FUENTE IMAGEN 3

http://www.google.com.ec/imgres?biw=1525&bih=745&tbm=isch&tbnid=OcX-BrH4vpLJqM:&imgrefurl=http://enjoyequator.wordpress.com/sierra/&docid=Cp-k8-9a1wKXNM&imgurl=http://enjoyequator.files.wordpress.com/2011/11/sp-see-5lagosanpablo.jpg&w=1052&h=602&ei=9pqNUvbSFsXZkQfA_oGwDA&zoom=1&ved=1t:3588,r:2,s:0,i:90&iact=rc&page=1&tbnh=170&tbnw=273&start=0&ndsp=18&tx=127&ty=46

FUENTE IMAGEN 4

http://www.google.com.ec/imgres?biw=1525&bih=745&tbm=isch&tbnid=R Fk-BF5XP1waVM:&imgrefurl=http://magallanestravel.com/las-lagunas-de-mojanda-un-pequeno-paraiso-para-visitar-en-medio-de-la-naturaleza/&docid=2lw7Q6vfih_DDM&imgurl=http://magallanestravel.com/wp-content/uploads/2012/10/lagunas-de-mojanda.jpg&w=448&h=294&ei=QpuNUonbFM3NkQeH04DoDw&zoom=1&ved=1t:3588,r:0,s:0,i:84&iact=rc&page=1&tbnh=172&tbnw=277&start=0&ndsp=17&tx=155&ty=87

FUENTE IMAGEN 5

<https://www.google.com.ec/search?q=cerro+cusin&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=k5mNUsrXl9GMkAeno4Bo&ved=0CDgQsAQ&biw=1525&bih=745&dpr=0.9#q=volcan+fuya+fuya&tbm=isch&facrc= &imgdii= &imgrc=XwaXJARo92g0hM%3A%3BV1iUn8LiTKBMhM%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.ecuadorciencia.org%252Fimagenes%252Fvolcanes%252Fimbabura11-2001-09-07.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.ecuadorciencia.org%252Fportal.asp%253Fportal%253D38%2526id%253D61%3B402%3B260>

FUENTE IMAGEN 6

https://www.google.com.ec/search?q=cascada+de+peguche&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=1Z-NUvfylI3rkQe18YHYCg&ved=0CCkQsAQ&biw=1525&bih=745&dpr=0.9#facrc= &imgdii= &imgrc=bhlvWN-gB2aYjM%3A%3BpJ3rBvfvEpKn1M%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.imbaburaturismo.gob.ec%252Fimagenes_upload%252Fimg_paginas%252Fnor_%255B04004746%255D.jpg%3Bhttp%253A%252F%252Fwww.imba

buraturismo.gob.ec/%252Fcantones.php%253Fvarmenu%253D10002%2526id_organizacion%253D23%3B600%3B699

FUENTE IMAGEN 7

http://www.google.com.ec/imgres?biw=1525&bih=745&tbm=isch&tbnid=7O72M9R7I67sCM:&imgrefurl=http://www.elcomercio.com/pais/Ecuador-turismo-fibras-naturales-totora-Otavalo-artesantias_0_931106925.html&docid=RoTgM1ptcHaNrM&imgurl=http://www.elcomercio.com/pais/LagunaDelia-Otavallo-Criollo-MaflaEL-COMERCIO_ECMIMA20130603_0034_4.jpg&w=620&h=440&ei=haCNUo msEMzIkAe2voDoDQ&zoom=1&ved=1t:3588,r:32,s:0,i:179&iact=rc&page=2&tbnh=151&tbnw=254&start=20&ndsp=29&tx=140&ty=85

FUENTE IMAGEN 8

http://www.google.com.ec/imgres?biw=1525&bih=745&tbm=isch&tbnid=3dkywWeOLEul3M:&imgrefurl=http://www.visitotavalo.com/%3Fpage_id%3D128&docid=pkW6GI92fd8_9M&imgurl=http://www.visitotavalo.com/wp-content/uploads/2012/05/animales-merc.jpg&w=800&h=583&ei=UqGNUtPoGs6fkQeZ6oCQDQ&zoom=1&ved=1t:3588,r:2,s:0,i:81&iact=rc&page=1&tbnh=183&tbnw=252&start=0&ndsp=18&tx=160&ty=79

FUENTE IMAGEN 9

https://www.google.com.ec/search?q=cascada+de+peguche&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ei=1Z-NUvfyll3rkQe18YHYCg&ved=0CCkQsAQ&biw=1525&bih=745&dpr=0.9#q=feria+de+animales+otavallo&tbm=isch&facrc=&imgdii=&imgrc=16i4_heEbNQVBM%3A%3Bm5o94svX6WaFyM%3Bhttp%253A%252F%252Fww

FUENTE IMAGEN 12

http://www.google.com.ec/imgres?biw=1525&bih=745&tbm=isch&tbnid=DJtjo_ydOJ6qOM:&imgrefurl=http://www.elcomercio.com/pais/turismo_comunitario-ibarra-turismo-santa_rita-bosque_de_bambu_0_879512106.html&docid=wlGGJCTfG5J6OM&imgurl=http://www.elcomercio.com/pais/Parque-CondorJoep-Hendriks-Mafla-COMERCIO_ECMIMA20130309_0056_40.jpg&w=466&h=424&ei=SKONUqS8BoLakQej9oDIAg&zoom=1&ved=1t:3588,r:12,s:0,i:111&iact=rc&page=1&tbnh=192&tbnw=207&start=0&ndsp=19&tx=125&ty=84

FUENTE IMAGEN 13

http://www.google.com.ec/imgres?biw=1525&bih=745&tbm=isch&tbnid=R8mXoEg_EjuLbM:&imgrefurl=http://www.otavalosonline.com/blog/vi_ew/5687/pawkar-raymi-peguche-del-12-al-22-de-febrero&docid=2w7XJr7Q8HFDiM&imgurl=http://www.otavalosonline.com/photos/thumbnail/5618/large/&w=600&h=450&ei=kaONUoOAllbvKQfV-4CwAw&zoom=1&ved=1t:3588,r:17,s:0,i:126&iact=rc&page=1&tbnh=193&tbnw=259&start=0&ndsp=20&tx=69&ty=87

FUENTE IMAGEN 14

http://www.google.com.ec/imgres?biw=1525&bih=745&tbm=isch&tbnid=SEh55WscamMEM:&imgrefurl=http://turismoimbabura585.blogspot.com/&docid=8uPe2tasWV-iyM&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/a1O4OLcP_TY/Ucffi9NbjNI/AAAAAAAAANI/QIQWXJbXIVA/s1600/p.jpg&w=500&h=332&ei=LKSNUrb3NozpkQfRm4GoBg&zoom=1&

ved=1t:3588,r:24,s:0,i:155&iact=rc&page=2&tbnh=174&tbnw=263&start=19&ndsp=25&tx=132&ty=59

FUENTE IMAGEN 15

http://www.google.com.ec/imgres?biw=1525&bih=745&tbn=isch&tbnid=SEh55WscamMEM:&imgrefurl=http://turismoimbabura585.blogspot.com/&docid=8uPe2tasWV-iyM&imgurl=http://1.bp.blogspot.com/a1O4OLcP_TY/Ucffw9NbjNI/AAAAAAAAANI/QIQWXJbXIVA/s1600/p.jpg&w=500&h=332&ei=LKSNUrb3NozpkQfRm4GoBg&zoom=1&ved=1t:3588,r:24,s:0,i:155&iact=rc&page=2&tbnh=174&tbnw=263&start=19&ndsp=25&tx=132&ty=59

ANEXO 15: CONVENIOS CON AGENTES TURÍSTICOS



Ibarra, 19 de Noviembre de 2013.

Ing. Diego Guacán
GERENTE TRIP ECUADOR

Por este conducto me permito informar a usted que la Señorita, María Fernanda Tapia, con número de cedula 1722678529 y el señor Daniel Almeida con N° de Cédula 1003703020 egresados de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica del Norte, presentan el proyecto: **"ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA, EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"**

Siendo el objetivo socializar el plan siguiente:


Fomentar el turismo responsable por medio del turismo comunitario de la Red Imbakucha.

Realizando las siguientes actividades:

- a) Identificar las características de funcionamiento administrativo y de gestión de las comunidades que integran la red de turismo comunitario Imbakucha.
- b) Realizar un estudio de oferta y demanda de la red de turismo comunitario Imbakucha.
- c) Diseñar una propuesta para el mejoramiento de la gestión turística de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha.

Con este antecedente, considero que se podrá realizar alianzas con las comunidades que integran la red Imbakucha.

Atentamente,


Ing. Diego Guacán
GERENTE TRIP ECUADOR
Trip Ecuador
Viajes & Turismo
RUC: 10917111105001
CHICA NARVAEZ 6-25 Y JUAN JOSÉ FLORES
TEL. 062 840922 / 0983452959 IBARRA - ECUADOR



Ibarra, 18 de Noviembre de 2013

Sr Antonio Maldonado
Presidente en la comunidad de la Red Imbakucha (Sumak Pacha)

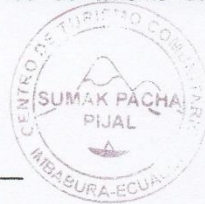
**Presidente
Presente**

Por este conducto me permito informar a usted que el (la) alumno (a): María Fernanda Tapia, con número de cedula 1722678529, Daniel Almeida 1003703020 estudiantes egresados de la carrera de Turismo, presenta el proyecto: "ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA, EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"

Siendo el objetivo socializar el plan siguiente: Fomentar el turismo responsable por medio del turismo comunitario de la Red Imbakucha.

Realizando las siguientes actividades:

- a) Identificar las características de funcionamiento administrativo y de gestión de las comunidades que integran la red de turismo comunitario Imbakucha.
- b) Realizar un estudio de oferta y demanda de la red de turismo comunitario Imbakucha.
- c) Diseñar una propuesta para el mejoramiento de la gestión turística de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha.



ATENTAMENTE
Sr Antonio Maldonado
Presidente en la comunidad de la Red Imbakucha

CULTURA, MÚSICA Y TRADICION • COMUNA PIJAL - OTAVALO - IMBABURA - ECUADOR
CONTACTOS: (593)62 918 511 / (593)62 918 150 / (593)97 587 263
turismopijal@hotmail.com • www.sumakpacha.com.ec
Acuerdo Ministerial N° 291 CODENPE - Octubre 2006



Oficio N°32 GPI-UT
Ibarra, 19 de Noviembre de 2013.

Por este conducto me permito informar a usted que la Señorita, María Fernanda Tapia, con número de cedula 1722678529 y el señor Daniel Almeida con N° de Cédula 1003703020 egresados de la carrera de Turismo de la Universidad Técnica del Norte, presentan el proyecto: **"ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA, EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA"**

Siendo el objetivo socializar el plan siguiente:

Fomentar el turismo responsable por medio del turismo comunitario de la Red Imbakucha.

Realizando las siguientes actividades:

- a) Identificar las características de funcionamiento administrativo y de gestión de las comunidades que integran la red de turismo comunitario Imbakucha.
- b) Realizar un estudio de oferta y demanda de la red de turismo comunitario Imbakucha.
- c) Diseñar una propuesta para el mejoramiento de la gestión turística de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha.

Con este antecedente, considero que el mencionado estudio servirá para fortalecer el turismo de la provincia a través de la planificación del territorio en este caso de las comunidades que integran la red Imbakucha.

Atentamente,


Lic, Gabriela Hadathy
COORDINADORA DE TURISMO



RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA



Yo, Antonio Maldonado, presidente responsable de las comunidades que conforman la red de turismo comunitario Imbakucha, portador de cédula 100065559-5, certifico que el Modelo de Gestión y Desarrollo del Turismo Comunitario de la red Imbakucha, cantón Otavalo, provincia de Imbabura, ha sido socializado a cada una de las comunidades que conforman la red con el fin de mitigar el problema presente referente a la gestión y desarrollo presente desde años atrás, que han permitido deficiente demanda turística nacional e internacional.

Constato lo mencionado en honor a la verdad y en beneficio de los señores Almeida Mendoza Daniel Antonio y Tapia Morales María Fernanda.

ANTONIO MALDONADO

PRESIDENTE DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003703020/1722678529		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Almeida Mendoza Daniel Antonio/Tapia Morales María Fernanda		
DIRECCIÓN:	Victoria Castello 1-67 y Víctor Gómez Jurado/Occidental y Legarda, Pasaje Julio César Villacres		
EMAIL:	dantony21almeida@gmail.com/mafer.tklb@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062630735/022499311	TELÉFONO MÓVIL:	0987522002/0995219547

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de la situación actual de la gestión y desarrollo de la Red de turismo comunitario Imbakucha, en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura
AUTOR (ES):	Almeida Mendoza Daniel Antonio/Tapia Morales María Fernanda
FECHA: AAAAMMDD	2014/03/10
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero(a) en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Economista Amparo del Rocío Posso Salgado

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Daniel Antonio Almeida Mendoza y María Fernanda Tapia Morales , con cédula de identidad Nro. 1003703020 y 1722678529 respectivamente , en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 10 días del mes de marzo del 2014

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Daniel Antonio Almeida Mendoza

C.C.: 1003703020

(Firma).....

Nombre: María Fernanda Tapia Morales

C.C.: 1722678529

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: ING. BETTY CHÁVEZ

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, Daniel Antonio Almeida Mendoza y María Fernanda Tapia Morales con cédula de identidad Nro 1003703020 y 1722678529 respectivamente, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado denominado "ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA, EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA" que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniero(a) en la especialidad de Turismo, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

(Firma)

Nombre: Daniel Antonio Almeida Mendoza/María Fernanda Tapia Morales

Cédula: 1003703020/1722678529

Ibarra, a los 10 días del mes de marzo del 2014.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN
A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

4. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1003703020/1722678529		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Almeida Mendoza Daniel Antonio/Tapia Morales María Fernanda		
DIRECCIÓN:	Victoria Castillo 1-67 y Gómez Jurado/Occidental y Legarda, Pasaje Julio César Villacres		
EMAIL:	dantony21almeida@gmail.com/ mafer.tklb@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062630735/022499311	TELÉFONO MÓVIL:	0987522002/0995219547

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA GESTIÓN Y DESARROLLO DE LA RED DE TURISMO COMUNITARIO IMBAKUCHA, EN EL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA
AUTOR (ES):	ALMEIDA MENDOZA DANIEL ANTONIO/TAPIA MORALES MARÍA FERNANDA
FECHA: AAAAMMDD	2014/03/10
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero(a) en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Economista Amparo del Rocío Posso Salgado

5. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Daniel Antonio Almeida Mendoza y María Fernanda Tapia Morales , con cédula de identidad Nro. 1003703020 y 1722678529 respectivamente, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

6. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 10 días del mes de marzo del 2014

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Daniel Antonio Almeida Mendoza

C.C.: 1003703020

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: ING. BETTY CHÁVEZ

Cargo: JEFE DE BIBLIOTECA

(Firma).....

Nombre: María Fernanda Tapia Morales

C.C.: 1722678529

Facultado por resolución de Consejo Universitario.....