



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

ANÁLISIS DEL NIVEL DE DESARROLLO DE TURISMO ALTERNATIVO
EN EL SECTOR DE CUICOCHA.

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

AUTORES:

GALINDO GALLEGOS XAVIER SEBASTIÁN

MORENO VINUEZA HUGO ALESSANDRO

DIRECTOR:

MSC. STALIN ANÍBAL POZO

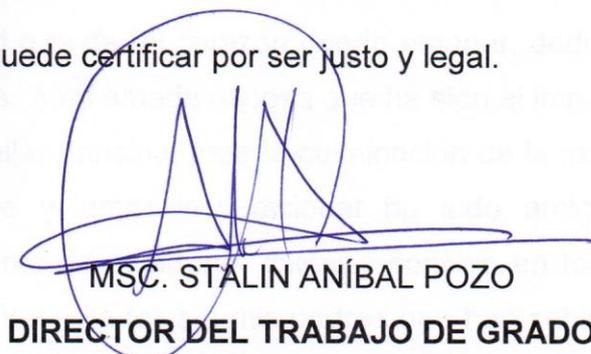
Ibarra, 2015

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

Luego de haber sido designado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director del trabajo de grado titulado: **ANÁLISIS DEL NIVEL DE DESARROLLO DE TURISMO ALTERNATIVO EN EL SECTOR DE CUICOCHA**; de autoría de los señores egresados: Galindo Gallegos Xavier Sebastián, Moreno Vinuesa Hugo Alessandro, previo a la obtención del Título de Ingenieros en Turismo.

A ser testigo presencial, y corresponsable directo del desarrollo del presente trabajo de investigación, afirmo que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puede certificar por ser justo y legal.



MSC. STALIN ANÍBAL POZO
DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico con mucho amor a mis padres Hugo y Bertha por su apoyo incondicional a pesar de los errores cometidos; a Pamela quien me brindo todo su apoyo cuando iba a desistir de continuar realizando este trabajo; a mis hijas Alenka, Doménica y Elenita, quienes son el motor de mi vida para seguir luchando cada día; a mi hermano Sebastián, a toda mi familia y amigos quienes fueron un soporte en el transcurso de mi carrera y en especial a mi primo Calolo quien con su experiencia profesional supo guiarme y aconsejarme con sabiduría y paciencia.

Hugo Alessandro

Este trabajo dedico al creador de todas las cosas, el que me ha dado fortaleza para continuar cuando a punto de caer he estado; por ello, con toda la humildad que de mi corazón puede emanar, dedico primeramente mi trabajo a Dios. A mi amada esposa que ha sido el impulso durante toda mi carrera y el pilar principal para la culminación de la misma, que con su apoyo constante y amor incondicional ha sido amiga y compañera inseparable, fuente de sabiduría, calma y consejo en todo momento. De igual forma, dedico esta tesis a mis padres que han sabido formarme con buenos sentimientos, hábitos y valores, lo cual me han ayudado a salir adelante en los momentos más difíciles y me han brindado su apoyo incondicional en todo momento.

Xavier

AGRADECIMIENTO

Expreso mi inmensa gratitud a mis docentes quienes me supieron guiar, instruir, y compartir sus conocimientos desinteresadamente durante todo el transcurso de la carrera. A los habitantes del sector Cuicocha, su colaboración fue de vital importancia para la realización de esta investigación.

Agradezco también la confianza y apoyo brindado por mis padres, que sin duda alguna de mi vida me han demostrado su amor, corrigiendo mis faltas y celebrando mis triunfos.

Hugo Alessandro

El presente trabajo de tesis primeramente me gustaría agradecer a ti mi Dios por bendecirme por llegar hasta donde he llegado, porque hiciste realidad este sueño anhelado. Le doy gracias a mis padres por todo el apoyo brindado a lo largo de mi vida y por darme la oportunidad de estudiar esta carrera; por ser ejemplo de vida; por promover el desarrollo y la unión en nuestra familia.

A la UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional. También me gustaría agradecer a mis profesores quienes me acompañaron en mi carrera porque todos han aportado con un granito de arena para mi formación académica. A mi director de tesis, Ingeniero Stalin Pozo por su orientación, quien con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado que pueda terminar mis estudios con éxito. Por último agradezco a todas las personas que han formado parte de mi vida profesional a las que me han brindado su amistad, consejos, apoyo, ánimo y compañía en los momentos más difíciles de mi vida. Muchas gracias y que Dios los bendiga.

Xavier

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE GENERAL.....	V
ÍNDICE DE TABLAS	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	XIII
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT.....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	XVII
CAPÍTULO I.....	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1 ANTECEDENTES.....	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.4 DELIMITACIÓN.....	3
1.4.1 UNIDADES DE OBSERVACIÓN.....	3
1.4.2 DELIMITACIÓN TEMPORAL.....	4
1.4.3 DELIMITACIÓN ESPACIAL.....	4
1.5 OBJETIVOS.....	4
1.5.1 OBJETIVO GENERAL.....	4
1.5.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	4
1.6 JUSTIFICACIÓN.....	5
CAPÍTULO II.....	6
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
2.1.1 DESARROLLO SUSTENTABLE.....	6
2.1.1.1 TURÍSTICO SOSTENIBLE. LA CARTA DEL TURISMO	9
2.1.2 TURISMO ALTERNATIVO.....	11

2.1.2.1	ECOTURISMO.....	13
2.1.2.2	TURISMO DE AVENTURA.....	15
2.1.2.3	TURISMO RURAL.....	16
2.1.2.4	IMPORTANCIA DEL TURISMO ALTERNATIVO.....	19
2.1.2.5	ACCIONES.....	20
2.1.2.6	EXPERIENCIAS Y PROGRAMAS DE RECREACIÓN.....	21
2.1.2.7	RESPECTO POR LO CULTURAL.....	22
2.1.3	MERCADO TURÍSTICO.....	23
2.1.3.1	COMPONENTES.....	23
2.1.4	PRODUCTO TURÍSTICO.....	28
2.1.4.1	CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO.....	30
2.1.5	CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	30
2.1.5.1	¿QUÉ SON LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN?.....	31
2.1.5.2	LA IMPORTANCIA DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN. ..	32
2.1.5.3	FUNCIONES DE LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	33
2.1.5.4	PRINCIPALES CANALES DE DISTRIBUCIÓN EN TURISMO.	34
2.1.5.5	DISTRIBUCIÓN TURÍSTICA.....	35
2.1.6	EMPRESA.....	36
2.1.6.1	CLASIFICACIÓN DE EMPRESAS.....	37
2.1.6.1.1	POR EL ALCANCE TERRITORIAL.....	37
2.1.6.1.2	POR EL TAMAÑO.....	37
2.1.6.1.3	SEGÚN LA PROPIEDAD DEL CAPITAL.....	38
2.1.7	EMPRESA TURÍSTICA.....	38
2.1.7.1	FUNCIONES DE LA EMPRESA TURÍSTICA.....	39
2.1.8	OPERADORA DE TURISMO.....	40
2.1.8.1	REQUISITOS.....	40
2.1.9	CUICOCHA Y SUS CARACTERÍSTICAS.....	46
2.1.9.1.	UBICACIÓN.....	46
2.1.9.2.	EXTENSIÓN.....	47
2.1.9.3	CLIMA.....	48
2.1.9.4	FAUNA.....	48
2.1.9.5	FLORA.....	49
2.1.9.6.	ATRATIVOS.....	49

2.1.9.7	ÁREA PROTEGIDA	50
2.1.10	FUNDAMENTACIONES	50
2.1.10.1	FUNDAMENTACIÓN TURÍSTICA.	50
2.1.11	FUNDAMENTACIÓN SOCIAL	52
2.1.12	FUNDAMENTACIÓN ECONÓMICA	55
2.2	POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL.	56
2.3.	GLOSARIO DE TÉRMINOS	58
CAPÍTULO III		64
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	64
3.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	64
3.1.1	INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA.....	64
3.1.2	INVESTIGACIÓN DE CAMPO.....	65
3.2	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN	66
3.2.1	TEÓRICOS	66
3.2.1.2	MÉTODO ANALÍTICO-SINTÉTICO	66
3.2.1.3	INDUCTIVO-DEDUCTIVO	66
3.2.1.4	CUANTITATIVO-CUALITATIVO	66
3.3	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN.....	67
3.3.1	FICHAJE	67
3.3.2	ENCUESTAS.	67
3.3.3	INSTRUMENTOS.	67
3.3.4	DISEÑO DE LA FICHA:	68
3.4	POBLACIÓN	68
3.5	MUESTRA	69
CAPÍTULO IV.....		71
4.	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	71
4.1.	ENCUESTA ENFOCADA A LAS VISITANTES DE LA RECC. ..	71
4.2.	ENCUESTA ENFOCADA A LA COMUNIDAD.....	82
CAPÍTULO V.....		92
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	92

5.1. CONCLUSIONES	92
5.2. RECOMENDACIONES	93
CAPÍTULO VI.....	94
6. PROPUESTA ALTERNATIVA.	94
6.1. TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	94
6.2. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.....	94
6.3. FUNDAMENTACIÓN.	95
6.3.1. FUNDAMENTACIÓN SOCIAL.....	95
6.3.2. FUNDAMENTACIÓN TURÍSTICA.	96
6.4. OBJETIVOS.....	96
6.4.1. GENERAL.....	96
6.4.2. ESPECÍFICOS.....	96
6.5. UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA.....	97
6.6. DESARROLLO DE LA PROPUESTA.	99
6.6.1. ORGANIZACIÓN DE LA OPERADORA DE TURISMO.....	100
6.6.1.1. MISIÓN.....	100
6.6.1.2. VISIÓN.....	100
6.6.1.3. SLOGAN.....	100
6.6.2. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	101
6.6.3. OFERTA TURÍSTICA.....	101
6.6.3.1. PAQUETE UNO: “ECO-VENTURA CUICOCHA”	101
6.6.3.2. PAQUETE DOS: VIVE RURAL.....	104
6.6.3.3. PAQUETE TRES: CUICOCHA AL MÁXIMO	107
6.6.4. ESTRATEGIAS DE PUBLICIDAD	111
6.6.4.1. ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	111
6.6.4.2. ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD.....	112
6.6.5. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	113
6.6.6. ESTUDIO FINANCIERO	115
6.6.6.1. INVENTARIO	120
6.6.7. ANÁLISIS DEL NIVEL DEL MANEJO DE TURISMO.	122
6.6.7.1. IMPACTO SOCIO-CULTURAL.....	125
6.6.7.2. IMPACTO ECONÓMICO	126

6.6.7.3. IMPACTO AMBIENTAL	127
6.6.7.4. IMPACTO EDUCATIVO.....	128
6.6.7.5. IMPACTO TURÍSTICO	129
BIBLIOGRAFÍA.....	130
ANEXOS.....	133
ANEXO N° 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS	134
ANEXO N° 2: MATRIZ DE COHERENCIA	135
ANEXO N° 3: MODELO DE LA ENCUESTA A LOS TURISTAS.....	137
ANEXO N° 4: MODELO DE LA ENCUESTA A LOS POBLADORES ...	141
ANEXO N° 5: MODELO DE LA FICHA DE INVENTARIO.....	144
ANEXO N° 6: FOTOGRAFÍAS.....	146
ANEXO N° 7: ELECCIÓN DEL LOGO-SÍMBOLO	150
ANEXO N° 8: PLANOS DE LA OFICINA DE LA OPERADORA.....	151

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1	ACTIVIDADES ECOTURISMO.	14
TABLA 2	ACTIVIDADES TURISMO RURAL	18
TABLA 3	ELEMENTOS OFERTA TURÍSTICA.....	24
TABLA 4	FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS... 68	
TABLA 5	POBLACIÓN.....	69
TABLA 6	PRESUPUESTO PAQUETE N° 1	103
TABLA 7	PRESUPUESTO PAQUETE N° 2	106
TABLA 8	PRESUPUESTO PAQUETE N° 3	110
TABLA 9	ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN	111
TABLA 10	ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD	112
TABLA 11	PRESUPUESTO DE INVERSIÓN.....	113
TABLA 12	EQUIPOS DE OFICINA.....	115
TABLA 13	ACTIVOS NOMINALES.....	116
TABLA 14	EQUIPOS TURISMO AVENTURA	116
TABLA 15	SUMINISTROS DE OFICINA	117
TABLA 16	ÚTILES DE ASEO	117
TABLA 17	SUELDOS Y SALARIOS	118
TABLA 18	SERVICIOS BÁSICOS	118
TABLA 19	CAPITAL DE TRABAJO	118
TABLA 20	PUBLICIDAD	118
TABLA 21	INVENTARIO DE TRABAJO	119
TABLA 22	INVENTARIO INICIAL DE MERCADERÍA	120
TABLA 23	GASTOS MENSUALES SERVICIOS	121
TABLA 24	CUADRO DEPRECIACIONES.....	121
TABLA 25	GANANCIA.....	121
TABLA 26	ESCALA	122
TABLA 27	MATRIZ DE MANEJO DE TURISMO ALTERNATIVO	124
TABLA 28	IMPACTO SOCIO-CULTURAL.....	125
TABLA 29	IMPACTO ECONÓMICO.....	126
TABLA 30	IMPACTO AMBIENTAL	127
TABLA 31	IMPACTO EDUCATIVO	128

TABLA 32	IMPACTO TURÍSTICO	129
TABLA 33	MATRIZ DE COHERENCIA	135
TABLA 34	FICHA MINTUR	144

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1	ESQUEMA DESARROLLO SUSTENTABLE	8
GRÁFICO 2	TURISMO ALTERNATIVO	12
GRÁFICO 3	TURISMO AVENTURA.....	15
GRÁFICO 4	TURISMO RURAL.....	18
GRÁFICO 5	MAPA UBICACIÓN CANTONAL.....	47
GRÁFICO 6	MAPA EXTENSIÓN LAGO CUICOCHA.....	48
GRÁFICO 7	GENERO DEL VISITANTE.....	71
GRÁFICO 8	EDAD.....	72
GRÁFICO 9	LUGAR DE PROCEDENCIA.....	73
GRÁFICO 10	NÚMERO DE VISITAS AL ÁREA DE LA RECC.....	74
GRÁFICO 11	DÍAS DE VISITA.....	75
GRÁFICO 12	MEDIO DE TRANSPORTE	76
GRÁFICO 13	PUBLICIDAD	77
GRÁFICO 14	ACTIVIDADES COMUNITARIAS	78
GRÁFICO 15	ACTIVIDADES ALTERNATIVAS.....	79
GRÁFICO 16	MANERA DE POTENCIAR EL LUGAR.....	80
GRAFICO 17	IMPORTANCIA OPERADORA TURÍSTICA.....	81
GRÁFICO 18	PROFESIÓN U OCUPACIÓN	82
GRÁFICO 19	NIVEL DE EDUCACIÓN.....	83
GRÁFICO 20	PARTICIPACIÓN ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	84
GRÁFICO 21	INTEGRACIÓN AL TURISMO.....	85
GRÁFICO 22	CHARLAS TURISMO COMUNITARIO.....	86
GRÁFICO 23	RECURSOS A INTEGRARSE.....	87
GRÁFICO 24	RECURSOS NATURALES.....	88
GRÁFICO 25	COMPONENTES CULTURALES.....	89
GRÁFICO 26	TIPO DE TURISMO DE AVENTURA CONOCIDO.....	90
GRÁFICO 27	IMPORTANCIA OPERADORA DE TURISMO.....	91
GRÁFICO 28	UBICACIÓN SECTORIAL Y FÍSICA.....	98
GRÁFICO 29	LOGO-SÍMBOLO.....	99
GRAFICO 30	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.....	101
GRAFICO 31	ÁRBOL DE PROBLEMAS	134

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1:	VISTA DEL VOLCÁN COTACACHI	102
IMAGEN 2:	PAISAJÍSTICA DE CUICOCHA	102
IMAGEN 3:	TREKKING EN CUICOCHA	102
IMAGEN 4:	CAMINATA SENDERO GORKI C.....	102
IMAGEN 5:	RAPPEL LAGO CUICOCHA.....	103
IMAGEN 6:	CANYONING LAGO CUICOCHA	103
IMAGEN 7:	SAN NICOLÁS DE CUICOCHA	104
IMAGEN 8:	COMUNIDAD.....	104
IMAGEN 9:	AGROTURISMO	105
IMAGEN 10:	TURISMO RURAL	105
IMAGEN 11:	NEVADO COTACACHI	107
IMAGEN 12:	CAMINATA HACIA EL NEVADO	107
IMAGEN 13:	CAMPING COMUNA CUICOCHA	107
IMAGEN 14:	CAMPING BOSQUE CUICOCHA.....	107
IMAGEN 15:	RAPEL PENDIENTES RECC	108
IMAGEN 16:	RAPEL CUICOCHA	108
IMAGEN 17:	BUCEO LAGO CUICOCHA	109
IMAGEN 18:	BUCEO LAGO CUICOCHA	109
IMAGEN 19:	KAYAK LAGO CUICOCHA.....	109
IMAGEN 20:	BOTE PARA KAYAK	109
IMAGEN 21:	TURISTASS ENCUESTADAS 1	146
IMAGEN 22:	TURISTA ENCUESTADA 2	146
IMAGEN 23:	TURISTAS ENCUESTADOS 3	147
IMAGEN 24:	VIVENCIO CON LAS COMUNIDADES	147
IMAGEN 25:	GAVILAN	148
IMAGEN 26:	TURISMO COMUNITARIO	148
IMAGEN 27:	MUJERES INDÍGENAS BORDANDO	149
IMAGEN 28:	VISTA PANORÁMICA DE LA COMUNIDAD	149
IMAGEN 29	ELECCIÓN DEL LOGO-SÍMBOLO.....	150
IMAGEN30	FACHADA POSTERIOR OFICINA	151
IMAGEN 31	FACHADA LATERAL DERECHA OFICINA.....	151

IMAGEN 32	FACHADA LATERAL IZQUIERDA	152
IMAGEN 33	FACHADA FRONTAL OFICINA.....	152
IMAGEN 35	INSTALACIONES ELÉCTRICAS.....	153
IMAGEN 34	CORTE Y-Y	153
IMAGEN 36	PLANTA BAJA.....	154

RESUMEN

Desde el punto de vista social el turismo no solo debe limitarse a brindar actividades convencionales como sol y playa sino más bien enfocarse en diferentes objetivos que permitan utilizar los recursos naturales y culturales como motor del desarrollo turístico. En este sentido la presente investigación tuvo como objetivo principal analizar el nivel de desarrollo turístico alternativo en el sector de Cuicocha, para la implementación de una operadora turística especializada en turismo alternativo como estrategia que permita potenciar el turismo local. Se identificó como problema la escasa oferta de productos turísticos que brinden al visitante una nueva alternativa de recreación, problemática que se investigó a través del cumplimiento de los siguientes objetivos específicos: diagnosticar los atractivos naturales y culturales potenciales en el sector de Cuicocha, objetivo que fue cumplido mediante las revisiones bibliográficas y las visitas al sitio, como segundo objetivo fundamentar los conocimientos requeridos en la investigación que se cumplió mediante la realización del marco teórico; el tercer objetivo determinar el interés de participación de los pobladores del sector Cuicocha y el perfil del visitante, objetivo que fue cumplido mediante la realización de encuestas y finalmente el cuarto objetivo que fue plantear una propuesta a través de la información recabada en la que se describe que se debe diseñar una operadora turística para el desarrollo del turismo alternativo en el sector Cuicocha, propuesta que se considera elemento base para el desarrollo turístico de este sector que representa una potencia turística no solo a nivel del cantón sino una potencia turística mundial. Con el cumplimiento de estos objetivos se practicara un turismo responsable y sustentable tanto por parte de profesionales y habitantes, para una mejor conservación del entorno natural y la cultura de los pueblos.

ABSTRACT

From the social point of view not only tourism should be limited to provide conventional as Sun and beach activities but rather focus on different goals that allow you to use the natural and cultural resources as an engine for tourism development. In this sense this research had as main objective analyze the level of alternative tourism development in the sector of Cuicocha, for the implementation of a tour operator specialized in alternative tourism as a strategy that can boost local tourism. It was identified as a problem the scarce supply of tourism products that offer visitors a new alternative for recreation, a problem which was investigated through compliance with the following specific objectives: diagnose the natural attractions and cultural potential in the sector of Cuicocha, objective that was fulfilled through the literature reviews and site visits, as a second objective base the required expertise on research which took place through the implementation of the framework; the third objective to determine the interest of participation of the inhabitants of the sector Cuicocha and the visitor profile, objective that was accomplished through the conduct of surveys and finally the fourth goal which was to consider a proposal through information gathered in describing that it should be designed a tour operator for the development of alternative tourism in the Cuicocha, proposed sector which is considered element base for the tourist development of this sector, which represents a tourist power not only at the level of the canton but a world tourist power. . With the fulfillment of these objectives is practiced a responsible tourism and sustainable both by professionals and residents for a better conservation of the natural environment and culture of peoples. . With the fulfillment of these objectives is practiced a responsible tourism and sustainable both by professionals and residents for a better conservation of the natural environment and culture of peoples.

INTRODUCCIÓN

Ecuador, una maravilla en los Andes se distingue por su gran diversidad de manifestaciones tanto culturales como naturales, donde la historia de sus pueblos y la majestuosidad de sus paisajes naturales tienen un gran legado. Estas se evidencian en su gran mayoría en comunidades indígenas y pueblos mestizos, que mantienen aún sus costumbres y tradiciones centenarias y milenarias; el entorno natural posee escenarios únicos en el mundo, donde gracias a su geografía se pueden realizar un sin número de actividades recreativas, de ocio y extremas.

El presente trabajo ha considerado como zona de investigación al sector Cuicocha del cantón Cotacachi en la provincia de Imbabura territorio que se encuentra dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, integrante del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP); lugar que cada mes recibe más de 4.000 visitantes, mismos que llegan al lago y se limitan a realizar las pocas actividades que aquí se ofrecen; pues lamentablemente no se han desarrollado investigaciones que profundicen el desarrollo y explote el potencial turístico alternativo que este sitio posee.

Este documento se resume en el desarrollo de los siguientes capítulos:

El capítulo I, describe los antecedentes, el problema identificado, los objetivos y la justificación de desarrollar la presente investigación y propuesta.

El capítulo II, expone el marco teórico que sirvió de referencia para el desarrollo de todo el proceso, se tomó como base temas como: caracterización de la zona de estudio, antecedentes de Ecoturismo, Turismo de Aventura y Turismo Comunitario (Turismo Alternativo), y su modalidad como medio de desarrollo sustentable.

El capítulo III, hace referencia a la metodología aplicada, métodos de investigación, las técnicas e instrumentos aplicados en el proceso investigativo.

El capítulo IV, describe el análisis e interpretación de los resultados obtenidos en la investigación de campo, se obtuvo datos que justifican la importancia de explotar y desarrollar nuevos productos turísticos naturales y culturales, para poder ofertar nuevos servicios en el sector.

El capítulo V, indica las conclusiones y recomendaciones a aplicarse en el desarrollo de la propuesta y posterior a ella.

En el capítulo VI, se expone la propuesta alternativa, en la que se presenta la oferta de “CUICOCHA ADVENTURE” una operadora turística especializada en turismo alternativo.

Finalmente en los anexos se encuentra, el árbol de problemas, la matriz de coherencia, modelo de encuesta dirigida a turistas y habitantes, planos arquitectónicos para la construcción de la oficina de la operadora y fotografías que muestran el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.

1.1 Antecedentes.

Cuicocha es una comunidad ubicada en la parroquia Quiroga, en la vía que conduce al lago que lleva el mismo nombre el cual se debe a la gran cantidad de cuyes que antiguamente habitaban en los islotes. La laguna está localizada a 120 Km. al norte de Quito, a una altitud de 3.068 m.s.n.m. Este atractivo natural representa un destino turístico importante en la zona norte del Ecuador, se podría decir que es uno de los recursos que identifican a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas la cual tiene un alto nivel de demanda turística nacional e internacional.

Las características del terreno tienen fuertes pendientes, mucha erosión y poca aptitud para la agricultura. Las áreas de mayor pendiente poseen aún bosques de eucalipto, pino y chaparro que sirven para obtener leña y postes para cercas.

El lago Cuicocha se encuentra al extremo sur de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas, el gran atractivo que representa este sitio es utilizado para rituales de las diferentes manifestaciones culturales del pueblo kichwa y mestizo que habitan este territorio.

El distrito Cuicocha, está habitado en su mayoría por la población indígena Kichwa (81%) y el resto es campesino mestizo. El 86% de las comunidades del cantón pertenecen a la UNORCAC, quienes se dedican a la producción agrícola, ganadera y artesanal.

1.2 Planteamiento del problema.

El turismo sustentable es una de las tendencias de desarrollo que genera progreso a nivel económico, ambiental y social pilares que difieren el manejo tradicional de los atractivos turísticos a nivel ambiental y cultural, sobre todo los recursos que se encuentra ubicados en zonas declaradas por el estado como protegidas por su diversidad natural y cultural.

Ecuador, es reconocido como uno de los 12 países mega-diversos del planeta, su población supera los 15 millones de habitantes que abarca una amplia diversidad étnica constituida por mestizos, blancos, afro-ecuatorianos y 13 nacionalidades indígenas. Posee una historia muy rica reflejada en un importante legado arqueológico, artístico, gastronómico y cultural representando esto la mejor carta de presentación al mundo, así como 40 áreas protegidas por el estado que conforman el SNAP (Sistema Nacional de Áreas Protegidas) en las que se ha incluido a las comunidades que viven en las zonas de amortiguamiento o dentro de ellas, a las cuales se les limita muchas de sus labores de subsistencia como la agricultura, ganadería y explotación de otros recursos.

En este sentido se puede mencionar que el estado y sobre todo el Ministerio del Ambiente y Turismo no han trabajado de forma permanente y eficiente en la inclusión de estas comunidades en proyectos que los integre en la actividad turística o ambiental para garantizar la permanencia en su territorio y no se generen efectos adversos como la migración. Un claro ejemplo es la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas ubicada en la provincia de Imbabura y parte de Esmeraldas, donde uno de los principales conflictos con las comunidades de la zona son los límites y la adjudicación del líquido vital, generando conflictos en las actividades productivas dentro de la RECC, con la caza y pesca, el manejo inadecuado de los suelos lo cual provoca erosión y quemadas, que

a la vez ponen más y más peligro en los sistemas de agua, resultando mayor escasez.

De igual forma existe conflicto sobre la participación comunitaria en los beneficios generados. La UNORCAC trató de obtener la cogestión del lago por medio de la formación de una mancomunidad, pero la iniciativa lamentablemente no prosperó y la comunidad no ha visto la oportunidad de integrarse con recursos a la prestación de servicios, siendo la oferta exclusivamente de las haciendas y la empresa pública de turismo del cantón, cuya operación es exclusiva de operadoras de turismo entre las que se menciona Runa Tupari, Ecomontes o las mayoristas que vienen desde Quito, Metropolitan Touring, Klein Tours entre otras.

Ventajosamente la integración de beneficiarios puede convertirse en un aspecto positivo para el desarrollo progresivo del turismo alternativo a nivel comunitario, en razón de que bajo una adecuada gestión se puede orientar estrategias que beneficien a las comunidades cercanas a través del diseño de productos turísticos participativos, lo contrario generaría que en un futuro no muy lejano el turismo genere consecuencias contrarias a la visión que este tiene, es decir un uso inadecuado de los recursos y limitado acceso a beneficiarios. De modo que por parte de los GADS tampoco habido inversión en actividades de turismo alternativo.

1.3 Formulación del Problema.

¿Qué nivel de desarrollo de turismo alternativo existe en el sector de Cuicocha?

1.4 Delimitación.

1.4.1 Unidades de observación.

- Turismo alternativo

- Producto turístico
- Canales de comercialización

1.4.2 Delimitación temporal.

La investigación se ejecutó desde el mes de junio a noviembre del 2014.

1.4.3 Delimitación espacial.

La investigación se desarrolló en el sector de Cuicocha, Parroquia Quiroga, Cantón Cotacachi en la Provincia de Imbabura.

1.5 Objetivos.

1.5.1 Objetivo general.

Analizar el nivel del desarrollo turístico alternativo en el sector de Cuicocha, para la implementación de una operadora especializada en turismo alternativo.

1.5.2 Objetivos específicos.

1. Diagnosticar los atractivos naturales y culturales potenciales en el sector de Cuicocha.
2. Determinar el interés de participación de los pobladores del sector Cuicocha
3. Identificar el tipo de turista que visita el sector Cuicocha.

4. Diseñar una propuesta de operadora turística para el desarrollo de turismo alternativo en el sector de Cuicocha.

1.6 Justificación.

En los últimos años la actividad turística ha adquirido mayor importancia en nuestro país, pues a través de esta se genera un mejor aprovechamiento del territorio y desarrollo local; además de que se provoca un mejoramiento en las tendencias turísticas, que ya no solo se basan en el turismo convencional más bien proporciona una nueva manera de aprovechar el tiempo libre. El turista actual al momento de contratar un producto o servicio turístico; prefiere el contacto con la naturaleza, la belleza paisajística y lo agreste de lo rural lo que estimula al visitante se ubique en otra perspectiva para comprender el mundo que lo rodea.

En este sentido el turismo alternativo tiene como finalidad poner en contacto al turista con las actividades que se realizan en las distintas localidades costumbres muy diferentes a las cotidianas, donde se pueda participar en las tareas diarias de los habitantes, degustación de productos nativos cultivados en los diferentes pisos climáticos, en sus creencias mitológicas o la participación en diferentes actividades que en mayor o menor medida representan cierto riesgo impuesto por la naturaleza.

El objetivo primordial de la investigación es analizar el nivel de desarrollo de esta modalidad turística en el sector de Cuicocha, zona en la que se desarrolla el turismo de forma permanente al estar ubicada en la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, reserva que es reconocida en la zona norte por lo singular de su laguna, la belleza paisajística y el imponente volcán Cotacachi, y así determinar cuan beneficioso es implementar una operadora turística para impulsar el desarrollo turístico local y generar una integración paulatina en la misma.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO.

2.1 Fundamentación teórica.

2.1.1 Desarrollo sustentable.

Ceballos H. (1998) hace una breve descripción histórica del concepto de Desarrollo Sustentable:

Las argumentaciones críticas a los efectos del modelo de desarrollo industrial, sobre todo para el medio ambiente, no son recientes a pesar de que fue en la década de los años noventa cuando el interés por el tema alcanzó su clímax. Desde el inicio de la década de los setenta, se instrumentan acciones internacionales para iniciar la valoración de esos fenómenos: en 1972, la organización de la Naciones Unidas organiza la conferencia mundial sobre medio ambiente (llamada conferencia de Estocolmo), de la cual nace el programa de las Naciones Unidas para el medio ambiente (PNUMA) que sobre todo desde la década pasada, ha tomado una activa postura crítica hacia las cuestiones ambientales y su vinculación con el desarrollo.

Daltabuit M. (2000)

El desarrollo sustentable implica pasar de un desarrollo pensado en términos cuantitativos - basado en el crecimiento económico - a uno de tipo cualitativo, donde se establecen estrechas vinculaciones entre aspectos económicos, sociales y ambientales, en un renovado marco institucional democrático y participativo, capaz de aprovechar las oportunidades que supone avanzar

simultáneamente en estos tres ámbitos, sin que el avance de uno signifique ir en desmedro de otro.

Aunque la discusión sobre los temas ambientales perdió cierta presencia en los años posteriores a aquellos eventos, en 1987 se retoma el tema con una visión diferente y con mucha mayor coherencia e integralidad: la que se describe en el documento nuestro futuro común informe a la asamblea general de las Naciones Unidas, que fue el reporte de la comisión mundial para el medio ambiente y desarrollo, presidida por la ministra noruega Gro H. Brundtland. .

En tanto el desarrollo sustentable, que se define como aquel desarrollo..."que satisface las necesidades de la población actual sin comprometer la capacidad de las generaciones venideras para satisfacer sus propias necesidades"

El desarrollo sustentable se presenta como una alternativa para buscar el progreso, con base en el aprovechamiento racional de los recursos naturales y humanos.

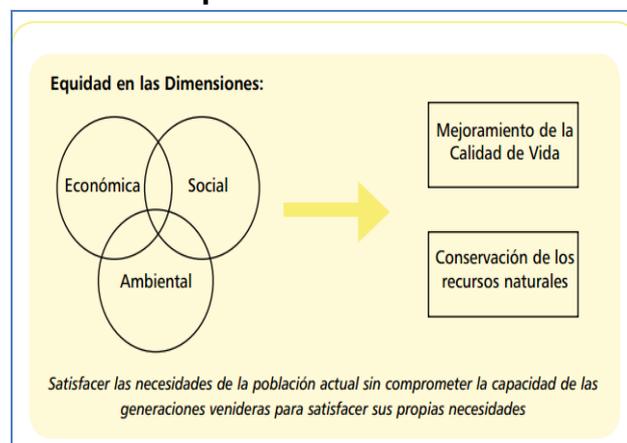
Basado en tres principios de equidad:

- 1. Económica:** es decir, que haya suficientes ingresos económicos para todos y que se repartan de una manera justa, evitando el enriquecimiento excesivo de unos pocos a costa de todos. Asimismo, es necesario que el ingreso económico de cada familia sea suficiente para cubrir con dignidad sus necesidades de alimentación, vivienda, vestido, educación, salud, etc.
- 2. Social:** es necesario que las posibilidades de bienestar y desarrollo humano estén al alcance de todos, sin importar su nivel económico ni el tipo de trabajo que realicen. Este punto también refleja la

importancia de la amplia participación de todos los sectores implicados, para lograr la mejor solución a los problemas.

3. Ambiental: significa que se debe valorar a la naturaleza con respeto, cambiando la forma de relacionarnos con ella, para no provocar desequilibrios en los ecosistemas. Es necesario evitar que el mejoramiento económico y el progreso social se basen en la explotación y agotamiento de los recursos naturales (tierra, selvas, bosques, ríos, mares, animales, etc.); y que cuando aún suceda así, se utilicen tecnologías alternativas para reducir y corregir el impacto ambiental. Estos tres puntos, aunque se puedan presentar de una manera simple, en la realidad son difíciles de cumplir, pues encaminarse hacia un desarrollo sustentable, conlleva la necesidad de hacer grandes cambios, no sólo en cuanto a nuestra sensibilidad por la naturaleza, sino principalmente en los sistemas nacionales e internacionales de producción y consumo. No obstante el gran impacto positivo del turismo en el ámbito económico, hoy en día se percibe un enfoque de la política turística en su ámbito social y ambiental, que ha obligado a la planeación y el desarrollo sustentable de la actividad, en función, entre otros aspectos, de las necesidades y preferencias del turista por un ambiente más sano y mejor conservado, auténtico y natural, además de un alto nivel de calidad y competitividad en los servicios.

Gráfico 1 esquema desarrollo sustentable



Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: 2014
Fuente: SECTUR 2004

2.1.1.1 Desarrollo turístico sostenible. La carta del turismo sostenible.

Daltabuit, M. (2000) hace referencia al desarrollo turístico sostenible y la carta de turismo sostenible como pilar del desarrollo en este contexto.

La comunidad turística se une a estos esfuerzos con la realización de la conferencia mundial de turismo sostenible, realizada en Lanzarote, España, en el mes de abril de 1995, donde se establecen las medidas necesarias con el fin de sensibilizar e informar al conjunto de las partes implicadas en la actividad turística, a nivel local, nacional, regional e internacional, sobre la importancia de hacer compatible las actividades turísticas con una visión de respeto y conservación del entorno natural y cultural, cuya idea se resumió en la declaratoria enunciada en la "carta del turismo sostenible".

El autor menciona que lo anterior, se suma a que en los últimos veinte años se han dado nuevas preferencias y modalidades en la práctica del turismo, donde el turista es más activo y participativo centrado en la búsqueda de tener experiencias significativas de las expresiones que el medio rural ofrece y tener una interacción más estrecha y de conocimiento de la naturaleza, que lo perfilan como un turista más informado, comprometido y consciente de sus acciones y actitudes al viajar.

Ceballos H. (1998) menciona:

La sustentabilidad del desarrollo -y específicamente del desarrollo turístico- ha requerido del establecimiento de nuevos criterios y líneas de acción claras que provoquen cambios en los patrones de producción y consumo, y permitan aprovechar adecuadamente los recursos naturales y culturales, con la participación activa de las comunidades locales, las autoridades públicas, las organizaciones no gubernamentales y las empresas privadas, en un marco de

vinculación intersectorial y de integración de políticas.

En tanto la importancia del desarrollo del turístico sostenible tiene como objetivo promover un desarrollo turístico, que concilie, equilibre y fomente la equidad social, la sustentabilidad natural y la rentabilidad de la inversión pública, privada y social, con el objeto de satisfacer las necesidades actuales de las regiones anfitrionas, de los inversionistas turísticos, de los prestadores de servicios turísticos y de los turistas, con el fin de proteger, fortalecer y garantizar las oportunidades de desarrollo en el futuro. Retomando al autor citado los principios del desarrollo turístico sostenible son los siguientes:

- Proporcionar experiencias de la más alta calidad a los turistas, ya que las necesidades actuales de los visitantes cada vez son más exigentes y requieren de un trato personalizado con servicios altamente calificados que se conjunten en un medio ambiente y atractivos turísticos óptimos.
- Promover el desarrollo de la riqueza natural y cultural de cada región, cuidando así los atractivos y la identidad propia, de manera que éstos puedan contribuir al patrimonio nacional, y continuar siendo al mismo tiempo un enclave turístico.
- Difundir las ventajas y oportunidades que la actividad turística brinda a la economía y al ambiente, ya que con un buen manejo de ésta, se pueden percibir ingresos significativos, los cuales serían de gran ayuda para mantener y mejorar la prosperidad del país, aplicándolos a la conservación de los recursos naturales.
- Mejorar el nivel de vida de las comunidades receptoras, creando fuentes de trabajo y oportunidades de crecimiento a la población, y contribuyendo al desarrollo de servicios paralelos que se conjunten para ofrecer una mejor atención al turista. Lo anterior permite que las

comunidades se den cuenta de todos los beneficios que pueden percibir, y hace posible una interacción cultural entre los turistas y los pobladores del lugar.

2.1.2 Turismo alternativo.

Valls J. F. (2004):

Se trata de una modalidad de turismo respetuoso por la naturaleza, basada en la actitud, en la conducta, en el compromiso que debe asumir la humanidad en cuanto a la conservación. En efecto, esta alternativa turística se basa en recobrar la importancia de lo que cotidianamente pasa desapercibido. El turismo alternativo es una conjugación de turismo natural, de aventura, etnológico, místico etc. Enriqueciendo la cultura tanto espiritual como física.

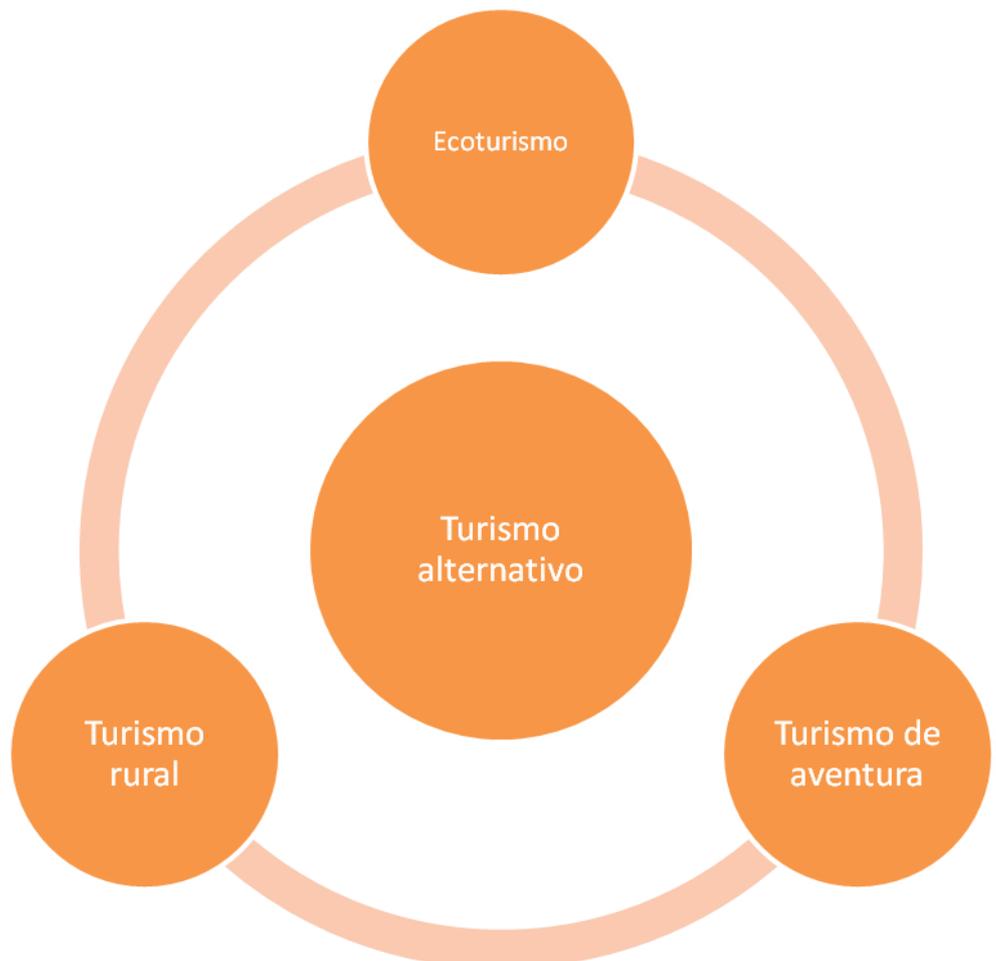
Este turismo se ha constituido en una nueva forma de disfrutar del tiempo libre. El contacto con la naturaleza, la paz del paisaje y lo agreste del terreno provocan que el visitante se ubique en otra perspectiva para comprender el mundo que los rodea y también para redescubrirse a sí mismo.

El turismo alternativo tiene como finalidad poner en contacto al turista con las distintas actividades que se realizan en comunidades locales de países exóticos y de costumbres muy diferentes a las nuestras, donde se puede participar en las tareas rurales, degustación de productos de las diferentes tierras, en su religión, etc. También es posible realizar caminatas con bajas dificultades, actividades combinadas, observación de fauna y paisajes etc. Lo importante es que el turista, independientemente del entrenamiento con el que cuente, todo pueda estar a la altura de su alcance. El turismo alternativo tiene un valor añadido, y es el fomentar la creatividad y la imaginación.

Esta definición ha facilitado, a su vez, realizar una segmentación del turismo alternativo, basado en el tipo de interés y actividades que el turista tiene y busca al estar en contacto con la naturaleza.

Es así, que la secretaría de turismo ha dividido al turismo alternativo en tres grandes segmentos, cada uno compuesto por diversas actividades, donde cabe mencionar, que cualquiera de las actividades que a continuación se definen, puede requerir de guías, técnicas y equipos especializados:

Gráfico 2 turismo alternativo



Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: 2014. Fuente SECTUR 2004

2.1.2.1 Ecoturismo

Blamey, R. K. (1997) menciona que las palabras ecoturismo o ecoturístico son términos utilizados actualmente para definir diversos conceptos, algunas veces usados de forma indiscriminada y hasta anárquica.

En ocasiones se utilizan como sinónimo de “desarrollo turístico sustentable” siendo que este concepto se refiere a un modelo de planeación turística que como ya se mencionó anteriormente se deben observar tres ámbitos: el social, el económico y el ambiental, siendo este último el eje central del modelo, basado en detener las tendencias de deterioro de los recursos naturales.

En conclusión los autores del presente trabajo mencionan que es el turismo que se realiza en áreas naturales y cuya responsabilidad de realizar esta planificación turística ambientalmente integral, en muchas definiciones, recae en el turista.

Se considera, en este caso, que el desarrollo turístico sustentable debe ser responsabilidad de quienes desarrollan y conforman el sector turístico, esto es: el gubernamental (municipal, estatal y federal), el privado y social (prestadores de servicios turísticos y comunidades anfitrionas) haciendo copartícipe al turista de la responsabilidad de cuidar de los recursos naturales que utiliza y del valor de respetar las culturas y tradiciones de sus anfitriones, una vez que contrató el servicio turístico.

En tanto ecoturismo se entiende y define el concepto de ecoturismo desde la perspectiva de que es un producto turístico, que está dirigido para aquellos turistas que disfrutan de la historia natural, y que desean apoyar y participar activamente en la conservación del medio ambiente. Entre las actividades más reconocidas y practicadas en este segmento son:

Tabla 1 actividades ecoturismo.

Talleres de Educación Ambiental:	Contacto directo con la naturaleza y en lo posible, involucrando a las comunidades locales
Observación de Ecosistemas:	Conocer las funciones específicas de los diferentes elementos que componen uno o varios ecosistemas
Observación de Fauna:	Consiste en presenciar la vida animal en su hábitat natural.
Observación de Fenómenos y Atractivos Especiales de la Naturaleza:	Visitar sitios, que por sus características naturales se consideran como espectaculares.
Observación de Flora:	Observación e interpretación del universo vegetal, en cualquiera de sus manifestaciones.
Observación Geológica	Tiene el fin de conocer, apreciar y disfrutar formaciones geológicas
Observación Sideral:	Apreciación y disfrute de las manifestaciones del cosmos a campo abierto.
Safari Fotográfico:	Captura de imágenes de naturaleza in situ,
Senderismo Interpretativo:	Fomenta el conocimiento de un medio natural. Los recorridos son generalmente de corta duración y de orientación educativa
Participación en Programas de Rescate de Flora y / o Fauna	Actividades lúdicas en un contexto natural cuya finalidad principal es la de participar en el rescate de especies raras, endémicas, en peligro de extinción o de conservación en general.
Participación en Proyectos de Investigación Biológica	Actividad de apoyo en la recolección, clasificación, investigación, rescate y recuperación de especies y materiales
Observación de Fósiles:	Búsqueda y conocimiento lúdico de formas de vida fosilizada en medio natural.

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Fuente Blamey R. K. 1997

2.1.2.2 Turismo de aventura

Valls J. F. (2004) describe que este segmento el turista puede encontrar y satisfacer su búsqueda por mejorar su condición física, reducir la tensión y por lo tanto mejorar su estado emocional y físico, así como vivir la experiencia de “logro” al superar un reto impuesto por la naturaleza, en donde la experiencia es sólo entre la naturaleza y el turista, por lo tanto quedan excluidas las competencias deportivas o denominadas actividades “extremas”, en donde el reto es contra el tiempo o contra el hombre mismo.

En tanto el autor define a esta modalidad de turismo como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza.

Este segmento está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan: tierra, agua y aire.

Gráfico 3 turismo aventura



Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Fuente Valls 2004

2.1.2.3 Turismo Rural.

Montiel A. (2000).

“Un proceso turístico que tiene como destino el aprovechamiento de las particularidades y potencialidades propias del ambiente rural, con el fin de satisfacer las motivaciones del que viaja y el afán de desarrollo local de las comunidades rurales, manteniendo niveles aceptables de impacto sobre sus recursos y la rentabilidad de la empresa que comercializa el producto”.

García Cuesta, (1996).

"Aquella actividad que se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de nuevos productos presentes en el mercado e íntimamente relacionados con el medio rural"

También se puede adicionar que el turismo rural comprende toda actividad turística o de recreación, que se desarrolla en el medio rural de manera sostenible dirigida principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan alejarse de la rutina y el bullicio de las mismas a través de unas vacaciones en el campo, en contacto con los habitantes de la localidad y la naturaleza.

El turismo rural permite dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales locales, ofreciendo al mismo tiempo posibilidades de empleo a la población, con lo que se ayuda a frenar el éxodo rural; suele ser dirigido y atendido por los mismos propietarios de los campos o las estancias. Estos propietarios, por lo general, muestran al visitante las actividades agrícolas que son típicas de la vida rural.

Es habitual que el turismo rural propicie un acercamiento entre los habitantes de las ciudades y las comunidades campesinas. Mientras los turistas disfrutan del ambiente natural y aprenden sobre las labores del

campo, las comunidades receptoras se benefician al recibir los ingresos generados por la actividad turística.

Montiel A. (2000) refiere:

Antes de pensar en los beneficios y ventajas económicas del turismo rural hay que considerar el concepto de sostenibilidad, proceso que permite el desarrollo sin degradar o agotar los recursos que hacen posible ese desarrollo. La incursión de una actividad turística no debe destruir la relación original que existe entre la población residente y el territorio y el patrimonio natural y cultural.

En tanto el turismo rural posee la siguiente característica clave: “Se localiza principalmente alejado de las grandes urbes y tiene en las poblaciones urbanas su principal fuente de demanda.”

Al hacer turismo rural estamos haciendo un intercambio que permite:

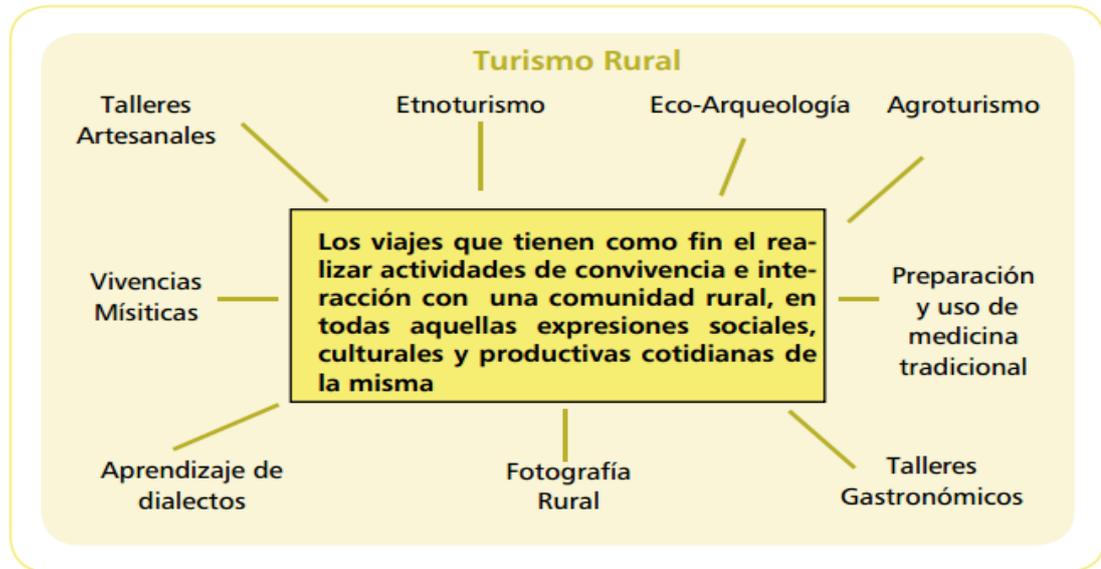
Generar fuentes de ingresos adicionales a los lugareños.

- Compartir con las comunidades y su cultura local
- Contrarrestar la pobreza
- Mejorar la fuga del “campo a la ciudad”

El Ingeniero Luis Andrés Martínez Figueroa, consultor turismo rural PROMER (2012) manifiesta que la fortaleza del turismo rural reside en gran parte, en aspectos relacionados con las capacidades del habitante rural para relacionarse con los turistas, es decir, capacidad de comunicarse con el visitante por medio de la palabra, actitudes, a través del entorno y las actividades propias del medio rural, como también en la capacidad del habitante rural para distanciarse de su propia ruralidad, con la finalidad de comprender mejor lo que ellos esperan y poder entregarlos así sin complejos ni restricciones.

Entre las actividades más reconocidas y practicadas en México para este segmento son:

Gráfico 4 turismo rural



Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Fuente García Cuesta 1996

Tabla 2 actividades turismo rural

Enoturismo:	Son los viajes que se relacionan con los pueblos indígenas y su hábitat con el fin de aprender de su cultura y tradiciones.
Agroturismo:	Se entiende como la modalidad Turística en áreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un medio rural.
Talleres Gastronómicos:	Motivación de aprender, preparar y degustar la variedad gastronómica que se ofrece por los anfitriones de los lugares visitados
Vivencias Místicas:	Ofrece la oportunidad de vivir la experiencia de conocer y participar en la

	riqueza de las creencias, leyendas y rituales divinos de un Pueblo, heredados por sus antepasados.
Aprendizaje de Dialectos:	Viajar con la motivación de aprender el dialecto del lugar visitado.
Eco-arqueología:	Implican el interés de los turistas por conocer las relaciones entre el hombre y su medio ambiente en épocas antiguas,
Preparación y uso Medicina Tradicional:	Rescate de una de las más ricas y antiguas manifestaciones de la cultura
Talleres Artesanales:	La experiencia se basa en participar y aprender la elaboración de diferentes artesanías en los escenarios y con los procedimientos autóctonos.
Fotografía Rural:	Esta actividad es de gran interés para aquellos viajeros que gustan capturar en imágenes las diferentes manifestaciones culturales y paisajes naturales del ambiente rural.

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Fuente Montiel A. 2000

2.1.2.4 Importancia del turismo alternativo

Valls, J. F. (2004) menciona que tiene una gran diversidad de actividades que proporcionan diversión, en particular a los jóvenes. Expone lo que hacen las comunidades indígenas y campesinas para la conservación del entorno. Así mismo, hace hincapié en la importancia de integrar la educación ambiental a los programas de turismo cultural para impulsar la conciencia de conservación y el disfrute.

El turismo alternativo tiene un valor agregado, resultado de la imaginación y creatividad de los operadores. Por ejemplo, la observación de aves puede ser aburrida para una persona que no tiene información sobre ello, pero es muy interesante cuando se le da a conocer acerca de sus ciclos de vida, hábitats y estrategias de supervivencia. Si lo anterior va acompañado de actividades adicionales, como la fotografía, el interés puede aumentar significativamente. La práctica de este tipo de turismo exige un mayor desgaste físico y emotivo.

El auténtico turismo alternativo no es un producto más en el mercado tradicional, como tampoco una ramificación agregada a la industria turística, más bien es una modalidad de nueva generación regida por un conjunto de condiciones que superan la práctica del turismo convencional de masas.

Esto no quiere decir que prescindan de soportes como alojamientos, transporte, establecimientos de alimentos y bebidas, carreteras y otros servicios complementarios, por el contrario, los necesita, pero requieren de planificación para llevar a cabo sus actividades.

Las instituciones gubernamentales utilizan el concepto y muchas veces de manera incorrecta, incluyendo en las actividades "alternativas" cuestiones como el golf.

2.1.2.5 Acciones

Ander-egg, E. (2000) hace referencia a las acciones que se debe considerar para el desarrollo del turismo alternativo en una comunidad local:

- Beneficios Ambientales
- Promueven el uso de recurso biótico en forma alternativa.

- Favorecen la cultura ecológica.
- Representan una opción de financiamiento para la conservación de los recursos naturales.
- Beneficios Sociales
- Promueven la participación y organización social de las comunidades
- Elevan la calidad de vida comunitaria, promueve el arraigo territorial
- Difunden valores locales y nacionales
- Promueven las tradiciones.
- Detonan proyectos comunitarios.
- Crean fuentes de trabajo en las comunidades.
- Son actividades rentables.

2.1.2.6 Experiencias y programas de recreación.

Font Sentías J. (2000):

El turismo alternativo representa una fuente de ingresos alternativa a las habituales actividades agrícolas o ganaderas y haciéndose eco del interés de ciertos turistas, especialmente europeos y norteamericanos, por contactarse con las raíces étnicas, han comenzado a desarrollar, de manera espontánea, proyectos turísticos que involucran al visitante en las costumbres y tradiciones de diferentes familias de distintas culturas y de paso, fomentan la conservación del entorno y la valoración del patrimonio cultural originario de cada uno de esos países.

Continuando con el autor el prestador de servicio no tienen que modificar su hábitat, sólo deben aprender la manera de recibir a un extranjero. El turista europeo quiere dormir en camas de palo, sentir el aroma a barro, en la mañana tener un buen pedazo de pan con quinua, al almuerzo una cazuela de llama, que le cuenten historias de los antepasados. Eso busca el turista culto. Nombro como ejemplo, la primera experiencia de este tipo, que se realizó en Senegal (África), en los años

sesenta, cuando comenzaba a fraguarse el concepto turismo alternativo. La idea es una integración total de vivencias, cultura, música. Al turista se le hace vivir en carne propia lo que vive normalmente la comunidad, aprovechando, además de las oportunidades que ofrece el terreno del lugar para practicar otras actividades.

Es lo que han comprendido familias y comunidades que, con limitados recursos, han organizado iniciativas turísticas de diverso carácter, las cuales comienzan a ser valorizadas y apoyadas como actividad productiva e instrumento de conservación de las culturas originarias. Sin embargo, el desarrollo del turismo alternativo es aún incipiente y no cuenta con una estructura organizada, allí los turistas pueden experimentar la vida de esas gentes, optando por estancias en casas familiares o realizando visitas por el día.

2.1.2.7 Respeto por lo cultural.

Retomando al autor Valls J. F. (2004):

“Las actividades que en las comunidades se estimulen deben ser congruentes con los objetivos del desarrollo sustentable y con las orientaciones de los planes de manejo que se hayan preparado.”

En este contexto, es necesario destacar los esfuerzos de comunidades indígenas y campesinas por aprovechar sus recursos naturales, integrando a sus tareas productivas actividades de turismo alternativo que no sustituyan ni alteren su estilo de vida tradicional. El turismo alternativo es una elección muy interesante pero también tiene sus desventajas. Se ha observado que el impacto del turismo alternativo no es tan bajo como pretende, ya que justamente explota regiones donde el turismo masivo no accedía, regiones vírgenes a las que el impacto de los visitantes puede afectar negativamente no sólo los recursos naturales, sino también todas las manifestaciones culturales y el modo de vida tradicional de las

poblaciones indígenas, especialmente de aquellas que, por no haber mantenido gran contacto con la sociedad “mayoritaria”, resultan más vulnerables al influjo de una cultura dominante.

El impulso turístico ha llevado a los operadores, e incluso a los funcionarios de las áreas de turismo, a concebir directamente a los indígenas como el objeto turístico, como un bien comercializable. También se relaciona cuando se realiza en áreas rurales, por lo general en balnearios de aguas termales y/o curativas.

2.1.3 Mercado turístico

De acuerdo al sitio *web*, www.rincondelvago.com;

El mercado turístico es donde confluyen la oferta de productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en consumir esos productos y servicios turísticos.

El mercado turístico, por lo tanto, es el rubro económico que engloba a todas las compañías que comercializan productos y servicios vinculados a los viajes. Este mercado suele tener ofertas asociadas al ocio, pero también a los viajes por negocios, estudios y otros motivos.

2.1.3.1 Componentes.

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

a. Oferta turística.

La Asociación Chilena de Municipalidades declaró en el 2000 y definió:

La oferta de una comunidad pertenece al conjunto integrado de tres componentes básicos que son: atractivo turístico, planta turística e

infraestructura. Estos pueden ser colocados en el mercado por medio de procesos de gestión, desplegados por los empresarios turísticos, por las propias comunidades y por otras organizaciones.

En tanto la oferta turística se basa en unos recursos (potenciales que posee un núcleo turístico para atraer y motivar a los turistas) e infraestructuras (elementos fijos que componen el mercado para atender las necesidades de los turistas) para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas. Estos productos y servicios turísticos deben competir en el mercado frente a otros para conseguir una sólida demanda.

Referente a esta definición es importante recalcar que se debe mantener una estrecha relación entre el atractivo, la planta y la infraestructura turista, ya que de una forma planificada se puede gestionar e involucrar un producto en el mercado y posesionarlo.

Igualmente describe el siguiente cuadro en el que se detalla la función que los elementos de la oferta cumplen en el sistema turístico.

Tabla 3 elementos oferta turística

Elementos de la oferta turística	Características básicas
Atractivos turísticos	Originan la visita del turista. Se clasifican en: Atractivos culturales, Atractivos naturales y Eventos programados.
Actividades Turísticas	Corresponde a las actividades que se realizan en el lugar de destino (caminatas, recreación, etc.)
Planta Turística	Facilita la estadía en el lugar de destino incluye (el equipamientos alojamiento, alimentación, etc.) y las

	instalaciones turísticas
Infraestructura	Aprueba el funcionamiento de la planta turística y constituye el vínculo entre este y los atractivos turísticos del lugar. Incluye el transporte, comunicaciones, energía, agua potable, alcantarillado, recolección de basura y salud.
Transporte	Se relaciona a los medios de transporte ya sean estos: terrestre, aéreo y acuático
Otros elementos institucionales	Corresponde a la organización estatal ONG's legislaciones, programas de educación, facilidades de estrategias de marketing y otros aspectos institucionales que permiten el desarrollo turístico a nivel nacional, regional y local.

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Fuente: www.rincondelvago.com

- Factores de la oferta.

La guía didáctica introducción al turismo de la UTP (2004), menciona que entre los factores de la oferta se menciona a los atractivos turísticos de una región son los que influyen en el desplazamiento de las corrientes turísticas. El turista potencial los elige tomando en cuenta algunos factores como: el atractivo en sí, las facilidades de acceso, hospedaje, alimentación; pero sobre todo, toma en consideración el presupuesto con el que cuenta para poder costearse este viaje al lugar escogido.

Es importante también conocer los cambios de monedas y las variables (a veces diarias) en las cotizaciones y como esto influye en la renta discrecional. Hay muchas personas que hacen sus presupuestos de

viajes en base a un destino escogido y a la calidad del servicio turístico que le ofrecerán.

Es de mucha utilidad la asesoría de una agencia de viajes que cuenta con personal capacitado en esta área para orientar al turista de acuerdo a su presupuesto y sus necesidades, que lugar debería visitar.

- Determinantes de la oferta.

Se debe constatar que la infraestructura y los servicios que se va a ofrecer, sean de buena calidad u que los lugares a visitar cubran las expectativas de los mismos.

b. Demanda Turística.

Desde el punto de vista económico la demanda turística para Mera R. en su libro de Marketing turístico del 2002 se precisa como:

“La cantidad de cualquier producto o servicio turístico que las personas desean o son capaces de adquirir, a cada costo específico en un conjunto de posibles precios durante un periodo de tiempo”.

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

Evidentemente el concepto de turismo asocia de manera especial al turista, pero para resultados estadísticos, en una comunidad se identifica a un turista como visitante ya sea nacional como internacional, el cual deberá permanecer por lo menos una noche en algún alojamiento colectivo o particular en el lugar o país visitado.

- Determinantes de la demanda

La guía pedagógica de la UTPL (2004) describe las determinantes de la demanda destacando primero su importancia, ya que estos prevalecen a la hora de decidir con que mercado se va a trabajar.

Factores externos; como: cambios de moneda, inflación, cambios de precios ya fueron mencionados.

Precio; que se establece sin antes hacer un estudio concienzudo, ya que es una variable poderosa en el marketing. En este influye el estado de la demanda y la oferta del producto y la competencia, para establecer los precios normales, de oferta, de temporadas promocionales etc.

Segmentación y motivación; atendiendo a las preferencias del consumidor. Segmentar es identificar grupos específicos dentro de la población viajera interesados en el mismo tipo de servicios. Existen varios criterios para segmentar al mercado total, entre los que se menciona;

- La selección geográfica
- Idioma
- Moda
- Modelos de comportamiento
- Organización de los viajes
- Edad
- Estudios
- Propósitos del viaje

De manera más clara y objetiva la segmentación se puede presentar tomando en cuenta las siguientes variables:

- Características demográficas
- Características económicas

- Educación y estudios
- Ocupación
- Región de residencia
- Aspectos sociales o estilos de vida (incluida la religión)

De acuerdo las características mencionadas se puede concluir que la demanda es una función de los niveles de renta real condicionados por factores de motivación.

2.1.4 Producto turístico.

Lickorish L. y Jenkins C. en su obra una Introducción al Turismo (1997) definen:

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.

Mera R. en su libro de Marketing turístico (2002), señala que cuando una empresa no posee el producto adecuado para satisfacer la demanda, no se puede realizar de forma efectiva ninguna operación comercial. Entonces queda claro que “el producto es el punto de partida de la estrategia de marketing”.

Levy A, (1994): menciona que el producto puede entenderse como el proceso de costos, ingresos y estructuras técnicas que el sistema sintetiza orientado a sus propios objetivos. A través de entradas (inputs) tales como información del entorno o recursos, el sistema basado en orientaciones racionales crea la oferta, la cual se entiende como la suma de unidades adquiribles en mercados totalmente elásticos.

En conclusión se puede indicar que el producto es la sumatoria de costo más beneficio esperado y que las unidades producidas obedecen a procesos racionales orientados a objetivos concretos.

Sin ir más lejos, la definición de producto puede ser abordada desde varias perspectivas y entendida dentro de un contexto histórico diferente en cada caso. Cada sociedad en cada tiempo intenta ajustar el concepto de producto y de producción acorde a sus necesidades, sean estas biológicas o conspicuas. De esta manera, puede entenderse al producto, como un objeto derivado de algún tipo de proceso sintético.

Ese objeto es escaso por naturaleza, por ende económico lo cual lo convierte en un bien. En segundo lugar, su síntesis se desprende de los recursos disponibles, las relaciones de producción, y el valor integrado entre fuerza de trabajo y utilidad neta esperada.

Lickorish L. y Jenkins C. Mencionan que el verdadero producto turístico surge a partir de dos elementos.

- a.- El destino, por ejemplo; un complejo turístico.
- b.- La satisfacción proporcionada en el destino elegido, como el descanso en una playa, las instalaciones para cuidar la salud en un balneario, las experiencias educativas o culturales en un concierto u obra de teatro.

Esta dualidad origina problemas y también oportunidades. El destino, normalmente representado como entidad por parte del gobierno local tiene la responsabilidad del mantenimiento del medio ambiente, los servicios públicos, la información, la responsabilidad de la estrategia global y la supervisión del desarrollo.

Un producto turístico como cualquier otro producto puede tener su propio ciclo de vida, cambiando desde el crecimiento, hasta un periodo de estabilidad y más tarde de declive.

2.1.4.1 Características del producto turístico.

El sitio web www.rincondelvago.com menciona las siguientes características del producto turístico:

- a) **Perecedero:** No se pueden almacenar en stock, un servicio no utilizado constituye una pérdida irrecuperable para la empresa.
- b) **No expandible:** Está condicionado a la presencia del cliente, por eso es importante el desplazamiento.
- c) **Inseparable:** La producción y el consumo se hacen muchas veces en el mismo lugar y en el mismo momento, son simultáneas.
- d) **Rígido:** El bien turístico carece de elasticidad en el sentido de que se adapta lentamente a las variaciones de la demandas. Se produce por el enorme coste de las inversiones turísticas y el considerable tiempo de su construcción.
- e) **Heterogéneo y complementario:** En el producto global existe complementariedad entre los diversos subproductos, los subproductos aislados son heterogéneos y no configuran un todo, tiene su propia entidad.
- f) **Subjetivo:** Depende del estado emocional del cliente y de las expectativas creadas que el producto satisfaga plenamente o no.
- g) **Intangible:** No puede poseerse ni tocarse, sólo se disfruta.

2.1.5 Canales de distribución

“Consiste en poner a disposición del consumidor el producto en el lugar y cantidad en el momento que desee”.

El término canal se deriva del latín *canalis*, que según uno de sus significados, es el cauce artificial por donde se conduce el agua para darle salida o para otros usos.

Dentro del contexto de la mercadotecnia, los canales de distribución son como cauces o tuberías por donde fluyen los productos, su propiedad, comunicación, financiamiento y pago, así como el riesgo que los acompaña hasta llegar al consumidor final o usuario industrial.

2.1.5.1 ¿Qué son los canales de distribución?

Según Lamb H. y McDaniel, "desde el punto de vista formal, un canal de marketing (también llamado canal de distribución) es una estructura de negocios de organizaciones interdependientes que va desde el punto de origen del producto hasta el consumidor, con el propósito de llevar los productos a su destino final de consumo".

Para Philip K. y Gary A., un canal de distribución "es un conjunto de organizaciones que dependen entre sí y que participan en el proceso de poner un producto o servicio a la disposición del consumidor o del usuario industrial".

La American Marketing Association (A.M.A.) (2012) define lo que es un canal de distribución de la siguiente manera: "Una red organizada (sistema) de agencias e instituciones que, en combinación, realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con los clientes finales para completar las tareas de marketing".

Según el Diccionario de marketing de cultural S.A., los canales de distribución son "cada uno de los diferentes caminos, circuitos o escalones que de forma independiente intervienen en el proceso de hacer

llegar los bienes y servicios desde el productor hasta el usuario o consumidor final".

En síntesis los autores del presente trabajo mencionan que los canales de distribución son la vía o conducto por el que los productos y/o servicios llegan a su destino final de consumo o uso, por lo cual, incluyen una red de organizaciones que de forma independiente y organizada realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con consumidores finales o usuarios industriales.

2.1.5.2 La importancia de los canales de distribución.

Kotler P. (2004) menciona que los intermediarios ayudan a los fabricantes o productores que no tienen contactos, recursos, experiencia, conocimientos especialización, escala de actividades y/o la motivación suficientes, a que sus productos y/o servicios lleguen al consumidor final o usuario industrial.

Además, los canales de distribución brindan a los fabricantes o productores y a los consumidores o usuarios industriales, los beneficios de lugar y tiempo. El beneficio de lugar se refiere al hecho de llevar y poner un producto y/o servicio cerca del consumidor o usuario industrial para que no tenga que recorrer grandes distancias para obtenerlo (y así satisfacer su necesidad o deseo). El beneficio de tiempo se refiere a que el producto y/o servicio esté al alcance del consumidor o usuario industrial en el momento preciso (porque después del cual, se corre un gran riesgo de que la compra no se realice). Otra razón que influye en mayor o menor medida (dependiendo del tipo de producto y/o servicio) en la decisión de utilizar de canales de distribución, es que los intermediarios suelen comercializar productos que son complementarios, y de esa manera, logran una distribución masiva eficiente. Por ejemplo, Los supermercados son intermediarios que ofrecen a sus clientes una amplia

variedad de productos, por lo cual, muchos consumidores acuden a ellos para satisfacer múltiples necesidades en una sola compra.

2.1.5.3 Funciones de los canales de distribución.

Según Lamb, H. y McDaniel, las tres funciones básicas que desarrollan los intermediarios se resumen en:

- Funciones transaccionales: estas funciones incluyen:
 - Contacto y promoción
 - Negociación
 - Asumir riesgos

- Funciones logísticas: incluyen:
 - Distribución Física
 - Almacenamiento

- Funciones de facilitación: incluyen:
 - Investigación
 - Financiamiento

Según Kotler y Armstrong, un canal de distribución desplaza bienes y servicios de los productores a los consumidores, y elimina las brechas importantes de tiempo, lugar y posesión que separan los bienes y servicios de quienes los usarán.

Los miembros del canal de marketing desempeñan muchas funciones claves; las cuales, se dividen en dos grupos básicos:

1. Las funciones que ayudan a completar transacciones: Las cuales incluyen:

- Información
- Promoción
- Contacto
- Adecuación

2. Las funciones que ayudan a llevar a cabo las transacciones concertadas:

Las cuales incluyen:

- Distribución
- Financiamiento
- Aceptación de riesgos

Sin embargo, según Kotler y Armstrong, la pregunta no es si es necesario desempeñar éstas funciones lo es sino más bien, quién lo hará. Al dividir el trabajo del canal, las diversas funciones deben asignarse a los miembros de éste que puedan efectuarlas de la manera más eficiente y eficaz y así proporcionar surtidos satisfactorios de bienes a los consumidores meta.

2.1.5.4 Principales canales de distribución en turismo.

Serra C. (2002) menciona:

- Consorcio central de oferentes de reservas de productos, agencia de viajes turísticos minorista, clientes específicos, (líneas mayoristas o aéreas, hoteles, tour operador alquiler de autos, excursiones, etc.).

- Agencia de viajes • Estructura de ventas • Reserva y emisión de tickets • Provisión de información y consejos • Diseños de itinerarios personalizados.
- Tour operador • ofrecen paquetes turísticos estandarizados • Venta al público en general y a las agencias de viajes. • Obtienen sus ganancias a través de la venta masiva de paquetes de bajos márgenes.

En este sentido los autores del presente trabajo definen que la mejor opción para promocionar a nivel local el turismo alternativo es un tour operadora.

2.1.5.5 Distribución turística

Muñoz Oñate F. (2010) menciona:

El objetivo básico de la distribución es poner el producto a disposición del consumidor, en el lugar y en el momento en que dicho consumidor lo necesita, se trata de un desplazamiento físico del producto hacia el consumidor, en esta actividad tiene vital importancia la gestión y mantenimiento de unas existencias en almacén que sirvan de reguladoras entre el flujo de producción existente y el flujo de demanda. En el sector turístico, por su carácter de servicio es imposible la formación de stock y es imprescindible que para que el servicio turístico se lleve a cabo contemos con la presencia del turista en la zona receptiva, por tanto la primera y gran diferencia entre la distribución de bienes de consumo y los servicios radica en que el desplazamiento físico no lo realiza el servicio sino el consumidor-turista.

Según Muñoz Oñate, F. (2010) establece que la función de distribución dentro del marketing de la empresa turística tiene como objetivo principal el establecer los vínculos de unión pertinentes entre el suministrador de

satisfactores turísticos y el demandante de los mismos, y con la óptica de favorecer el acto de compraventa final y en el sentido de dominio que sobre el satisfactor adquirido va a tener el comprador.

En algunos subsectores de la actividad turística el problema de distribución se limita a un problema de localización, a la fijación del punto de venta donde se va a llevar a cabo la venta del servicio; venta que en algunos casos puede venir acompañado del consumo de lo vendido y en otros será independiente del consumo de lo vendido, convirtiéndose en estos casos los distribuidores en vendedores de derechos de uso de unos bienes y servicios en un lugar y en un tiempo determinado.

Señalar que algunos productores necesitan no un solo punto de venta, sino una red o conjunto de puntos de venta, debido a su distancia física con los consumidores-turistas, a su gran capacidad de oferta, a su necesidad de tener unas ventas anticipadas en forma de reserva y no depender exclusivamente del día a día, etc. La distribución turística gozará de las mismas características que la distribución de bienes de consumo, no obstante las propias características del sector nos lleva a adoptar una definición distinta del concepto distribución. Muñoz designa a los canales o redes de distribución como: “ la estructura que se forma en un mercado turístico por el conjunto de organizaciones con el objetivo principal de facilitar y poner a disposición de los posibles compradores los productos de los distintos fabricantes, realizando la concreción de la venta, confirmándola y efectuando su cobro.”

2.1.6 Empresa

Blacutt Mendoza M. (2000)

“Empresa es la unidad económica básica que produce o transforma bienes o presta servicios a la sociedad y cuya razón de ser es satisfacer las necesidades de las poblaciones-territorio”

2.1.6.1 Clasificación de Empresas

Las empresas pueden clasificarse de muchas maneras

2.1.6.1.1 Por el alcance territorial

Desde este punto de vista, las empresas se clasifican por el territorio que alcanzan sus operaciones, los que pueden ser locales hasta internacionales.

Empresas locales, orientan su producción o la prestación de servicios preferentemente al mercado conformado por la población-territorio que les sirve de anfitriona.

Empresas regionales, las que atienden la demanda de varias poblaciones-territorio en un país.

Empresas nacionales, cubren la demanda del total de las poblaciones-territorio nacionales. Corporaciones Transnacionales, Tienen la casa matriz en un país determinado y muchas filiales en varios países del mundo, cada una de las cuales produce para su mercado nacional y lo que suceda en cada filial no repercute en las demás.

2.1.6.1.2 Por el tamaño

Hay varios indicadores para clasificar las empresas según el tamaño; pero “el tamaño” puede referirse al capital invertido, al total de ventas, al número de empleados y otros similares. Empresas grandes, por lo general tienen grandes capitales, infraestructura propia, cientos de empleados, sistemas de organización y de operación modernos y gozan de la confianza de los bancos

Empresas medianas, el capital, las ventas, el número de empleados es menor a las grandes; los sistemas de organización y comercialización son menos estructurados, pero responden eficientemente a las demandas de los mercados. Empresas pequeñas, el capital, la mano de obra y las ventas, por ser reducidas no permiten que las empresas pequeñas tengan, individualmente, gran influencia en los mercados.

Microempresas, generalmente son de propiedad familiar o individual y sus actividades se orientan a la artesanía debido a lo exiguo del capital y, por ello, de sus instalaciones de equipo y maquinaria

2.1.6.1.3 Según la Propiedad del Capital

El capital puede ser de origen privado, público, mixto o provenir de una organización cooperativista; así, se tiene la clasificación de acuerdo con los siguientes indicadores: Empresa Privada, la propiedad de la empresa es de un grupo de personas privadas que se han reunido para crear una empresa y lograr dividendos. Empresa Pública, es administrada por el Estado y su alcance puede ser local, provincial, regional o nacional.

Empresa Mixta, se caracteriza por que la propiedad se reparte entre el Estado y los propietarios privados en diferentes proporciones, las que varían de acuerdo con los objetivos definidos por ambos.

2.1.7 Empresa turística

Rivas J. (2012)

“Empresa turística es la unidad de producción que gestiona los factores productivos para convertirlos en bienes de consumo o servicios con el fin de satisfacer las demandas del cliente. La empresa turística es, por lo tanto, una unidad de producción tanto

a nivel social como económico. Para su correcto funcionamiento debe gestionar recursos humanos (trabajadores), recursos económicos (capital) y recursos técnicos (equipos)."

2.1.7.1 Funciones de la empresa turística

Todas las empresas turísticas tienen una serie de funciones que siguen para poder sacar el negocio adelante y ofrecer un buen servicio. Todas ellas, ya sean turísticas o no, siguen principalmente una misma línea para poder ofrecer al turista todos aquellos servicios que necesita durante su estancia.

A continuación diferentes funciones que se realizan:

Función de personal.- Conjunto de actividades relacionadas con el reclutamiento y selección del personal, la integración, remuneración y valoración de puestos de trabajo. En definitiva todo lo relacionado con los Recursos Humanos.

Función de operaciones.- Es el conjunto de actividades que transforman los recursos en productos o servicios.

Función de contabilidad y registro.- Busca la creación y desarrollo de un sistema de gestión de la información eficaz para servir de apoyo a las decisiones empresariales.

Función financiera.- Conjunto de actividades para recaudar fondos financieros y dinero para el desarrollo de las actividades empresariales.

Función comercial.- Es el conjunto de operaciones que llevan el producto final o servicio hasta el consumidor final. Incluye actividades como publicidad, venta, transporte, distribución, almacenamiento.

Función de compras.- Esta función se encarga de proveer a la empresa de todos aquellos materiales y servicios que son necesarios para desarrollar la actividad de la misma. Generalmente se encarga de adquirir materias primas, contratación de suministros y búsqueda de servicios necesarios.

Función de investigación.- Es una función muy necesaria hoy en día, es la encargada del desarrollo técnico y tecnológico de los productos y servicios, de la forma de producirlos, prestarlos y de mejorar su calidad.

2.1.8 Operadora de turismo

Base legal para registro de una operadora turística “reglamento MINTUR”

2.1.8.1 Requisitos

a. Solicitud dirigida al Gerente Regional Sierra en la cual deberá contar:

- Nombres completos del representante legal de la compañía.
- Un listado completo de los documentos que adjunta.
- La categoría en la cual desea operar.
- Domicilio y teléfono de la operadora de turismo para notificaciones posteriores.
- Firma del solicitante (Representante legal)
- Firma del Abogado patrocinante.

b. Documentos requeridos:

- Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, debidamente inscrita en el respectivo registro mercantil.

- Original o copia certificada del nombramiento del representante legal de la compañía, debidamente inscrito en el registro mercantil.
- Copia certificada del registro único de contribuyentes (R.U.C)
- Certificado de votación, copia de la cédula de identidad.
- Currículo vitae de los ejecutivos y nómina del personal administrativo.
- Certificado de IEPI 103

c. Activo real:

- Para agencia MAYORISTA: \$4000,00
- Para agencia INTERNACIONALES \$6000,00
- Para agencia OPERADORAS \$8000,00

Este activo real aplica para poder establecer una sucursal y por cada una que se adicione aumentara el equivalente a \$600,00: \$800,00: \$1200,00 respectivamente.

d. Exigencia académica o experiencia:

- El representante legal de la agencia deberá poseer título académico a nivel superior y acreditar idoneidad técnica y operativa en el manejo de agencia de viajes:
- O demostrar la experiencia continua de por lo menos 6 años a nivel ejecutivo en agencias de viajes:
- Cuando el representante legal no posee cualesquiera de las exigencias constante en los literales a) o b) del numeral d, deberá la agencia contratar a una persona de carácter permanente que cubra el requisito de capacitación y experiencia profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, la misma que demostrara que posee mínimo 6 años de experiencia a nivel ejecutivo, o poseer título académico en administración de empresas turísticas o sus equivalentes.

- Estos requisitos no se exigirán para aquellas agencias que se vayan a establecer en ciudades que su población sea inferior a 50.000 habitantes.

e. Trámite:

Receptado el expediente en la Gerencia General Sierra se remitirá asesoría jurídica para la revisión de la misma y emitirá su informe legal remitiéndose toda la documentación al Gerente Regional Sierra para que emitiera su opinión sobre la exigencia académica o experiencias tanto del representante legal o de la persona contratada, según el caso. De cumplirse con todas las exigencias se informara al interesado mediante comunicación suscrita por el Gerente Regional Sierra, a fin que proceda a entregar el contrato debidamente inscrito de arrendamiento del local en donde funcionara la agencia, y la afiliación a una cámara de turismo.

De no cumplir con uno o varios requisitos, se le comunicara al interesado motivando las razones del incumplimiento, a fin de que en el plazo de treinta días proceda a efectuar las observaciones que deba subsanar.

Si vencido este plazo se ordenará el archivo en caso de no haberse dado cumplimiento. Debiéndose reanudar el trámite con una nueva solicitud del interesado.

Cumplido los requisitos legal y vista la opinión de la autoridad, pasara a conocimiento del Departamento de Supervisión y Control, para que se efectuó la inspección del local y verificación de los datos consignados en lo referente a los activos reales de la empresa, diligencia que deberá constar en una acta suscrita conjuntamente con el representante legal de la agencia y el funcionario designado siendo de exclusiva responsabilidad de los suscriptores. Luego de lo cual entregara la orden de pago para que el interesado pague en la tesorería de Institución, y se elaborara en

ese departamento el certificado de registro y licencia anual de funcionamiento. Todos los documentos exigidos serán originales o copias notariadas.

En caso de que la agencia tenga la categoría internacional se solicitara que adjunte documentadamente ser depositaria y expendedora de títulos de transporte aéreo nacional y/o internacional.

El registro y licencia anual de funcionamiento se concederá conjuntamente en la primera vez.

f. Las Agencias de Turismo se dividen en:

- Agencias mayoristas: Venden a otras.
- Agencias internacionales: Sólo venden tiquetes aéreos.
- Agencias operadoras: Venden paquetes turísticos.

g. Requisitos para el Funcionamiento de una Operadora Turística.

- Registro y autorización en el Ministerio de Turismo.105
- Permiso de funcionamiento anual, emito por el municipio.
- Debe poseer un espacio de 30 metros y un baño.
- Activo total de 8000 dólares.

Nota: El permiso de funcionamiento anual deberá ser emitido por los Municipios que se encuentren descentralizados, en el caso de un Municipio Centralizado el permiso de funcionamiento deberá ser emitido por el respectivo municipio.

g. Organización de la operadora turística:

La organización administrativa funcional va a estar divididas en áreas de trabajo para poder llevar a cabo las acciones y medidas ejecutorias

con el fin de que las operaciones sean llevadas a cabo en forma armoniosa, organizada y con calidad.

Las relaciones humanas van a estar enmarcadas dentro de los parámetros del respeto, la responsabilidad, la fidelidad con la entidad y la calidad en el desempeño de funciones y actividades dentro y fuera de la operadora. Además de que los paquetes turísticos van a requerir para una correcta difusión de los mismos del compromiso de los guías con la entidad y con el lugar en donde desarrollan sus actividades culturales, de aventura y ecológicas.

h. Actividades de la operadora turística.

1.- Gerencia:

- Organización y determinación de actividades de la OT.
- Planificar los objetivos.
- Determinar las estrategias para alcanzar los objetivos propuestos.
- Evaluar y aprobar la información financiera.

2.- Recursos humanos:

- Selección y contratación de personal.
- Capacitación y evaluación de personal.
- Control de personal.
- Motivación al personal.
- Selección y legalización de convenios.
- Motivación y seguimiento de satisfacción en los turistas.
- Selección y difusión de información turística dentro y fuera de la OT.
- Solución de conflictos.
- Términos para los contratos:

- Las personas que vayan a trabajar en la Operador Turística deben reunir las siguientes características y perfil:
- Ser mayor de 18 años.
- Estar en capacidad de firmar contratos.
- No poseer ningún tipo de impedimento legal.

3.- Contabilidad:

- Selección y revisión de cotizaciones
- Registro y autorización de compras.
- Registros contables.
- Rol de pagos.
- Elaboración de balances e informes económicos. 107
- Registro inventario de los implementos y demás artículos de la OT.

4.- Ventas:

- Oferta de paquetes turísticos
- Entrega y difusión de información
- Informe mensual y anual del nivel de ventas

5.- Marketing:

- Recolección y selección de información.
- Elaboración de propuestas de publicidad.
- Control y evaluación de publicidad.
- Control y seguimiento de centros y lugares que trabajen con la OT para mantener y mejorar la imagen.
- Crear propuestas para difundir y posicionar en el mercado una buena imagen empresarial.
- Fomentar el interés de los turistas por la OT.

- Hacer, desarrollar y colocar la información turística dentro y fuera del país.
- Evaluar la aceptación y realizar ajustes en los procesos de servicios turísticos.

2.1.9 Cuicocha y sus características.

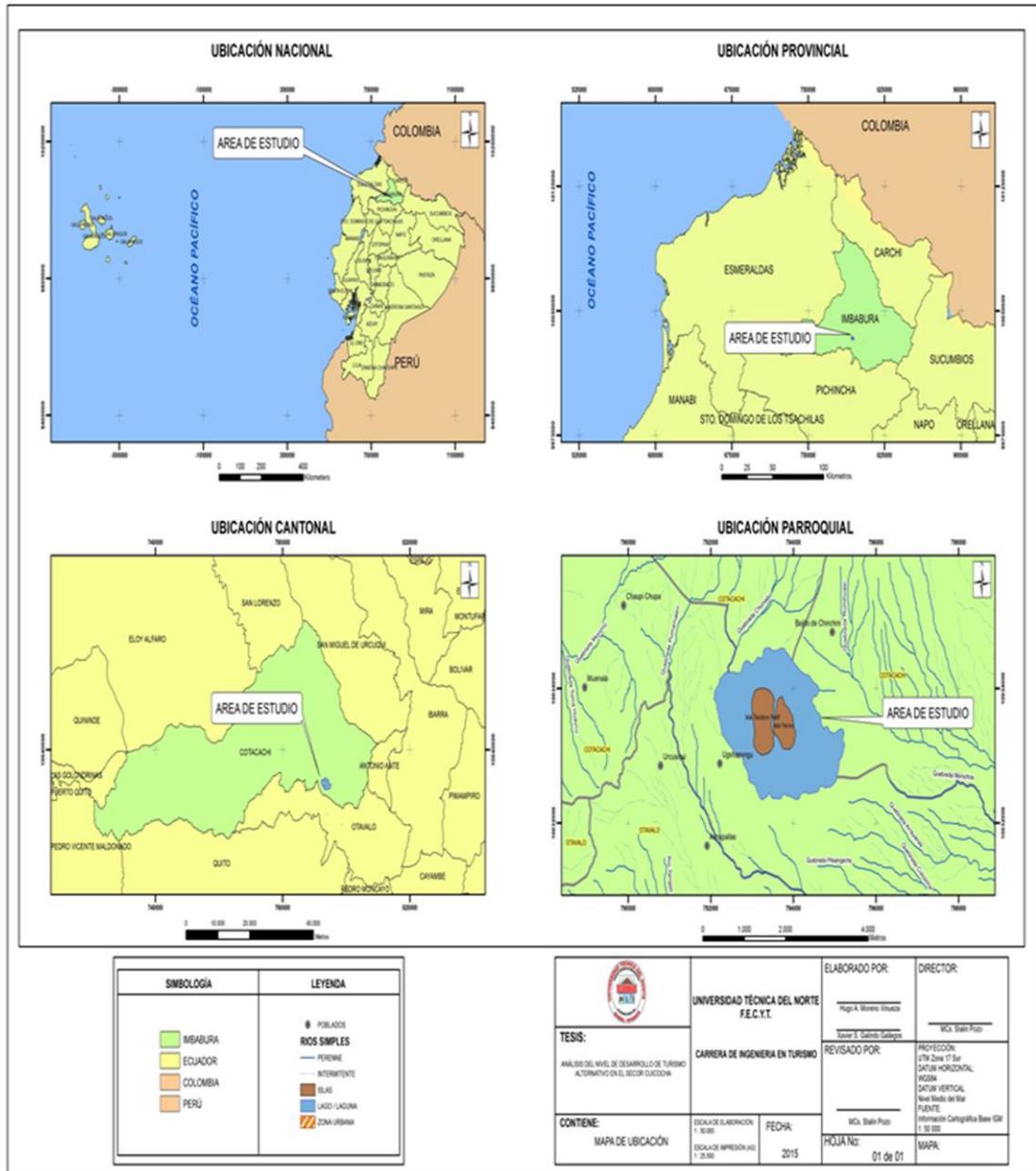
El lago Cuicocha está dentro de la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas y es el sitio más visitado de la misma por la buena accesibilidad que tiene. Esta laguna es conocida como laguna de los Dioses o Tsui – Cocha y es de origen cratérico. La caldera fue formada por una masiva erupción freática hace 3.100 años generando 5 Km cúbicos de flujos piroplásticos y cubriendo la zona aledaña con una capa de ceniza volcánica de 20 cm. La particularidad de esta laguna es que en su centro están ubicados dos islotes que llevan los nombres de Teodoro Wolf y José María Yerovi, separados por el "Canal del Ensueño".

Estas islas son producto de pequeñas erupciones que siguieron a la erupción principal. La laguna de Cuicocha está en el interior del cráter del volcán Cotacachi que se originó tras una explosión volcánica hace miles de años, razón por la cual, carece de orillas. Dentro del lago se encuentra en pleno funcionamiento la empresa pública de turismo Cotacachi, la cual ofrece servicios de alojamiento, alimentación y paseo en bote alrededor de los islotes; el Ministerio del Ambiente ofrece un pequeño centro de interpretación, donde cuenta la historia de la formación del lago y una breve explicación de los seres bióticos y abióticos que componen la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

2.1.9.1. Ubicación

Está ubicada dentro de la Reserva Cotacachi-Cayapas. Se encuentra ubicada a 18 Km. de Otavalo y 12 Km. al suroccidente de Cotacachi.

Gráfico 5 mapa ubicación cantonal.



2.1.9.2. Extensión.

La Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas cuenta con 243.638 has. El lago Cuicocha es un profundo cráter volcánico de 4 Km. de largo por 3 Km. de ancho y aproximadamente 200 m. de profundidad; el sendero alrededor del lago posee una dimensión de 14 Km.

Gráfico 6 mapa extensión lago Cuicocha



Fuente googlemaps.com

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

2.1.9.3 Clima

El clima, determinado por la topografía, va de templado periódicamente húmedo a frío de alto andino y de tropical lluvioso a templado periódicamente seco.

2.1.9.4 Fauna

En lo que respecta a la fauna en el lugar podemos observar especies como: el cuy de monte que le da el nombre a la laguna el soche, el conejo de monte, el armadillo, el zorro andino, el chucuri, y gran cantidad de aves como tórtolas, torcazas, colibríes, gorriones, mirlos, lechuzas y patos.

Hay épocas únicas en que se puede observar al rey de los Andes, el cóndor, dando un alto vuelo por el lugar. Por los flancos alrededor del cráter existe un sendero auto-guiado de 8 Km. de longitud llamado 'Máximo Gorki Campuzano'.

2.1.9.5 Flora

Por su contacto lava volcánica posee más de 400 especies, que varían según la altitud a la que se encuentran. Se pueden encontrar plantas medicinales y decorativas como totoras, sigses, bromelías, cerote, palo rosa, pumamaqui, arrayán, cedro rojo, rumibarba, calahuala. Además existen diez variedades de orquídeas y una especie de bambú llamado zuro.

2.1.9.6. Atractivos

- Mirador Cotacachi Loma: da el nombre por ser la loma más alta en todo el cantón. Puede realizar excursiones al mirador.
- Mirador de las Antenas: Se encuentra al noroccidente de la laguna de Cuicocha. Desde este lugar es posible alcanzar una vista panorámica del Lago San Pablo y los cantones Otavalo, Atuntaqui, Ibarra, así como también los páramos de Mojanda y más poblados del callejón Interandino.
- Comunidad San Nicolás de Cuicocha: en esta comunidad podemos visitar viviendas místicas donde se realizan artesanías manuales y en telares con hilo creado de lana de alpaca, llamas y ovejas. También cuenta con gastronomía típica de la zona, huertos agrícolas y una excelente vista hacia los volcanes Cotacachi y Cayambe.
- Cañón de Chumabí: es un cañón donde se puede practicar diferentes estilos de turismo de aventura. Su máxima caída tiene 40m de altura en la época de invierno se forma una cascada donde se puede realizar canyonnig.
- Mitos: Tras la conquista española, el lago Achicocha nombre quichua que significa Lago de los Dioses fue llamado Cuicocha.

El lago es considerado sagrado, cuyas aguas son escenario de ritos de purificación shamánica.

Cada año, en tiempo del solsticio de verano, se realizan baños de purificación a las orillas del lago.

2.1.9.7 Área protegida

Dudley, N. (2008)

Es un espacio geográfico claramente definido, reconocido, dedicado y gestionado, mediante medios legales u otros tipos de medios eficaces para conseguir la conservación a largo plazo de la naturaleza y sus servicios ecosistemáticos y sus valores culturales asociados. (p.10)

En la actualidad en el Ecuador existen 40 áreas protegidas por el estado las que pertenecen al Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), conformado por: parques nacionales, reservas biológicas, ecológicas, geobotánicas, de producción faunística, marinas, refugios de vida silvestre, y áreas de recreación.

2.1.10 Fundamentaciones

2.1.10.1 Fundamentación turística.

Reglamento especial de turismo en áreas naturales protegidas (RETANP)

Cabe mencionar que se hace referencia al reglamento especial de turismo en áreas protegidas en razón de que el área de Cuicocha está ubicada en la zona de amortiguamiento de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas.

Capítulo III

Instrumento 4: de la participación

Art. 22.- En las áreas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas se organizarán sistemas de participación local, como Comités de Gestión o Juntas Consultivas con funciones de asesoramiento, integrados especialmente por: los operadores turísticos, los municipios, los consejos provinciales, las juntas parroquiales, las comunidades, Cámaras de Turismo, Ministerio de Turismo y otras autoridades y actores locales, así como la Jefatura del Área Protegida.

Art. 23.- La celebración de convenios entre operadores, organismos de la función pública, comunidades locales y Ministerio del Ambiente se sujetará a las disposiciones previstas en los respectivos planes de manejo del área para la cooperación y apoyo en el ordenamiento, gestión y manejo del Sistema Nacional de Áreas Protegidas.

Capítulo IV:

De las modalidades turísticas permitidas en el sistema nacional de áreas protegidas

Art. 25.- Las modalidades de turismo aceptadas en el Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, son:

1. **Turismo de Naturaleza.-** Es la modalidad de turismo que se fundamenta en la oferta de atractivos naturales de flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, etc.
2. **Turismo Cultural.-** Es la modalidad de turismo que muestra y explica al turista los atractivos culturales de un destino turístico como:

comunidades locales, comunidades indígenas, manifestaciones culturales, sitios culturales, históricos, arqueológicos, etc.

3. **Turismo de Aventura.**- Es la modalidad en la que el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos, tales como rafting, kayaks, regatas en ríos, surf, deportes de vela, rapel, cabalgatas, ciclismo de montaña, espeleología deportiva, montañismo, buceo deportivos, senderismo, caminatas, etc.

2.1.11 Fundamentación social

En este contexto se hace referencia al código de ética mundial para el turismo

El turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo

1. El turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de desarrollo individual y colectivo. Si se lleva a cabo con la apertura de espíritu necesaria, es un factor insustituible de autoeducación, tolerancia mutua y aprendizaje de las legítimas diferencias entre pueblos y culturas y de su diversidad.
2. Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores y minusválidas, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos.
- 3.- Se favorecerá la introducción en los programas de estudios de la enseñanza del valor de los intercambios turísticos, de sus beneficios económicos, sociales y culturales, y también de sus riesgos.

El turismo, factor de desarrollo sostenible

1. Todos los agentes del desarrollo turístico tienen el deber de salvaguardar el medio ambiente y los recursos naturales, en la perspectiva de un crecimiento económico saneado, constante y sostenible, que sea capaz de Satisfacer equitativamente las necesidades y aspiraciones de las generaciones presentes y futuras.
3. Las autoridades públicas nacionales, regionales y locales favorecerán e incentivarán todas las modalidades de desarrollo turístico que permitan ahorrar recursos naturales escasos y valiosos, en particular el agua y la energía, y evitar en lo posible la producción de desechos.
4. Se procurará distribuir en el tiempo y en el espacio los movimientos de turistas y visitantes, en particular por medio de las vacaciones pagadas y de las vacaciones escolares, y equilibrar mejor la frecuentación, con el fin de reducir la presión que ejerce la actividad turística en el medio ambiente y de aumentar sus efectos beneficiosos en el sector turístico y en la economía local.
5. Se concebirá la infraestructura y se programarán las actividades turísticas de forma que se proteja el patrimonio natural que constituyen los ecosistemas y la diversidad biológica, y que se preserven las especies en peligro de la fauna y de la flora silvestre. Los agentes del desarrollo turístico, y en particular los profesionales del sector, deben admitir que se impongan limitaciones a sus actividades cuando éstas se ejerzan en espacios particularmente vulnerables: regiones desérticas, polares o de alta montaña, litorales, selvas tropicales o zonas húmedas, que sean idóneos para la creación de parques naturales o reservas protegidas.
6. El turismo de naturaleza y el ecoturismo se reconocen como formas de turismo particularmente enriquecedoras y valorizadoras, siempre que

respeten el patrimonio natural y la población local y se ajusten a la capacidad de ocupación de los lugares turísticos.

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

- 1.- Las poblaciones y comunidades locales se asociarán a las actividades turísticas y tendrán una participación equitativa en los beneficios económicos, sociales y culturales que reporten, especialmente en la creación directa e indirecta de empleo a que den lugar.
- 2.- Las políticas turísticas se organizarán de modo que contribuyan a mejorar el nivel de vida de la población de las regiones visitadas y respondan a sus necesidades. La concepción urbanística y arquitectónica y el modo de explotación de las estaciones y de los medios de alojamiento turístico tenderán a su óptima integración en el tejido económico y social local. En igualdad de competencia, se dará prioridad a la contratación de personal local.
- 3.- Se prestará particular atención a los problemas específicos de las zonas litorales y de los territorios insulares, así como de las frágiles zonas rurales y de montaña, donde el turismo representa con frecuencia una de las escasas oportunidades de desarrollo frente al declive de las actividades económicas tradicionales.
4. De conformidad con la normativa establecida por las autoridades públicas, los profesionales del turismo, y en particular los inversores, llevarán a cabo estudios de impacto de sus proyectos de desarrollo en el entorno y en los medios naturales. Asimismo, facilitarán con la máxima transparencia y la objetividad pertinente toda la información relativa a sus programas futuros y a sus consecuencias previsibles, y favorecerán el diálogo sobre su contenido con las poblaciones interesadas.

2.1.12 Fundamentación económica

Los efectos del turismo sobre la economía son tal vez los más conocidos y han sido los que en mayor grado han estimulado el interés de los países por el turismo. Estos efectos pueden manifestarse de diferentes formas, a saber:

- El turismo como fuente generadora de divisas
- El turismo y sus efectos sobre el ingreso nacional
- El turismo como fuente generadora de empleos
- El turismo como factor de expansión del mercado nacional
- Otros efectos del turismo: sobre el nivel general de precios y sobre el presupuesto público

El turismo como fuente generadora de divisas: de todos los beneficios posibles del turismo es quizás el más notable. Los ingresos resultantes del gasto realizado por los turistas en los países, contribuyen significativamente en la balanza de pagos, especialmente en los países en vías de desarrollo. Desde el punto de vista económico normalmente se analiza la contribución que el turismo hace a la economía de un país como consecuencia de su capacidad para generar divisas.

Los gastos realizados por los turistas extranjeros en el país generan salarios y otros ingresos en los factores de producción. Así, por ejemplo, cuando los hoteles y restaurantes compran productos alimenticios y otras mercancías a los proveedores, generan con estas compras un producto interno dentro del proceso de distribución.

El turismo como fuente generadora de empleos. La importancia del turismo en este aspecto está íntimamente ligada al grado de importancia que tenga como fuente generadora de ingresos para el país. Se distinguen tres tipos de empleo generados por el turismo:

- Empleo directo, como resultado de los gastos de los visitantes en instalaciones turísticas, como los hoteles, restaurantes, agencias de viaje.
- Empleo indirecto, todavía en el sector turístico, pero como resultado directo del gasto turístico.
- Empleo inducido, creado como resultado del gasto por los residentes debido a los ingresos procedentes de turismo.
- El turismo como factor de expansión del mercado nacional.
- Independientemente del aumento del consumo de productos agropecuarios, es evidente que el turista efectúa un gasto adicional en la compra de productos manufacturados nacionales no siempre catalogados como turísticos, lo que equivale a una verdadera exportación.

2.2 Posicionamiento teórico personal.

El turismo es una actividad económica que implica el desplazamiento de personas hacia un lugar distinto de su residencia, con el objeto de recreación, ocio, negocios u otras actividades, por un periodo menor a un año, durante el viaje se genera una cadena de valor que beneficia a diferentes sectores relacionados con el turismo.

El turismo se encuentra ubicado en el sector terciario de la economía (servicios). En el tema ambiental, el turismo controlado es considerado como una actividad sostenible y de beneficio para el cuidado ambiental y valorización de los recursos naturales y culturales existentes.

La actividad turística a nivel mundial se ha convertido en una industria de gran importancia, permitiendo el desarrollo de diferentes sectores convirtiéndolos en muchos casos en el principal ingreso económico, esta actividad se caracteriza por utilizar el patrimonio natural y cultural de los países donde se desarrolla bajo el concepto de sostenibilidad siendo esta

una alternativa diferente que genera ingresos económicos y garantiza la participación activa de los sectores involucrados, buscando conservar y preservar el patrimonio que genera esta actividad.

Los países en vías a desarrollo poseen un turismo internacional que va en constante crecimiento, estos países se encuentran en una situación de ventaja, poseen activos de enorme valor para el sector turístico que están debidamente posesionados en mercados internacionales.

Ecuador país exótico posee un sin número de paisajes distribuido en 4 zonas geográficas su patrimonio turístico permite desarrollar actividades turísticas para todo tipo de edades, gustos y preferencias logrando satisfacer las expectativas de sus visitantes.

El investigador como parte su formación profesional requiere de diferentes conocimientos y entre estos en el ámbito del turismo alternativo por lo que considera necesario el uso de esta fundamentación teórica ya que al hablar de turismo no solo se centra en este ámbito sino en diversos ámbitos.

En base a los datos obtenidos de la investigación es necesario concluir que este trabajo nos sirve para fortalecer el turismo en el campo administrativo y por ende en el punto más importante que es el mismo campo turístico para un mejor desarrollo.

Empresas turísticas necesitan buscar nuevas alternativas rescatando nuevos atractivos turísticos como meta para conseguir un desarrollo turístico en el Ecuador.

Por la caracterización misma de los seres humanos de buscar un permanente cambio y desarrollo de las empresas. Bienestar permanente y colectivo que se convierte en la excelencia misma de los profesionales del turismo vinculados con la investigación.

2.3. Glosario de términos

- **Abrupto (a).**- Dicho de un terreno: Escarpado (gran pendiente), quebrado o de difícil acceso.
- **Acantilado.**- Que forma escalones o cantiles. Dicho de una costa: Cortada verticalmente o a plomo.
- **Alpinismo.**- Deporte que consiste en la ascensión a las altas montañas.
- **Aluvial.**- Avenida fuerte de agua. Sedimento arrastrado por las lluvias o las corrientes.
- **Ambiente.**- Condiciones o circunstancias físicas, sociales, económicas, etc., de un lugar, de una reunión, de una colectividad o de una época.
- **Ameno (a).**- Grato, placentero, deleitable. Agradable o placentero por su vegetación.
- **Amortiguamiento.**- Disminución progresiva, en el tiempo, de la intensidad de un fenómeno periódico.
- **Autenticidad.**- Certificación con que se testifica la identidad y verdad de algo.
- **Audiencia.**- Acto de oír las personas de alta jerarquía u otras autoridades, previa concesión, a quienes exponen, reclaman o solicitan algo.
- **Autónomo (a).**-Que trabaja por cuenta propia y no depende de nadie.

- **Biodiversidad.-** Variedad de especies animales y vegetales en su medio ambiente. En su sentido más amplio, biodiversidad es casi sinónimo de “vida sobre la Tierra”.
- **Bosque Nativo.-** Extensión de bosque no alterado, en el cual no se ha introducido especies exóticas o foráneas.
- **Brújula.-** Instrumento consistente en una caja en cuyo interior una aguja imantada gira sobre un eje y señala el norte magnético, que sirve para determinar las direcciones de la superficie terrestre.
- **Calcolítico.-** Se dice de las culturas del período eneolítico (pertenece o relativo al período prehistórico de transición entre la Edad de la Piedra pulimentada y la del Bronce)
- **Cañada.-** Espacio de tierra entre dos alturas poco distantes entre sí.
- **Cascajo.-** Fragmentos de piedra y de otras cosas que se quiebran.
- **Circunscrito.-** Reducido a ciertos límites o términos algo.
- **Climatológico.-** Conjunto de las condiciones propias de un determinado clima.
- **Concienciar.-** Hacer que alguien sea consciente de algo. Adquirir conciencia de algo.
- **Conservación.-** Mantener algo o cuidar de su permanencia. Continuar la práctica de costumbres, virtudes y cosas semejantes.
- **Delimitación.-** Determinar o fijar con precisión los límites de algo.

- **Desnivel.**- Diferencia de alturas entre dos o más puntos.
- **Ecosistema.**-Comunidad de los seres vivos cuyos procesos vitales se relacionan entre sí y se desarrollan en función de los factores físicos de un mismo ambiente.
- **Endémico.**-Propio y exclusivo de determinadas localidades o regiones.
- **Empradizado.**- Terreno convertido en un prado.
- **Equitación.**-Arte de montar y manejar bien el caballo. Práctica de montar a caballo.
- **Escénico.**-Comprende el espacio en que se figura el lugar de la acción a la vista del público.
- **Excursionismo.**-Ejercicio y práctica de las excursiones como deporte o con fin científico o artístico.
- **Exótico.**- Extranjero, peregrino, especialmente si procede de país lejano.
- **Extenuante.**-Enflaquecimiento, debilitación de fuerzas materiales.
- **Extinción.**-Acción y efecto de extinguir o extinguirse. Hacer que cesen o se acaben del todo ciertas cosas que desaparecen gradualmente.
- **Genérico (a).**-Común a varias especies. Perteneciente o relativo al género.
- **Glaciar.**- Masa de hielo acumulada en las zonas de las cordilleras por encima del límite de las nieves perpetuas y cuya parte inferior se desliza muy lentamente, como si fuese un río de hielo.

- **Hábitat.-** Lugar de condiciones apropiadas para que viva un organismo, especie o comunidad animal o vegetal.
- **Hoya.-**Concavidad u hondura grande formada en la tierra.
- **Impersonal.-**Que no tiene o no manifiesta personalidad u originalidad. Que no se aplica a nadie en particular.
- **Intervalo.-**Espacio o distancia que hay de un tiempo a otro o de un lugar a otro.
- **Itinerario.-**Dirección y descripción de un camino con expresión de los lugares, accidentes, paradas, etc., que existen a lo largo de él.Ruta que se sigue para llegar a un lugar.
- **Jícama.-**Tubérculo comestible o medicinal, sobre todo el de forma parecida a la cebolla aunque más grande, duro, quebradizo, blanco y jugoso, que se come aderezado con sal y limón.
- **Jurisdicción.-**Poder o autoridad que tiene alguien para gobernar. Término de un lugar o provincia.
- **Manglar.** Terreno que en la zona tropical cubren de agua las grandes mareas, lleno de esteros que lo cortan formando muchas islas bajas, donde crecen los árboles que viven en el agua salada. Terreno poblado de mangle.
- **Medio ambiente.-**conjunto de elementos abióticos (energía solar, suelo, agua y aire) y bióticos (organismos vivos) que integran la delgada capa de la Tierra llamada biosfera, sustento y hogar de los seres vivos.
- **Nomenclatura.-** Lista de nombres de personas o cosas.

- **Optimizar.**-Buscar la mejor manera de realizar una actividad.
- **Ornitología.**- Parte de la zoología que trata de las aves.
- **Orografía.**- Parte de la geografía física que trata de la descripción de las montañas. Conjunto de montes de una comarca, región, país, etc.
- **Patrimonio.**-Conjunto de los bienes propios adquiridos por cualquier título.
- **Potencial turístico.**- Que tiene la virtud de convertirse en un sitio de gran afluencia de turistas.
- **Preservar.**-Proteger, resguardar anticipadamente a una persona, animal o cosa, de algún daño o peligro.
- **Prístino.**-Antiguo, primero, primitivo, original.
- **Proliferación.**-Reproducirse en formas similares. Multiplicarse abundantemente.
- **Revalorización.**-Devolver a algo el valor o estimación que había perdido. Aumentar el valor de algo.
- **Roquedo.**-Peñasco o roca.
- **Simbiótico (a).**- Referente a la asociación de individuos animales o vegetales de diferentes especies, sobre todo si los simbioses sacan provecho de la vida en común.
- **Sostenible.**- Dicho de un proceso: Que puede mantenerse por sí mismo, como lo hace, p. ej., un desarrollo económico sin ayuda exterior ni merma de los recursos existentes.

- **Subjetivo (a).**-Perteneiente o relativo al sujeto, considerado en oposición al mundo externo. Perteneiente o relativo a nuestro modo de pensar o de sentir, y no al objeto en sí mismo.
- **Tectónico (a).**-Perteneiente o relativo a los edificios u otras obras de arquitectura. Perteneiente o relativo a la estructura de la corteza terrestre.
- **Trocha.**-Camino abierto en la maleza.
- **Urticante.**-Que produce comezón semejante a las picaduras de ortiga.
- **Viceversa.**-Al contrario, por lo contrario; cambiadas dos cosas recíprocamente. Cosa, dicho o acción al revés de lo que lógicamente debe ser o suceder.
- **Zona boscosa.**- Área constituida por una gran extensión de árboles

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Tipo de investigación

El desarrollo del trabajo, Análisis del nivel de desarrollo de turismo alternativo en el sector Cuicocha, demandaron 4 objetivos específicos como: diagnosticar los atractivos turísticos naturales y culturales, determinar el interés de participación de los pobladores, Identificar el tipo de turista que visita el sector Cuicocha, diseñar una propuesta para desarrollar turismo alternativo, fue necesario fundamentar científicamente los temas tanto en libros como revistas y folletos, en los cuales se halló información relacionada al tema de estudio. Una vez hecha la revisión bibliográfica, se procedió a la investigación de campo aplicando encuestas a los pobladores y visitantes permitiendo recabar información relevante para la investigación.

A continuación el estudio se basó en los siguientes tipos de investigación, métodos y técnicas, mismas que se puntualizan a continuación:

3.1.1 Investigación bibliográfica.

Se desarrolló a través de la identificación de textos de autores relacionados al estudio de turismo alternativo nacional e internacional, también se abordó temas de estudio del mercado turístico, canales de distribución y sobre todo como estructurar una operadora de turismo. Como primer paso se realizó una búsqueda preliminar de las fuentes

bibliográficas en lugares destinados al estudio y desarrollo del turismo como el Ministerio de Turismo, GAD parroquial Quiroga donde se encontró información de la población de este sitio.

Se recurrió a algunos textos descargados de la web en forma PDF con información relevante como: tesis relacionadas al tema investigativo, Plan de desarrollo turístico, información del ministerio de turismo, programa nacional de capacitación turística.

Se visitó la biblioteca de la Universidad Técnica del Norte donde se encontraron documentaciones importantes que revisadas brindaron valiosa información en cuanto a turismo alternativo y su desarrollo en la provincia y varios cantones.

3.1.2 Investigación de campo

Una vez concluida la revisión bibliográfica y con una idea más clara del objeto a investigarse se planificaron varias visitas *in situ* las cuales facilitaron el cumplimiento de los objetivos planteados.

En la primera salida se realizó un reconocimiento del área con la ayuda del presidente de la comunidad y personas que tenían vastos conocimientos acerca del desarrollo turístico en la localidad a quienes previamente se expuso el tema de investigación y que colaboraron para realizar un diagnóstico de los recursos potenciales con los que cuenta el lugar y que se podrían aprovechar para el impulso de la actividad turística en esta zona. De igual forma se realizó el trabajo de campo con los turistas que visitaron la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, sobre todo la laguna y la cabecera cantonal del cantón. Finalmente se recopiló información de los habitantes de la comunidad mediante la aplicación de encuestas cuyo aporte fue de vital importancia, para conocer el grado de interés en la participación de actividades turísticas en la localidad.

3.2 Métodos de investigación

Desarrollar un trabajo investigativo conlleva una serie de procedimientos llamados también métodos, mismos que ayudan a obtener los resultados que se buscan; en este caso el cumplimiento de los objetivos anteriormente presentados. Para esta investigación se emplearon los siguientes métodos:

3.2.1 Teóricos

3.2.1.2 Método analítico-sintético

Este método facilitó el análisis de los diferentes componentes potenciales turísticos que se identificaron a través de la observación y el aporte de los expertos en el tema lo que permitió sintetizar y obtener una nueva apreciación de los recursos del sector del Lago Cuicocha que contribuyen a generar una nueva alternativa en su uso turístico.

3.2.1.3 Inductivo-deductivo

El Lago Cuicocha es un atractivo con gran potencial turístico que es considerado dentro de esta investigación, con el uso de este método se identificaron aquellos elementos que utilizados adecuadamente proporcionan una alternativa innovadora para el turista y los habitantes.

3.2.1.4 Cuantitativo-Cualitativo

En esta investigación ha actuado mayormente el método Cuantitativo, que se usó para determinar la cantidad de turistas interesados en nuevas actividades que proporciona el turismo alternativo y los habitantes que están dispuestos a participar de dichas actividades de una u otra manera. Se ha utilizado el método Cualitativo por los datos encontrados en las revisiones bibliográficas y en los diferentes temas relacionados al turismo

alternativo tanto nacional como internacional, esta búsqueda está direccionada principalmente a conocer detalladamente el desarrollo y las características del mismo en la zona.

3.3 Técnicas e Instrumentos de Investigación

3.3.1 Fichaje

Se diseñó una ficha para el levantamiento de información de los atractivos turísticos de Cuicocha en la que consta: categoría, tipo, sub tipo, datos generales, ubicación, propietarios, descripción del atractivo tomando como referencia la ficha de inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador, (2004), alcanzado el estudio detallado de cada uno de los atractivos turísticos.

Se utilizaron las fichas nemotécnicas donde se recopilaron los datos de las fuentes bibliográficas, considerando primero la información de la obra y posteriormente la citas más importantes que sirvieron para el presente trabajo.

3.3.2 Encuestas.

Se utilizó esta técnica como herramienta de recolección primaria misma que estuvo dirigida a turistas nacionales y extranjeros que visitaron la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas y la cabecera cantonal Cotacachi, de igual manera a los habitantes de la comunidad.

3.3.3 Instrumentos.

Para la recolección de información de los sitios turísticos se utilizó una ficha guía de diseño propio de los autores los elementos turísticos

identificados son para uso de la presente investigación, cabe recalcar que no es un levantamiento de inventarios.

3.3.4 Diseño de la ficha:

Tabla 4 ficha de inventario de atractivos turísticos

FICHA DE REGISTRO DE LOS POTENCIALES RECURSOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo:		
Categoría:	Tipo:	Subtipo:
Altura:	Estado de conservación:	Temperatura:
Accesibilidad:	Fotografía:	Descripción del potencial recurso:

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, (2004),
 Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
 Fecha: 2014

Las variables para los temas de las encuestas fueron:

- Aspecto natural-cultural
- Potencial Turístico
- Valor participativo

3.4 Población

Los objetivos de la investigación contemplaron, el diagnostico de los atractivos naturales y culturales potenciales en el sector Cuicocha y analizar el nivel de interés de participación de los pobladores y el perfil del visitante para lo que fue necesario la aplicación de encuestas, por ende identificar la población y muestra fue estrictamente necesario; para la presente investigación se tomó como población el número de turistas que

ingresan en promedio a la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas, de igual forma el número de personas de la comunidad.

Tabla 5 Población

Población	Total:
Turistas que ingresan a la RECC (semanalmente)	450
Número de personas de la comunidad	250

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Fuente RECC, GAD Parroquial

3.5 Muestra

En tanto la muestra se obtiene aplicando la siguiente fórmula:

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

n = Tamaño de la muestra.

PQ = Varianza de la población, valor constante = 0.25

N = Población / Universo

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

E = Margen de error estadísticamente aceptable:

$$0.02 = 2\% \text{ (mínimo)}$$

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

Aplicación de la fórmula para calcular el número de muestra a encuestar en los turistas que visitan la RECC.

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

$$n = \frac{0.25.450}{(450-1)\frac{0.02^2}{2^2}+0.25}$$

$$n = \frac{112.5}{(449)0.0001+0.25}$$

$$n = \frac{112.5}{0.2949}$$

$$n = 381$$

Aplicación de la fórmula para calcular el número de muestra a encuestar en los pobladores del sector Cuicocha.

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

$$n = \frac{0.25.250}{(250-1)\frac{0.02^2}{2^2}+0.25}$$

$$n = \frac{62.5}{(249)0.0001+0.25}$$

$$n = \frac{62.5}{0.2749}$$

$$n = 227$$

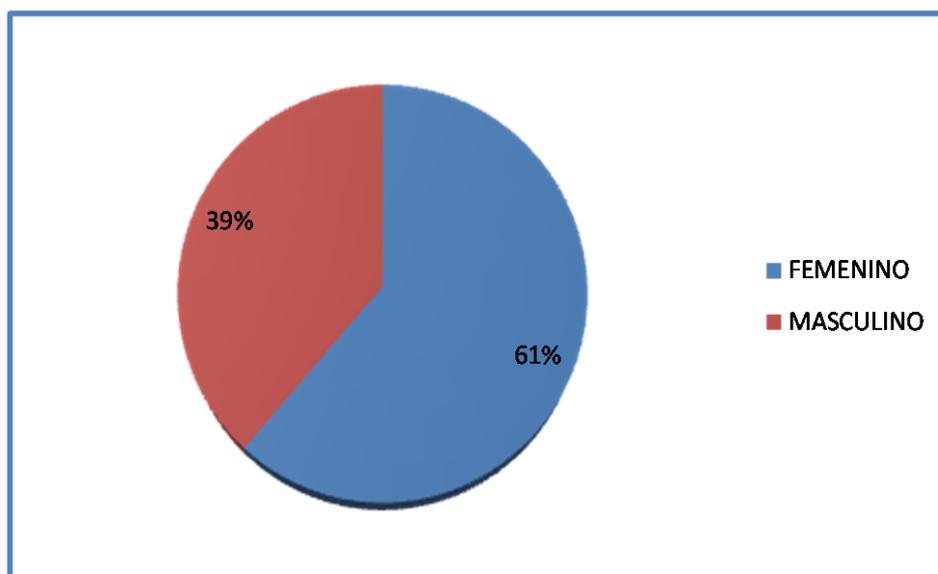
CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

4.1. Encuesta enfocada a las visitantes de la RECC.

1.- Género del Visitante

Gráfico 7 genero del visitante

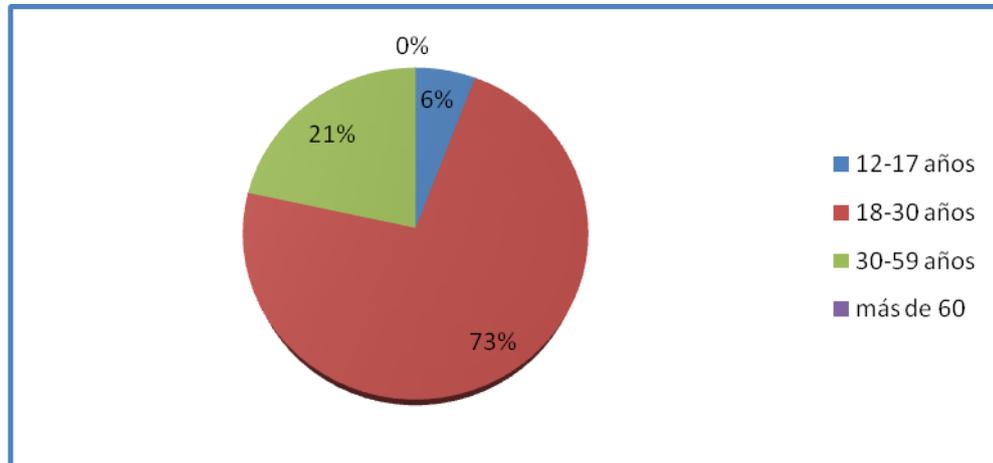


Fuente Encuesta dirigida a los turistas
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: junio 2014

A través de los datos obtenidos de las encuestas aplicadas a los turistas que visitan la Laguna de Cuicocha, se pudo determinar que la mayoría de visitantes son mujeres ocupando el 61%, y el 39% son varones; lo que demuestra que las mujeres tienen más interés por conocer este espacio natural.

2.- Promedio de Edad:

Gráfico 8 edad

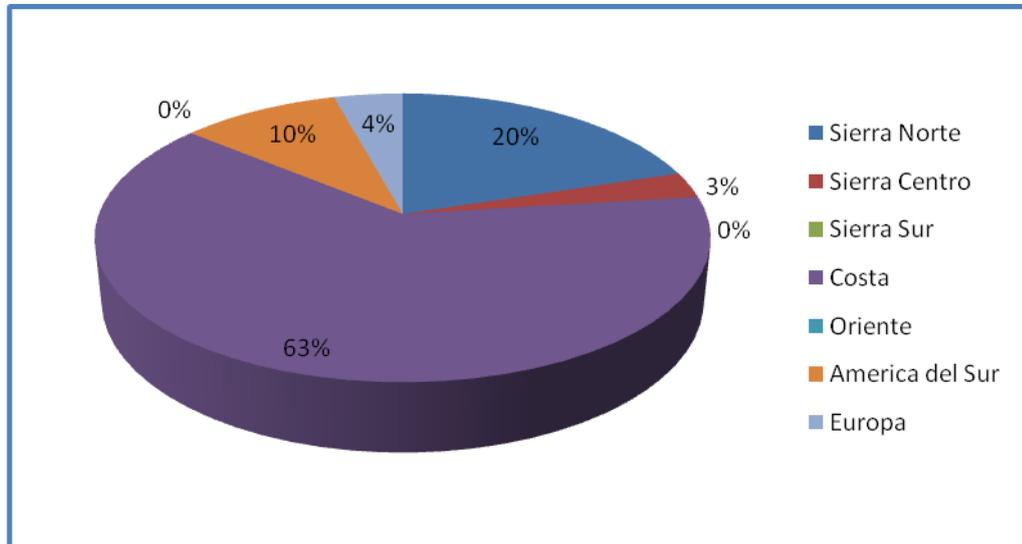


Fuente Encuesta dirigida a los turistas
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: junio 2014

Se observa en el diagrama que más de la mitad de los visitantes son jóvenes, con edades comprendidas entre los 18 y 30 años lo que representa el 72% y en menor cantidad adultos – adultos mayores; esto nos da a entender que la población relativamente joven gusta de los atractivos naturales pues busca en estos nuevas experiencias, el contacto con la naturaleza y disfrutar de un ambiente sano, cabe mencionar que el segmento de visitantes de mayor edad también disfruta de estos entornos sin embargo las condiciones físicas y/o climatológicas pueden limitarlos en algunos casos.

3.- Procedencia:

Gráfico 9 lugar de procedencia



Fuente Encuesta dirigida a los turistas

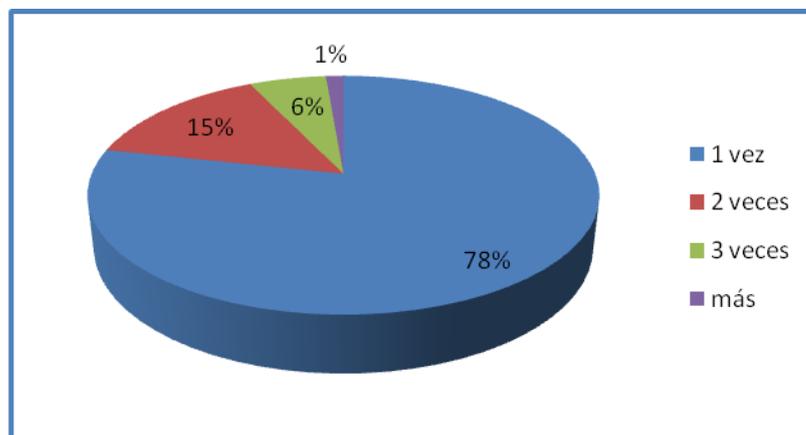
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

Claramente la gráfica demuestra que el 63% de los turistas que visitan este atractivo son nacionales procedentes de la costa, mientras que las personas que habitan en la sierra norte son un 20% y sierra centro una minoría con el 3%, en cuanto a los turistas extranjeros se puede apreciar que de América del sur representan el 10% y Europeos el 4%. Esto nos demuestra que el principal mercado turístico es nacional por lo que es el mercado el cual se debe brindar prioridad.

4.- ¿En el último año ¿Cuántas veces visitó atractivos en el área de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas?

Gráfico 10 número de visitas al área de la RECC

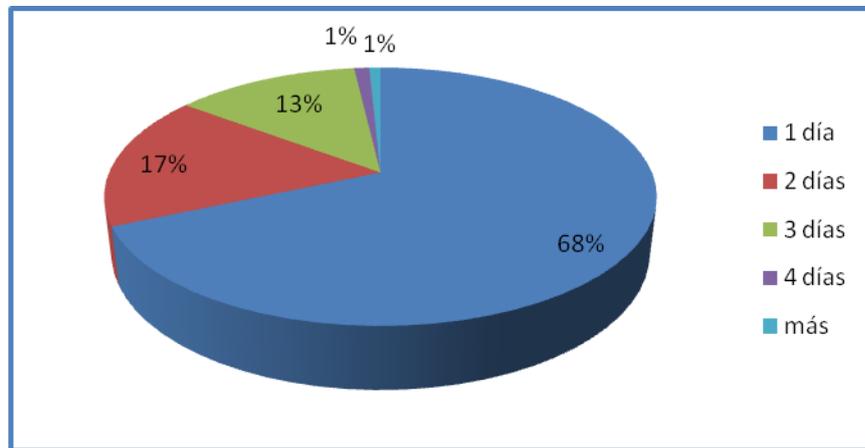


Fuente Encuesta dirigida a los turistas
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: junio 2014

Se observa claramente en la variable que el 78% de los turistas han visitado una sola ocasión estos atractivos, mientras que apenas el 15% de los visitantes lo han hecho por dos ocasiones, y un significativo 7% restante lo ha hecho por 3 o más ocasiones; esto nos dice que dentro de este sector no hay muchas ofertas turísticas y más lugares de visita para los demandantes.

5.- ¿Si ha visitado este tipo de atractivos, ¿cuantos días ocupó para ello?

Gráfico 11 días de visita

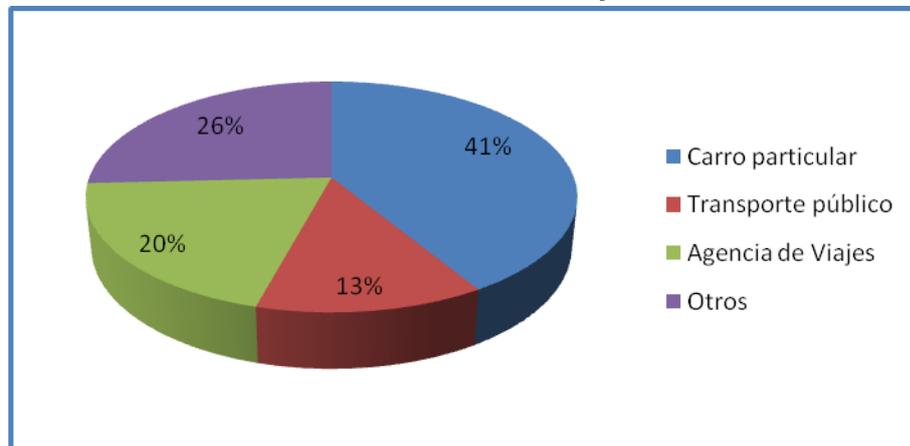


Fuente Encuesta dirigida a los turistas
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: junio 2014

En la gráfica observamos claramente que el 68% de los visitantes del sector lo hacen en un día esto quiere decir que la mayoría de estos no cumplen 24 horas dentro; mientras que el 17% lo hace en dos días con razones de camping u otras ocupaciones, el 13% ósea una mínima cantidad de visitantes lo hacen en tres días cumpliendo con expectativas de turismo alternativo conjuntamente con el 2% restante de los visitantes encuestados.

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

Gráfico 12 medio de transporte

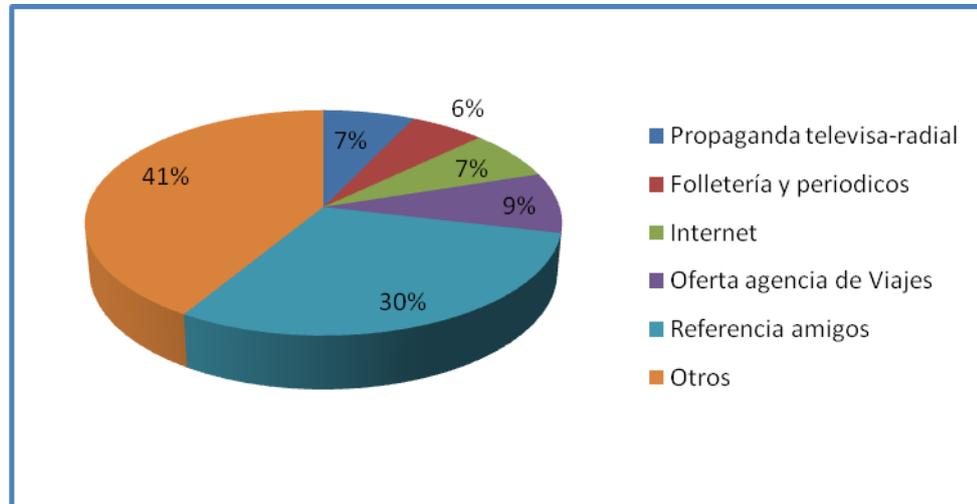


Fuente Encuesta dirigida a los turistas
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: junio 2014

La mayoría de los visitantes ósea el 41% lo hacen en carros particulares, el 13% lo hace en transporte público ósea camionetas y taxis fletados, mientras que el 20% lo hace mediante agencias de viajes, y el 26% lo hace mediante la contratación de buses o furgonetas en viajes familiares o giras estudiantiles. Esto nos indica claramente que son pocos los visitantes que llegan con paquetes turísticos contratados.

7.- ¿Cómo se enteró del atractivo de Cuicocha que ha visitado?

Gráfico 13 publicidad

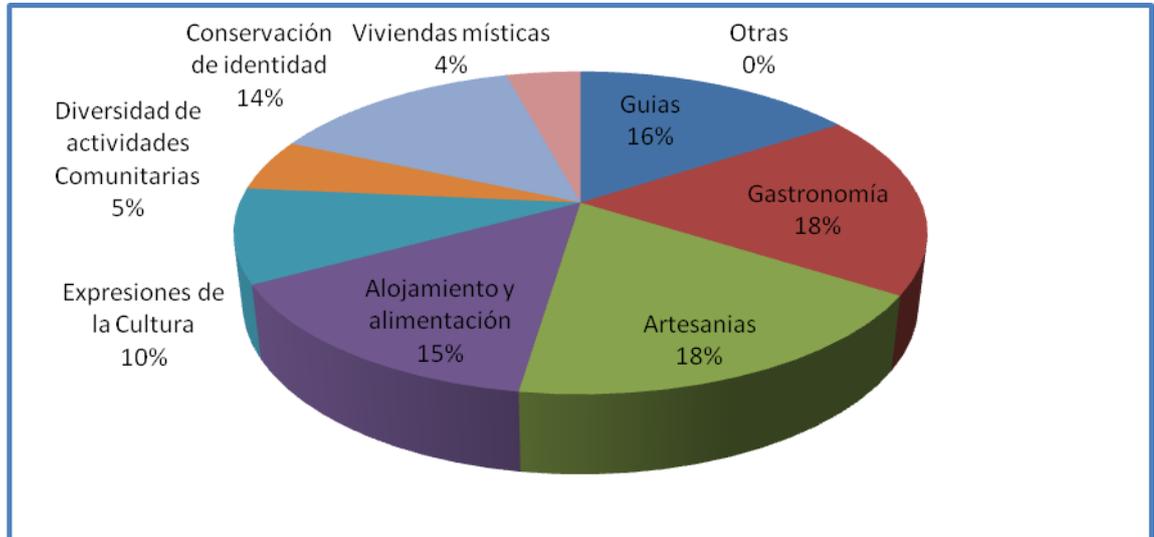


Fuente Encuesta dirigida a los turistas
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: junio 2014

En esta grafica observamos claramente que el 7% de los visitantes encuestados se enteraron por medio de una propaganda televisiva/radial, el 6% mediante folletería y periódicos y otro 7% por medio de internet; esto nos dice que la publicidad por parte de los medios de comunicación es bastante baja; un pequeño 9% de los visitantes han llegado a este destino con un paquete turístico contratado; mientras notamos claramente que la mayor parte de los visitantes ósea en un 30% son gracias a los buenos comentarios y referencias de sus amigos y familiares; y el 41% que se refiere a otros se han enterado por parte de I-TOURS y de sus lugares de estudio (universidades, colegios).

8.- Determine el orden de preferencia de lo que usted considere más relevante de la experiencia turística en la visita a una comunidad indígena ubicada en el sector Cuicocha. (Señale 3)

Gráfico 14 actividades comunitarias



Fuente Encuesta dirigida a los turistas

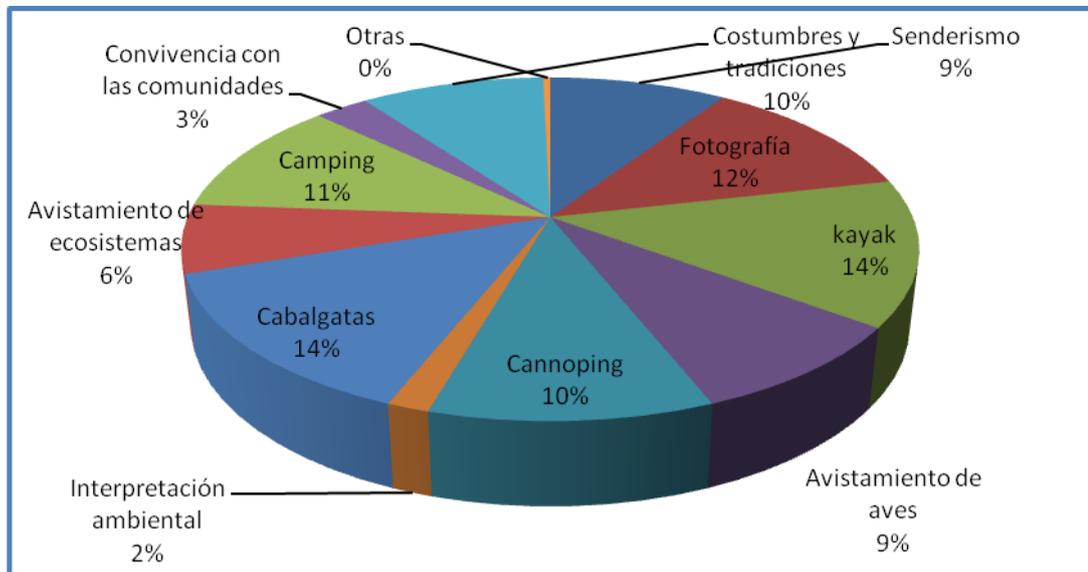
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

En esta variable podemos observar que la preferencia de los visitantes es la gastronomía típica y las artesanías con un 18%, seguidos de guías especializados con el 16% y con el 15% alojamiento y alimentación y mucho más abajo con el 10% expresiones de la cultura local, el 14% conservación de la identidad local, el 5% diversidad actividades comunitarias y el 4% viviendas místicas. Estos resultados nos indican que tenemos que dar prioridad a los habitantes de la comunidad que ofrezcan los productos que más demandan los visitantes para hacer un trabajo conjunto con ellos.

9.- ¿Qué actividades alternativas le gustaría que se practiquen el sector de Cuicocha?

Gráfico 15 actividades alternativas



Fuente Encuesta dirigida a los turistas

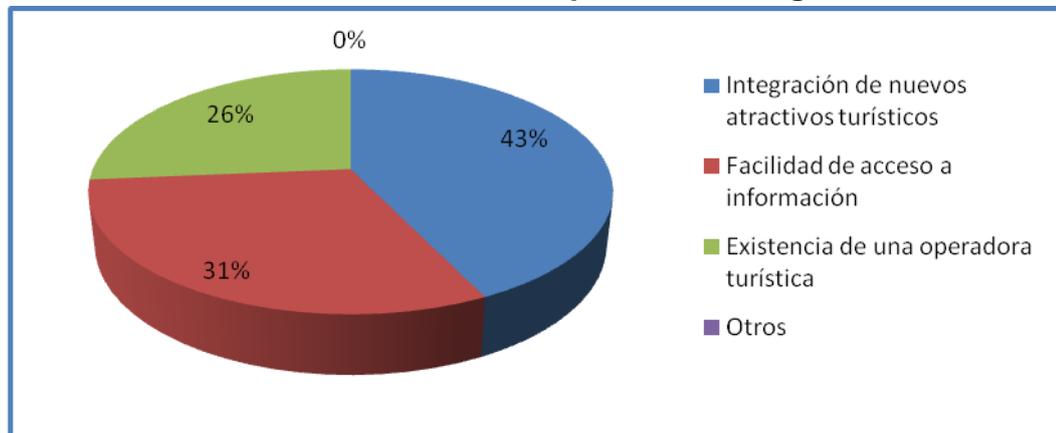
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

En esta grafica se puede observar claramente que el kayak y las cabalgatas tienen un 14%, la fotografía el 12%, el camping el 11% y seguido de estos con el 10% costumbres y tradiciones y el cannoping, mientras que con el 9% tenemos el senderismo y el avistamiento de aves, con el 6% avistamiento de ecosistemas, con el 3% convivencia con las comunidades, y con apenas el 2% interpretación ambiental; después de haber observado y analizado estos resultados se concluye que el mayor número de visitantes optan por actividades de turismo de aventura y turismo comunitario lo que es esencial para el desarrollo de turismo alternativo en el sector Cuicocha y así potencializar estas actividades utilizando un turismo sustentable y responsable.

10.- ¿Cómo considera usted que se puede potenciar el turismo alternativo en el área de Cuicocha?

Gráfico 16 manera de potenciar el lugar



Fuente Encuesta dirigida a los turistas

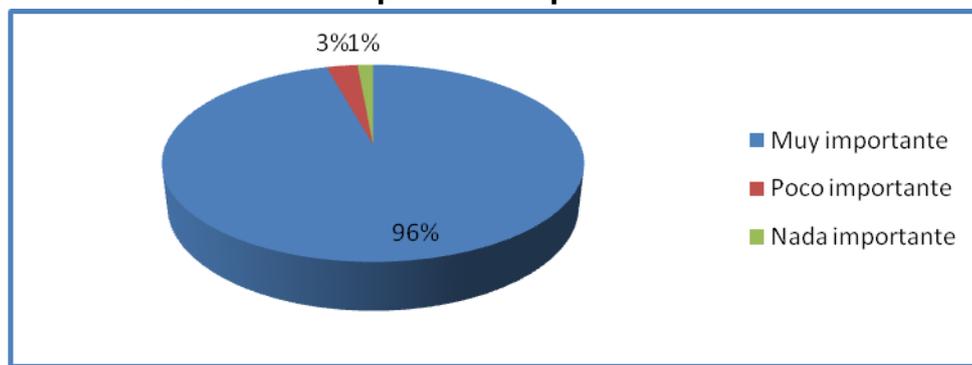
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

Se observa claramente en la variable que el 43% de las personas encuetadas optan por la integración de nuevos atractivos turísticos, el 31% facilidad de acceso a información mientras que el 26% a la existencia de una operadora turística. Podemos deducir que a los visitantes les gustaría tener más alternativas de turismo para practicarlas y para así potencializar este sector dentro del turismo alternativo nacional e internacional.

11.- Considera importante que exista una operadora turística, que ofrezca más alternativas de turismo a realizarse en el sector de Cuicocha.

Grafico 17 importancia operadora turística



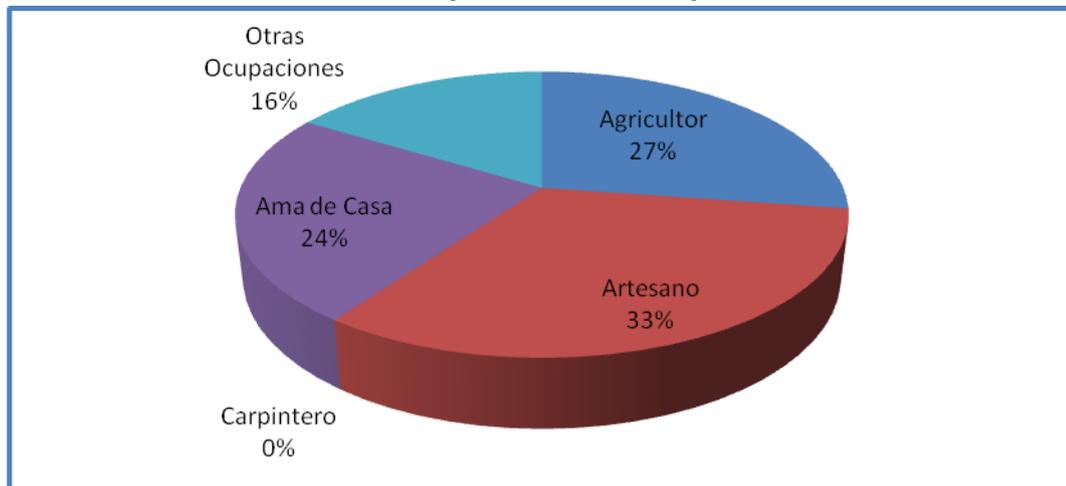
Fuente Encuesta dirigida a los turistas
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: junio 2014

Observamos claramente que un 96% de los encuestados creen que es muy importante la existencia de una operadora de turismo en este sector; por lo que aseguramos que la presencia de la misma es fundamental para el desarrollo de turismo alternativo.

4.2. Encuesta enfocada a los miembros de la comunidad.

1.- Profesión u ocupación:

Gráfico 18 profesión u ocupación



Fuente Encuesta dirigida a los moradores de la comunidad

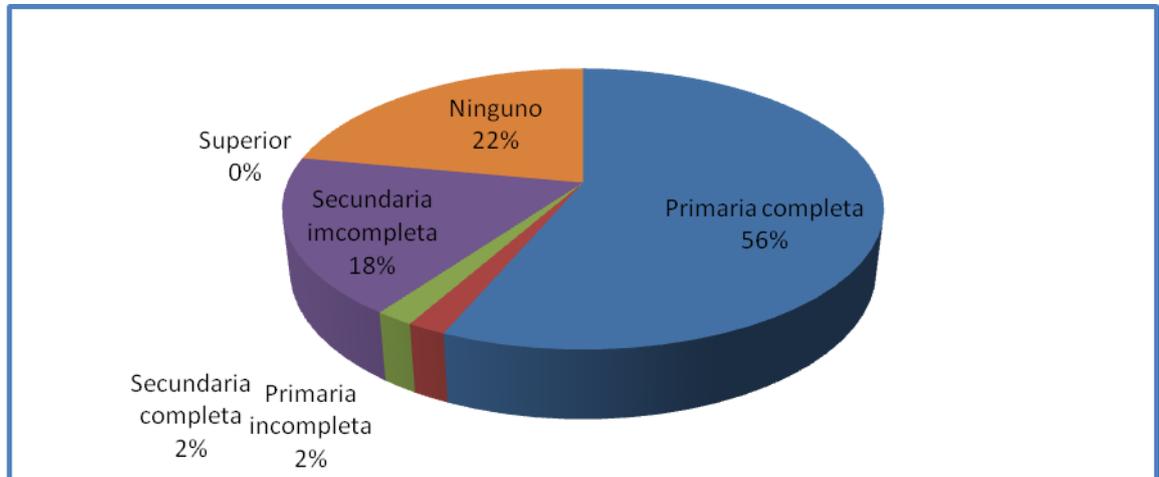
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

En esta grafica podemos observar que la variable agricultor tiene el 27% de los miembros encuestados, mientras que el 33% son artesanos, el 24% amas de casa, otras ocupaciones el 16% que vienen hacer estudiantes y operarios de construcción; por lo tanto y según estos resultados las personas tienen diferentes ocupaciones para poder integrarse al turismo comunitario.

2.-Nivel de educación

Gráfico 19 nivel de educación



Fuente Encuesta dirigida a los moradores de la comunidad

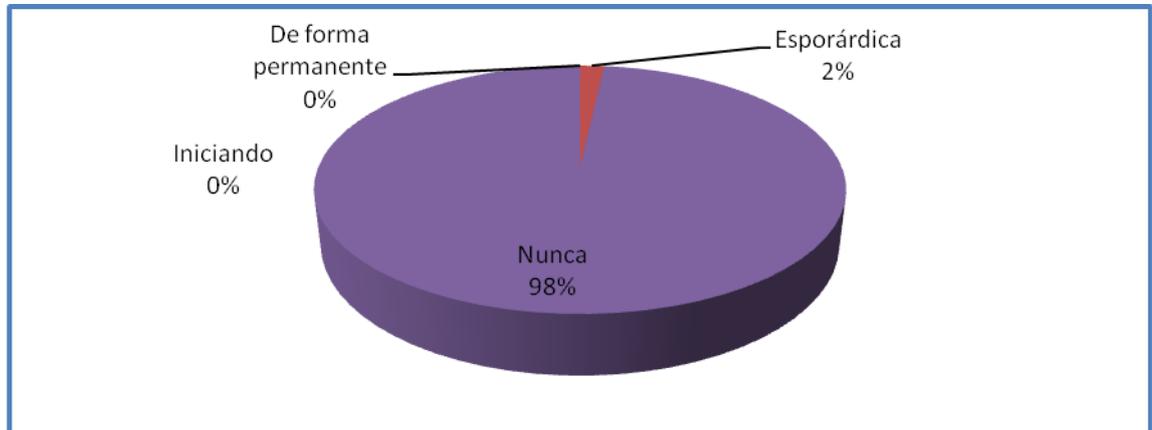
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

El diagrama nos indica que 56% de la población encuestada ha terminado la educación primaria, el 22% no tiene ninguna instrucción educativa, el 18% tiene secundaria incompleta, mientras que el 2% de los encuestados ha terminado la secundaria y el 2% restante no ha culminado la primaria; lo que derivamos que es indispensable mejorar la educación en la comunidad, a través de talleres teórico-prácticos.

3.- ¿Ha participado de la actividad turística?

Gráfico 20 participación actividad turística



Fuente Encuesta dirigida a los moradores de la comunidad

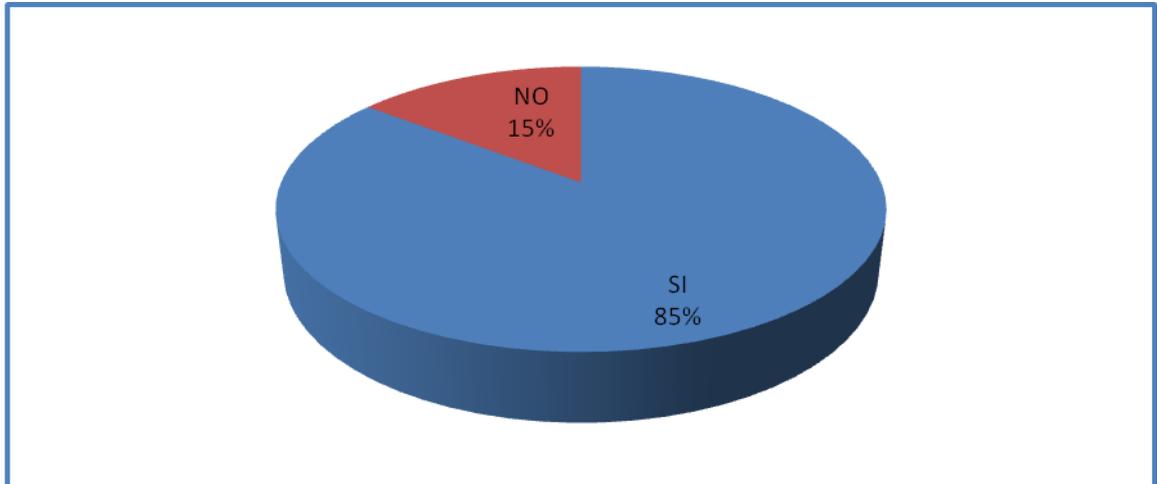
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

En la gráfica podemos observar que el 98% de la población encuestada nunca ha participado de la actividad turística, el 2% nada más lo ha hecho en forma esporádica, lo que concluimos que es una comunidad nueva en temas turísticos y que debemos implementar formación dentro del campo turístico mediante charlas y capacitaciones permanentes.

4.- ¿Le interesa integrarse en el Turismo Alternativo?

Gráfico 21 integración al turismo



Fuente Encuesta dirigida a los moradores de la comunidad

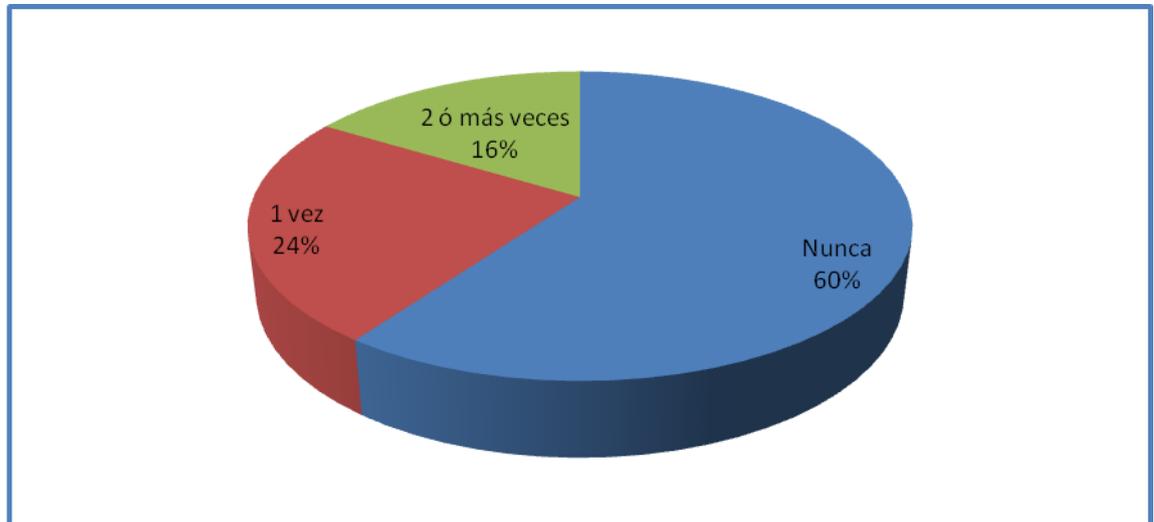
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

El 85% de la población es más que segura que le gustaría integrarse al turismo alternativo, el 15% no le interesa para nada esta propuesta de integración; lo que ultimamos que este número de pobladores el más que suficiente para realizar las diferentes actividades que están incluidas dentro del turismo alternativo.

5.- ¿Ha escuchado o recibido charlas sobre turismo comunitario?

Gráfico 22 charlas turismo comunitario



Fuente Encuesta dirigida a los moradores de la comunidad

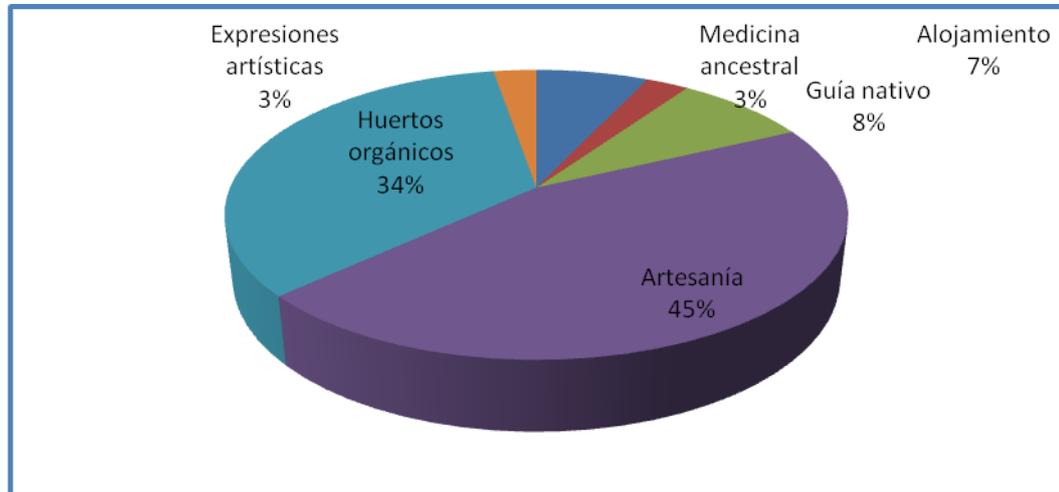
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

El diagrama nos indica que el 60% de los encuestados nunca ha recibido charlas sobre la actividad turística, el 24% una sola vez, el 16% 2 ó más veces; por lo que vemos necesario dictar charlas y capacitaciones a todos los moradores de la comunidad sin depender de su edad.

6.- ¿Con que recursos podría integrarse al turismo?

Gráfico 23 recursos a integrarse



Fuente Encuesta dirigida a los moradores de la comunidad

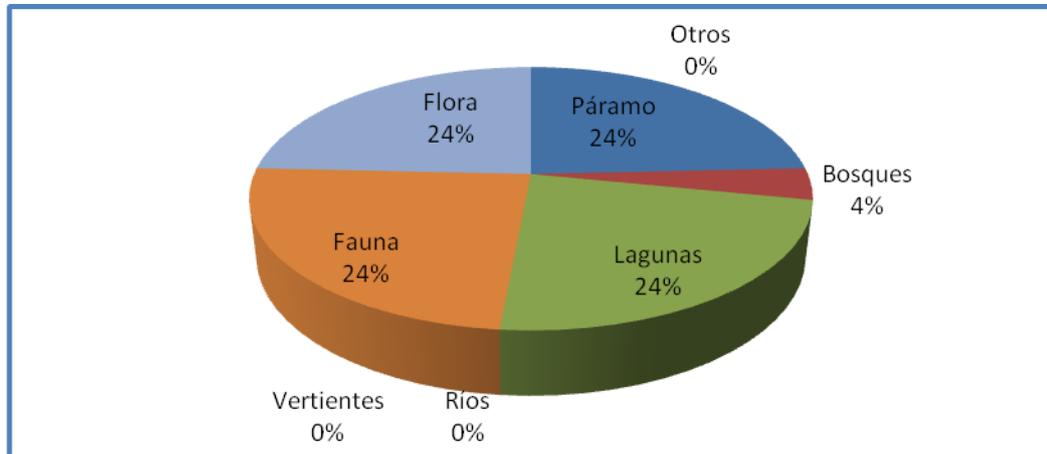
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

Todas la personas encuestadas pueden integrarse al turismo aportando diferentes recursos para poder ofertar este producto a los demandantes; como observamos en la gráfica el 45% se integra con la elaboración de artesanías, el 34% con huertos orgánicos, el 8% guías nativos, el 7% alojamiento, el 3% medicina ancestral y el 3% restante con expresiones artísticas; por lo que procedemos a concluir que esta comunidad esta apta para la implementación de turismo alternativo.

7.- ¿Qué recursos naturales posee el área del sector Cuicocha?

Gráfico 24 recursos naturales



Fuente Encuesta dirigida a los moradores de la comunidad

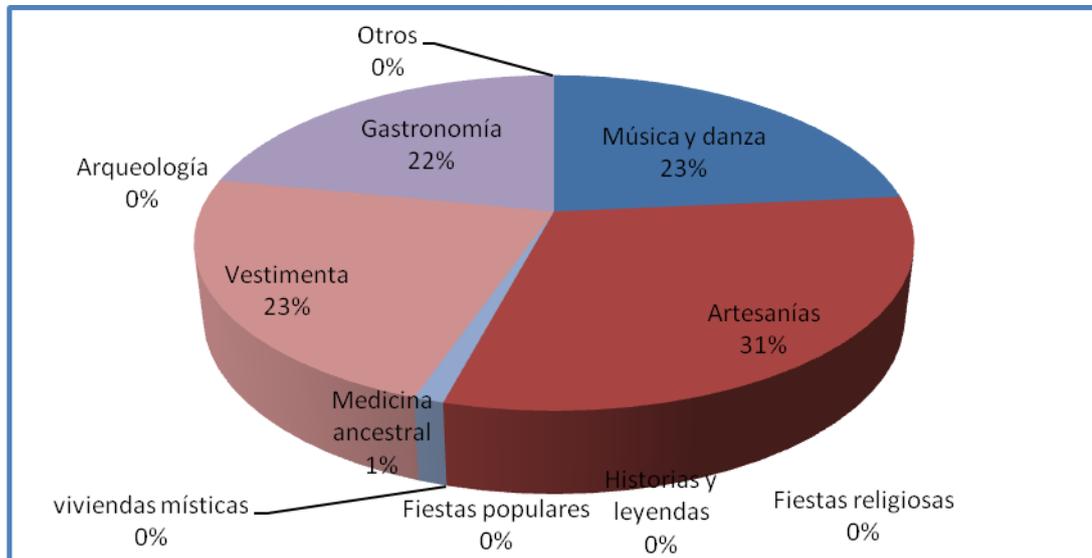
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

En la gráfica podemos observar que los recursos naturales flora, fauna, páramo y lagunas comparten el 24%, mientras que bosques el 4%; lo cual gracias a esta recopilación de datos decimos que el área del sector Cuicocha es rica en recursos naturales, los cuales se puede explotarlos de una manera sustentable para el desarrollo turístico local.

8.- ¿Qué componentes culturales posee esta comunidad?

Gráfico 25 componentes culturales



Fuente Encuesta dirigida a los moradores de la comunidad

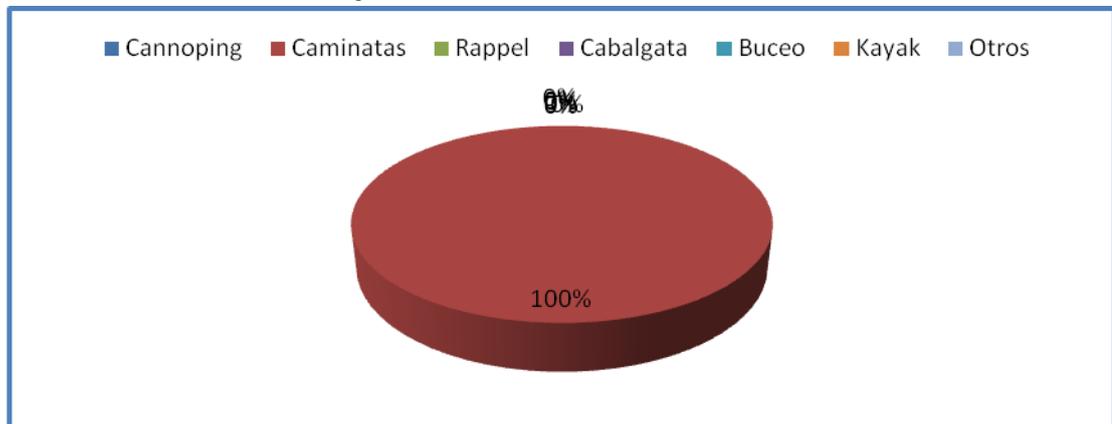
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

Esta gráfica nos indica claramente los componentes culturales que posee esta comunidad, con el 31% artesanías, el 23% música y danza, el 23% vestimenta, el 22% gastronomía, el 1% medicina ancestral. Lo que deducimos que es una comunidad que aún mantiene y práctica sus costumbres y tradiciones autóctonas y milenarias.

9.- ¿Qué tipo de turismo de aventura conoce que se realice en el sector Cuicocha?

Gráfico 26 tipo de turismo de aventura conocido



Fuente Encuesta dirigida a los moradores de la comunidad

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: junio 2014

El 100% de los moradores encuestados nos indica que la única actividad turística de aventura que se realiza en este sector es la caminata. Es por eso que en la realización de este proyecto hemos buscado nuevas actividades a realizarse con moradores y visitantes para que la actividad turística en este sector no se vuelva un tipo de turismo tradicional.

10.- ¿Considera importante que exista una operadora que promueva el turismo comunitario y de aventura para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad?

Gráfico 27 importancia operadora de turismo



Fuente Encuesta dirigida a los moradores de la comunidad
Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: junio 2014

Observamos claramente que un 96% de los moradores encuestados creen que es muy importante la existencia de una operadora de turismo en este sector mientras que un 4% cree que es poco importante. Por lo que aseguramos que la presencia de una operadora de turismo es esencial para el desarrollo de turismo alternativo y el mejoramiento continuo de la calidad de vida de los habitantes.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Habiendo cumplido con la investigación bibliográfica se determinó que el sector Cuicocha cuenta con una geografía excelente para realizar turismo alternativo; ya que gracias a la presencia de la Cordillera de los Andes permite tener quebradas, pendientes y una flora y fauna única en el mundo, el lago se formó hace miles de años gracias a una erupción volcánica, en el centro se formaron dos islotes de piedra volcánica que lo hace único en el mundo.
- Concluida la investigación se establecieron nuevos atractivos turísticos naturales y culturales que pueden ser explotados de una manera sustentable y responsable y así evitar su deterioro, para que en el futuro se puedan seguir disfrutando, además las comunidades de este sector aún conservan sus costumbres y tradiciones ancestrales milenarias de las que se puede aprender mucho.
- Finalizado el trabajo se pudo establecer que el interés de participación de los pobladores en el ámbito turístico es alto al igual que el de los visitantes, por lo que se cree es necesaria el diseño y creación de una operadora turística que ofrezca productos turísticos alternativos donde se incluya turismo comunitario, turismo de aventura, ecoturismo contando siempre con la participación de los pobladores, de esta manera impulsar el desarrollo social y turístico del sector.

5.2. Recomendaciones.

- Analizados los resultados de la investigación se recomienda un estudio más detallado de los elementos que componen el entorno natural y cultural del sector Cuicocha, este lugar posee un sin número de atractivos sin descubrir.
- Es necesario que el GAD Municipal, GAD Parroquial y la RECC, emprendan un plan de capacitación dirigido a los pobladores del sector con temas relacionados en turismo y medio ambiente, para cultivar en ellos una cultura turística, el rol de un buen anfitrión y concienciación para manejar sustentablemente los recursos naturales y culturales.
- Se recomienda la creación de una operadora de turismo que ayude a ofertar los recursos naturales y culturales existentes en el sector de esta manera ayudar al desarrollo turístico y social, mejorando la calidad de vida de los pobladores, previniendo el deterioro temprano de dichos recursos y sobre todo crear una conciencia ambientalista en los turistas que visitan el sector y pobladores, para así dar un mejor manejo y cuidado a estos recursos.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA.

6.1. Título de la Propuesta.

**DISEÑAR UNA OPERADORA TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN
TURISMO ALTERNATIVO, COMO ELEMENTO BASE PARA EL
DESARROLLO TURÍSTICO DEL SECTOR CUICOCHA.**

6.2. Justificación e Importancia.

Ecuador es un país rico en recursos turísticos tanto de aventura, como comunitarios y ecológicos, por la gran variedad de pisos climáticos existentes dentro de su territorio y por ser un país multicultural donde existe una gran diversidad de costumbres y tradiciones de los pueblos nativos del país. Este es el caso del sector Cuicocha; posee pisos climáticos que van desde los 2500 msnm hasta los 4939 msnm, donde se puede encontrar el lago, pendientes, quebradas y un gran diversidad de flora y fauna y en sus comunidades una cultura milenaria donde aún practican sus costumbres y tradiciones autóctonas, lo que se refleja sobre todo en el majestuoso Lago Cuicocha que es una expresión viva de la riqueza turística y natural, ubicado en una zona estratégica de la cordillera de los andes y del país.

El objetivo primordial de esta propuesta es potenciar y ofertar los atractivos turísticos naturales y culturales que se identificaron en el desarrollo de la investigación, con la implementación de una operadora

especializada en turismo alternativo, que oferte las actividades turísticas al público nacional e internacional. De igual forma socializar la investigación con los habitantes de las comunidades aledañas al sector para que tomen medidas de recuperación y conservación de su cultura milenaria y entorno en el que viven, ya que es un importante patrimonio natural-cultural del sector.

Finalmente la investigación pretende aportar con un documento que resume el patrimonio turístico cultural y natural como fuente de información primaria para futuras investigaciones y trabajos.

6.3. Fundamentación.

6.3.1. Fundamentación Social.

Daltabuit, M. (2000)

El desarrollo sustentable implica pasar de un desarrollo pensado en términos cuantitativos - basado en el crecimiento económico - a uno de tipo cualitativo, donde se establecen estrechas vinculaciones entre aspectos económicos, sociales y ambientales, en un renovado marco institucional democrático y participativo, capaz de aprovechar las oportunidades que supone avanzar simultáneamente en estos tres ámbitos, sin que el avance de uno signifique ir en desmedro de otro.

Concluida la investigación, Análisis del Nivel del Desarrollo Turístico Alternativo relacionado con el desarrollo de las actividades turísticas del sector Cuicocha; con la propuesta: Diseño de una Operadora Especializada en Turismo Alternativo constituye una herramienta de potenciación y oferta para el incremento de las actividades turísticas tanto naturales, como culturales los que influyen en gran medida en el reconocimiento de la identidad cultural y la riqueza ecológica de los habitantes.

6.3.2. Fundamentación Turística.

Ceballos – Lascuráin H. (1998) menciona:

La sustentabilidad del desarrollo -y específicamente del desarrollo turístico- ha requerido del establecimiento de nuevos criterios y líneas de acción claras que provoquen cambios en los patrones de producción y consumo, y permitan aprovechar adecuadamente los recursos naturales y culturales, con la participación activa de las comunidades locales, las autoridades públicas, las organizaciones no gubernamentales y las empresas privadas, en un marco de vinculación intersectorial y de integración de políticas.

La puesta en valor de los sitios turísticos puede aprovecharse a nivel productivo, dentro de la actividad turística mediante la implementación de nuevos productos turísticos que generen fuentes de empleo, el involucramiento de otros sectores, como la inversión pública para el mejoramiento de la infraestructura turística que será un aporte importante para el adelanto del sector. La actividad turística permite mitigar los problemas de los habitantes del sector con el desconocimiento de la riqueza natural y la identidad cultural el cual permitirá el reconocimiento de nuevos atractivos naturales y la recuperación e importancia de la cultura del pueblo indígena.

6.4. Objetivos.

6.4.1. General.

Diseñar una operadora turística especializada en turismo alternativo, como elemento base para el desarrollo turístico del sector Cuicocha.

6.4.2. Específicos.

1. Crear paquetes turísticos que contengan actividades de turismo de aventura, turismo comunitario y ecoturismo.

2. Elaborar estrategias de publicidad para la operadora de turismo.
3. Establecer costos de inversión para la implementación de la operadora de turismo.

6.5. Ubicación Sectorial y Física.

Provincia: Imbabura.

Cantón: Cotacachi.

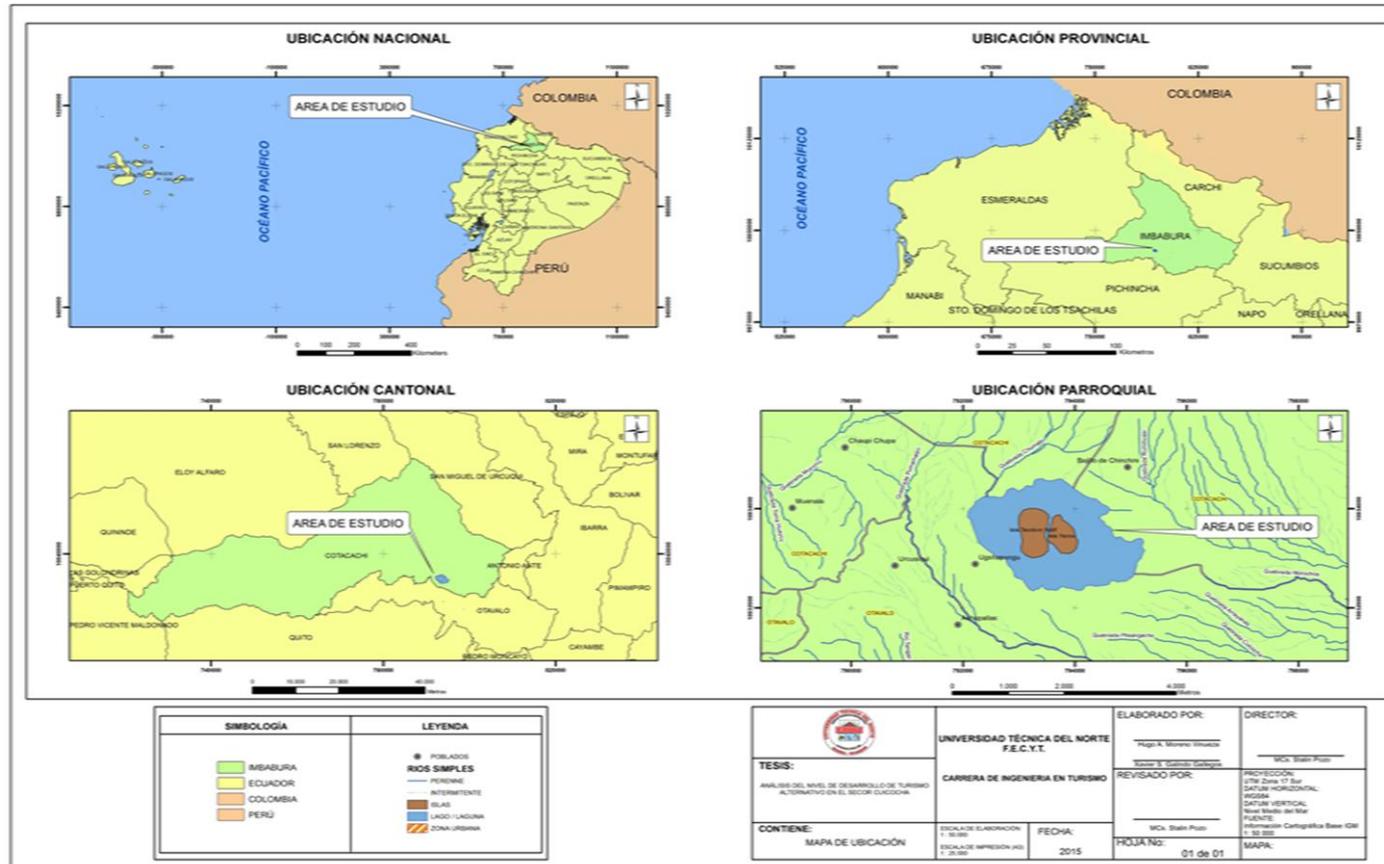
Parroquia: Quiroga.

Ubicación: Cordillera Occidental de los Andes, a 120 km. al norte de Quito y 12 km. de la ciudad de Cotacachi, en las faldas del volcán Cotacachi.

Altitud: 2500 – 4939 m.s.n.m.

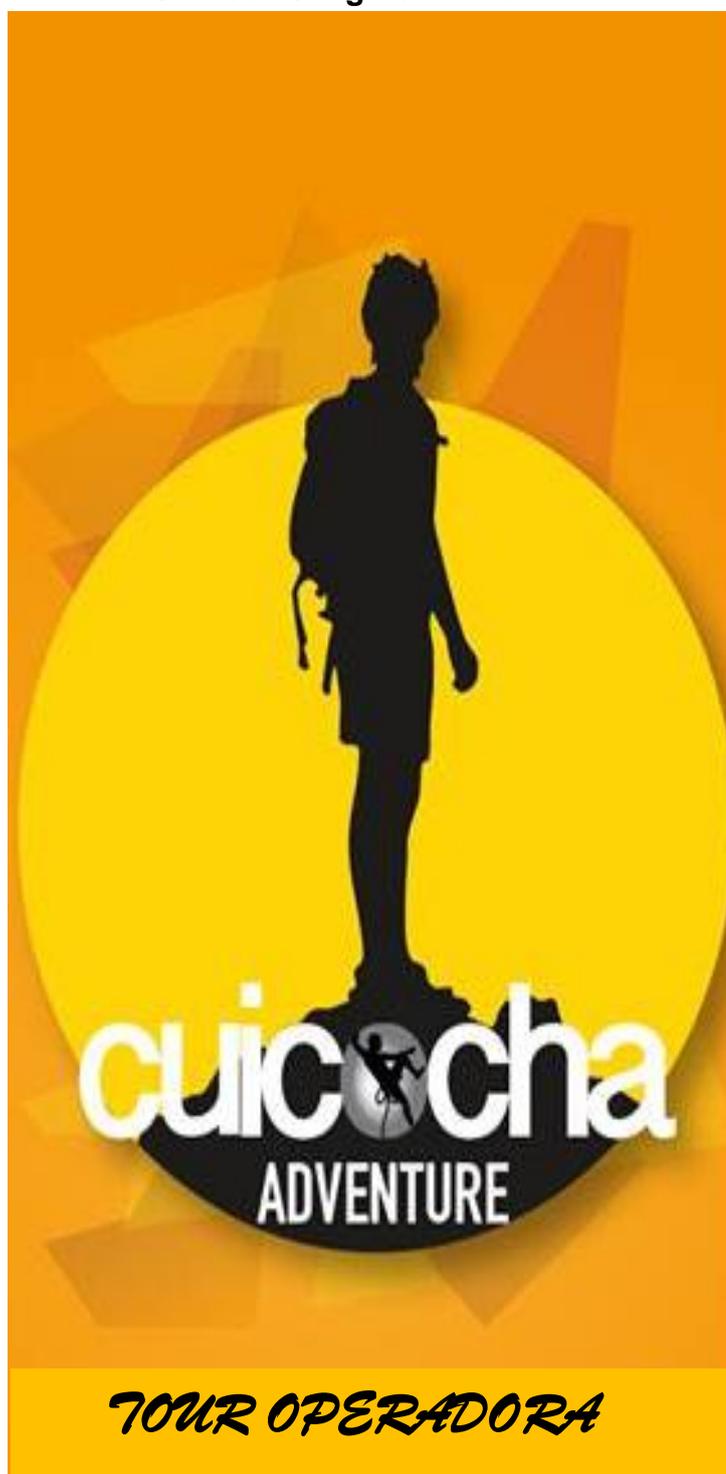
Coordenadas: 0°18'4.3"N 78°21'41.9"O / 0.301194, -78.361639.

Gráfico 28 ubicación sectorial y física



6.6. Desarrollo de la Propuesta.

Gráfico 29 logo-símbolo



Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: 2014

6.6.1. Organización de la Operadora de Turismo

6.6.1.1. Misión

Somos una nueva operadora turística dentro del cantón Cotacachi que brinda a sus visitantes actividades turísticas encaminadas a enriquecer el conocimiento, la cultura e historia, combinando la recreación, el sano esparcimiento y programas que incluyen desafíos físicos como las actividades de aventura. Basándose en principios de bases ambientales, turístico-sustentables y legales.

6.6.1.2. Visión

En 3 años ser una operadora turística líder a nivel provincial, para alcanzar el reconocimiento a nivel regional, que se caracterice por la responsabilidad de sus miembros en el desempeño de su labor y por la calidad en el trabajo. Implantando una armonía entre la conservación del ambiente y el desarrollo turístico dentro de un marco sustentable y así brindar servicios turísticos que superen las expectativas de nuestros clientes.

6.6.1.3. Slogan

Cuicocha Adventure: “Sorprendente siempre, se queda en ti”.

6.6.2. Organigrama estructural

Grafico 30 organigrama estructural



Elaborado
por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: 2014

6.6.3. Oferta Turística.

6.6.3.1. Paquete Uno: “Eco-Ventura Cuicocha” (Turismo de Aventura y Ecoturismo)

El Ecoturismo.- Se basa en disfrutar la naturaleza y sus recursos, respetando el ambiente y sus criaturas, sin causar contaminación de ningún tipo, sin molestar ni modificar en lo más mínimo el hábitat ni interactuar, alimentar o influir de alguna forma en la vida de los animales

salvajes, sin destruir ni remover plantas o algunas de sus partes, es decir, teniendo una actitud de respeto total a la ecología del lugar.

El ecoturismo requiere de lugares donde la naturaleza ofrezca atractivos a los turistas, donde se pueda caminar entre senderos previamente demarcados, avistar aves, conocer plantas, líquenes, hongos, insectos, etc.

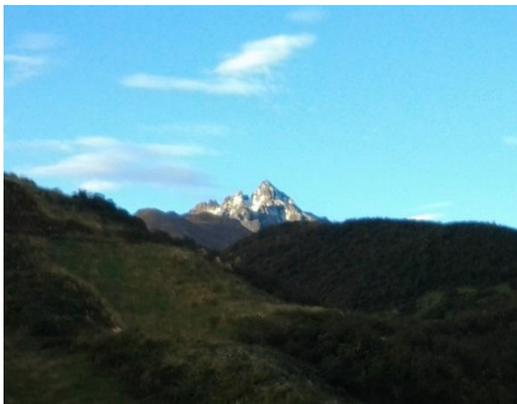


Imagen 1: Vista del Volcán Cotacachi

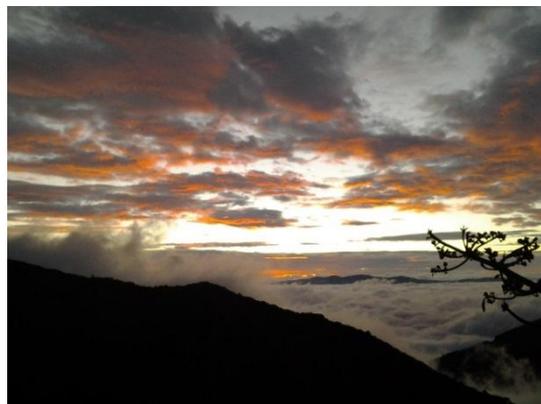


Imagen 2: Paisajística de Cuicocha

Trekking

El sector de Cuicocha es un verdadero paraíso para los caminantes, alberga circuitos de trekking con mayor o menor grado de dificultad y una gran biodiversidad de flora y fauna.



Imagen 3: Trekking en Cuicocha



Imagen 4: Caminata sendero Gorki C.

Canyoning

Es un deporte de aventura que se practica en los cañones o barrancos de un río. El canyoning consiste en ir descendiendo por las paredes de los cañones o de cascadas con un equipo especial.



Imagen 5: Rappel Lago Cuicocha



Imagen 6: Canyoning Lago Cuicocha

Itinerario:

Día 01: Trekking (caminata por el sendero Gorki Campuzano)

Inicia 08:00 am. Para vivir una de las experiencias más conmovedoras de caminar alrededor del lago Cuicocha, este tiene un diámetro de 8 km, desde el que se puede apreciar una gran diversidad de flora y fauna. Para finalizar el recorrido realizaremos un descenso por la cascada que se encuentra al noroccidente del lago Cuicocha, desde donde se pueden observar grandes formaciones rocosas de lava volcánica producto de las erupciones del volcán Cotacachi.

Tabla 6 presupuesto paquete n° 1

Paquete n° 1 "EcoventuraCuicocha"	
Trekking	\$ 10,00
Canyoning	\$ 25,00
Total:	\$ 35,00
Utilidad (25%)	\$ 8,75
I.V.A. (12%)	\$ 4,20
P.V.P:	\$ 47,90

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Incluye

Guía de montaña, equipo profesional de trekking y canyoning.

Box lunch (agua, sándwich, jugo, frutas y cereales)

Recomendación

Se recomienda traer ropa abrigada, chaqueta, pantalón térmico o similar, protector solar, cámara fotográfica.

Duración del recorrido

3 – 4 horas

6.6.3.2. Paquete Dos: Vive Rural (Turismo Comunitario, Agroturismo)

Turismo comunitario

El turismo comunitario es aquel que llevan adelante miembros de comunidades locales que se organizan para prestar servicios turísticos. Generalmente se trata de comunidades rurales o indígenas, aunque también lo desarrollan arrieros y otros grupos, que comparten con los visitantes su modo de vida, sus costumbres, tradiciones y su cultura.



Imagen 7: San Nicolás de Cuicocha



Imagen 8: Comunidad

Agroturismo

El agroturismo es una forma de turismo rural donde las comunidades se organizan para prestar servicios turísticos y compartir con el turista sus vivencias diarias tanto en la parte agrícola como en la parte pecuaria.



Imagen 9: Agroturismo



Imagen 10: Turismo Rural

Itinerario:

Día 1

Llegada a la comunidad de Cuicocha 10 am, alojamiento en las cabañas comunitarias que son construidas con materiales propios de la zona utilizando técnicas ancestrales propias del lugar, almuerzo comida típica de la zona.

Luego se realizara un recorrido por las diferentes granjas orgánicas para observar y aprender acerca de las técnicas de los cultivos ancestrales como son la quinua, mellocos, amaranto, papas, ocas, etc.

En la tarde aprenderán a elaborar comidas típicas y artesanías propias del lugar que son elaborados a base de cabuya y lana de oveja, en la noche el turista aprenderá acerca de la cultura del lugar mediante la observación de danzas, comida ancestral, cuentos y leyendas.

Día 2

En la mañana el turista realizara una cabalgata por los diferentes atractivos turísticos del lugar para observar la diversidad de flora y fauna del sector, así como también ver el proceso de elaboración de los tejidos en lana de oveja, ordeñara vacas, cultivara productos de la zona.

Tabla 7 presupuesto paquete n° 2

Paquete n°2 "Vive Rural"	
Turismo Comunitario	\$ 50,00
Agroturismo	\$ 20,00
Total:	\$ 70,00
Utilidad (25%)	\$17.50
I.V.A. (12%)	\$8.40
P.V.P:	\$ 95,90

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Incluye:

Alojamiento (albergues comunitarios), alimentación (comida típica de la zona), cabalgata y actividades en la comunidad.

Recomendación:

Se recomienda traer ropa abrigada, chaqueta, protector solar, cámara fotográfica, mochila, zapatos cómodos.

Duración del recorrido

2 Días – 1 Noche.

6.6.3.3. Paquete Tres: Cuicocha al máximo (Turismo de aventura, Ecoturismo)

Trekking

El sector de Cuicocha es un verdadero paraíso para los caminantes, alberga circuitos de trekking con mayor o menor grado de dificultad y una gran biodiversidad de flora y fauna.



Imagen 11: Nevado Cotacachi



Imagen 12: Caminata hacia el nevado

Camping

El camping es una actividad que se realiza al aire libre, esta consta de armar carpas o tiendas en sitios alejados de la civilización por lo general en montañas y valles; esta práctica es muy común en personas que les gusta el contacto con la naturaleza



Imagen 13: Camping Comuna Cuicocha



Imagen 14: Camping Bosque Cuicocha

Rápel

Es una habilidad frecuente en actividades al aire libre, sobre todo, de montaña. Es una técnica de descenso con cuerda muy común en estas actividades.

El rápel puede practicarse en cualquier zona de montaña donde las paredes sean adecuadas para la escalada o los descensos. En el sector de Cuicocha hay numerosos puntos de interés para la práctica de la actividad.



Imagen 15: Rapel pendientes RECC

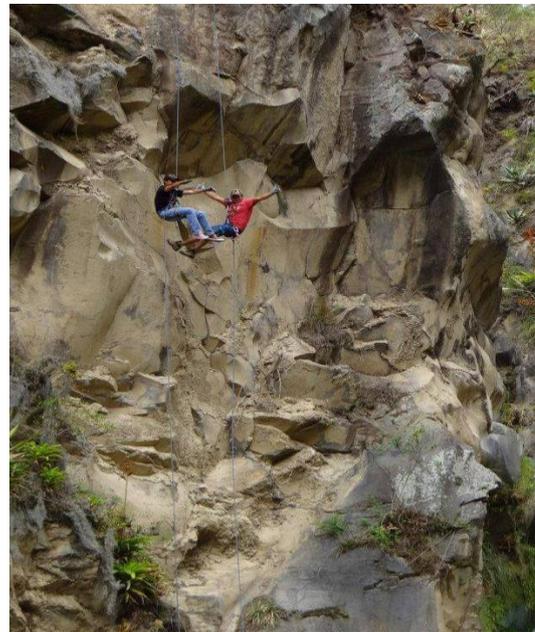


Imagen 16: Rapel Cuicocha

Buceo

El buceo es el acto por medio del cual el hombre se sumerge en cuerpos de agua, ya sea el mar, un lago o un río, con el fin de desarrollar una actividad deportiva, con o sin ayuda de equipos especiales. El buceo presenta dos formas de practicarlo: la apnea técnica también conocida como buceo libre o a pulmón; y el buceo con equipo, que puede ser con escafandra autónoma también denominado SCUBA o buceo con botella.



Imagen 17: Buceo Lago Cuicocha



Imagen 18: Buceo Lago Cuicocha 2

Kayak

El kayak es un tipo de canoa, en el que el practicante o deportista va sentado mirando hacia el frente, en el sentido de la marcha de las corrientes de agua, con un remo de dos palas que lo impulsa.



Imagen 19: Kayak Lago Cuicocha



Imagen 20: Bote para Kayak

Itinerario

Día 1

Salida a las 8am, acenso hacia el volcán Cotacachi, durante el trekking se puede observar una gran riqueza de la biodiversidad de flora y fauna del sector. Al llegar al campamento se realiza un descanso donde el

turista recibirá un box lunch, en la tarde se realizara un rapel en las paredes de roca volcánica y retornaremos al campamento para cenar y descansar.

Día 2

Una vez realizado el descenso hacía el muelle del Lago Cuicocha el turista realizara kayak en las aguas del lago, en el almuerzo recibirá comida típica ecuatoriana, en la tarde se realizara buceo.

Tabla 8 presupuesto paquete n° 3

Paquete n°3 "Cuicocha al Máximo"	
Trekking	\$ 10,00
Camping	\$ 25,00
Rápel	\$ 20,00
Buceo	\$ 35,00
Kayak	\$ 25,00
Almuerzo	\$ 12,00
Total:	\$ 127,00
Utilidad (25%)	\$ 31,75
IVA (12%)	\$ 15,24
P.V.P:	\$173.99

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Incluye:

Equipos profesionales para rapel, buceo y kayak; 2 box lunch (agua, jugo, Sándwich frutas y cereales), carpas y cena para la noche de camping, almuerzo, guía de montaña.

Recomendación: Se recomienda traer ropa abrigada, chaqueta, protector solar, cámara fotográfica, mochila, zapatos cómodos, sleeping, agua, buen estado físico.

Duración del Recorrido: 2 Días y 1 Noche

6.6.4. Estrategias de publicidad
6.6.4.1. Estrategia de promoción

Tabla 9 estrategia de promoción

ESTRATEGIA	OBJETIVO	ACCIONES
1.- Promoción de Venta	Dar a conocer y ofrecer los lugares turísticos con los que cuenta el sector.	<ul style="list-style-type: none"> a) Ofrecer y ofertar las rutas turísticas diseñadas, donde se encuentre las diferentes actividades a desarrollar. b) Ofrecer paquetes turísticos con alianzas con hoteles, hostales, albergues ubicados cerca del sector y con agencias de viajes para que lo incluyan como opción a visitar. c) Promociones especiales para temporada alta, domingos y feriados.
2.- Convenios con Sitios Web y Agencias de Viajes.	Incluir los destinos como opción al turista, al momento de la planificación de su viaje.	Realizar paquetes turísticos que incluyan las diferentes rutas propuestas del sector Cuicocha como opción para los visitantes.

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
 Fecha: 2014

6.6.4.2. Estrategia de publicidad.

Tabla 10 estrategia de publicidad

Estrategia	Objetivo	Táctica
1.- Utilización de Medios Masivos.	Mediante la utilización de los medios se dé a conocer los diferentes paquetes al mayor número de personas posibles.	Actividades para Radio a) Elaboración de cuña radial. b) Pautas en franjas de mayor audiencia.
2.- Uso de Internet	Que mediante el uso de la página web, las personas conozcan los atractivos de los paquetes.	a) Elaboración de la página web. b) Creación de un e-mail para reservaciones. c) Realizar alianzas con agencias de viajes y tour operadoras para ofrecerlo como destino turístico. d) Mostrar imágenes de los lugares que conforman los paquetes turísticos.
3.- Utilización de medios alternativos.	Despertar el interés de los turistas.	a) Ubicación de vallas publicitarias y mini vallas. b) Elaboración de trípticos con información de las actividades.
4.- Participación en Ferias de Turismo.	Exponer los paquetes como un destino turísticos para el turista nacional y extranjero.	a) Obsequiar brochures informativos. b) Ofrecer paquetes especiales para grupos.

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

6.6.5. Presupuesto de Inversión

Tabla 11 presupuesto de inversión

Presupuesto de Inversión			
Operadora "Cuicocha Adventure"			
Descripción	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Muebles y Enseres			
Mesas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Sillas	6	\$ 6,00	\$ 36,00
Alfombras	2	\$ 10,00	\$ 20,00
Libreros	1	\$ 120,00	\$ 120,00
Escritorio	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Subtotal:			\$ 346,00
Útiles de aseo			
Desinfectantes-ambientales	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Escobas	2	\$ 2,00	\$ 4,00
Trapeadores	2	\$ 4,00	\$ 2,00
Jabón de baño	6	\$ 0,90	\$ 5,40
Basureros	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Paquete de papel higiénico	6	\$ 3,00	\$ 18,00
Fundas de basura	6	\$ 2,00	\$ 12,00
Limpia vidrios	3	\$ 3,00	\$ 9,00
Franelas	5	\$ 0,50	\$ 2,50
Subtotal:			\$ 82,90
Suministros de Oficina			
Resma de hojas	2	\$ 3,50	\$ 7,00
Grapadora	1	\$ 3,00	\$ 3,00
Calculadora	1	\$ 12,00	\$ 12,00
Tinta para impresora	4	\$ 10,00	\$ 40,00
Esferos (caja)	1	\$ 5,00	\$ 5,00
Lápiz (caja)	1	\$ 4,50	\$ 4,50
Borrador goma	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Libretines de factura	1	\$ 15,00	\$ 15,00
Perforadora	1	\$ 7,00	\$ 7,00
Caja de grapas	2	\$ 0,70	\$ 1,40
Subtotal:			\$ 95,90

Equipos de Computación y Tecnológicos			
Computador	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Impresora	1	\$ 250,00	\$ 250,00
DVD	1	\$ 100,00	\$ 100,00
TV 32"	1	\$ 600,00	\$ 600,00
Parlante	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Subtotal:			\$ 1.920,00
Insumos Médicos			
Botiquín	2	\$ 40,00	\$ 80,00
Subtotal:			\$ 80,00
Infraestructura			
Construcción de la Oficina	1	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
Subtotal:			\$ 3.500,00
Obligaciones			
Constitución	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
Patente municipal	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Cámara de turismo	1	\$ 75	\$ 75
Permiso de sanidad	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Subtotal:			\$ 4.175,00
Equipos de Turismo de Aventura			
Aletas para buceo	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Chaleco bc para buceo	2	\$ 500,00	\$ 1.000,00
Consola para buceo	2	\$ 220,00	\$ 440,00
Guantes	2	\$ 45,00	\$ 90,00
Regulador de aire	2	\$ 180,00	\$ 360,00
Tanque de aluminio	2	\$ 300	\$ 600,00
Traje de neopreno	2	\$ 300,00	\$ 600,00
Zapatos para buceo	2	\$ 55,00	\$ 110,00
Carpa Coleman para 6 personas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Mochila para camping	1	\$ 110,00	\$ 110,00
Sleeping	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Casco mamut	2	\$ 75,00	\$ 150,00
Cuerda dinámica negra (100mt.)	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Cuerda estática amarilla (100mt.)	1	\$ 200,00	\$ 200,00
Descendedor 8 color negro	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Guantes	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Harnees	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Mosquetones	2	\$ 18,00	\$ 36,00
Stop 8 color azul	2	\$ 15,00	\$ 30,00
Casco para kayak	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Chalecos para kayak	4	\$ 60,00	\$ 240,00
Kayak para 2 personas	2	\$ 750,00	\$ 1.500,00

Remos	4	\$ 57,50	\$ 230,00
Subtotal:			\$ 7.016,00
Marketing y Publicidad			
Gigantografía	1	\$ 90,00	\$ 90,00
Trípticos	5000	\$ 0,14	\$ 700,00
Póster	1000	\$ 0,90	\$ 900,00
Camisitas uniforme	8	\$ 7,00	\$ 56,00
Diseño página web	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Cuña radial	1	\$ 300,00	\$ 300,00
Letrero misión visión	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Subtotal:			\$ 2.396,00
TOTAL:			\$ 19.611,80

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

6.6.6. Estudio Financiero

Activos Físicos.- son los muebles tangibles de la operadora cuenta para la ejecución de las actividades.

Tabla 12 equipos de oficina

Equipos de oficina			
Cant.	Descripción	Precio unitario	Precio Total
1	Computador	\$ 800,00	\$ 800,00
1	Impresora	\$ 250,00	\$ 250,00
1	DVD	\$ 100,00	\$ 100,00
1	TV32"	\$ 600,00	\$ 600,00
1	Parlante	\$ 170,00	\$ 170,00
2	Mesas	\$ 50,00	\$ 100,00
6	Sillas	\$ 6,00	\$ 36,00
2	Alfombras	\$ 10,00	\$ 20,00
1	Libreros	\$ 120,00	\$ 120,00
1	Escritorio	\$ 70,00	\$ 70,00
Total:			\$ 2.266,00

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Activos Diferidos.- dentro de este rubro se encuentran los gastos necesarios para iniciar la actividad económica tal como los gastos de patentes, instalación de la operadora, es decir son activos imperceptibles.

Tabla 13 activos nominales

Activos Nominales			
Cant.	Descripción	Precio unitario	Precio Total
1	Constitución	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
1	Patente municipal	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Cámara de turismo	\$ 75	\$ 75
1	Permiso de sanidad	\$ 50,00	\$ 50,00
Total:			\$ 4.175,00

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Capital de Trabajo.- son los gastos con los que la operadora necesita y cuenta para ofrecer los productos, tales como suministros de oficina, sueldos, gastos generales, entre otros.

Tabla 14 equipos turismo aventura

Equipos de Turismo de Aventura			
Cant.	Descripción	Precio unitario	Precio Total
2	Aletas para buceo	\$ 70,00	\$ 140,00
2	Chaleco bc para buceo	\$ 500,00	\$ 1.000,00
2	Consola para buceo	\$ 220,00	\$ 440,00
2	Guantes	\$ 45,00	\$ 90,00
2	Regulador de aire	\$ 180,00	\$ 360,00
2	Tanque de aluminio	\$ 300	\$ 600,00
2	Traje de neopreno	\$ 300,00	\$ 600,00
2	Zapatos para buceo	\$ 55,00	\$ 110,00
1	Carpa Coleman para 6 personas	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Mochila para camping	\$ 110,00	\$ 110,00
1	Sleeping	\$ 70,00	\$ 70,00
2	Casco mamut	\$ 75,00	\$ 150,00
1	Cuerda dinámica negra (100mt.)	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Cuerda estática amarilla (100mt.)	\$ 200,00	\$ 200,00
2	Descendedor 8 color negro	\$ 25,00	\$ 50,00
2	Guantes	\$ 60,00	\$ 120,00

2	Harnes	\$ 100,00	\$ 200,00
2	Mosquetones	\$ 18,00	\$ 36,00
2	Stop 8 color azul	\$ 15,00	\$ 30,00
4	Casco para kayak	\$ 60,00	\$ 240,00
4	Chalecos para kayak	\$ 60,00	\$ 240,00
2	Kayak para 2 personas	\$ 750,00	\$ 1.500,00
4	Remos	\$ 57,50	\$ 230,00
Total:			\$ 7.016,00

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Tabla 15 suministros de oficina

Suministros de Oficina			
Cant.	Descripción	Preciounitario	PrecioTotal
2	Resma de hojas	\$ 3,50	\$ 7,00
1	Grapadora	\$ 3,00	\$ 3,00
1	Calculadora	\$ 12,00	\$ 12,00
4	Tinta para impresora	\$ 10,00	\$ 40,00
1	Esferos (caja)	\$ 5,00	\$ 5,00
1	Lápiz (caja)	\$ 4,50	\$ 4,50
2	Borrador goma	\$ 0,50	\$ 1,00
1	Libretines de factura	\$ 15,00	\$ 15,00
1	Perforadora	\$ 7,00	\$ 7,00
2	Caja de grapas	\$ 0,70	\$ 1,40
Total:			\$ 95,90

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Tabla 16 útiles de aseo

Útiles de Aseo			
Cant.	Descripción	Precio unitario	Precio Total
6	Desinfectantes-ambientales	\$ 3,00	\$ 18,00
2	Escobas	\$ 2,00	\$ 4,00
2	Trapeadores	\$ 4,00	\$ 2,00
6	Jabón de baño	\$ 0,90	\$ 5,40
2	Basureros	\$ 6,00	\$ 12,00
6	Paquete de papel higiénico	\$ 3,00	\$ 18,00
6	Fundas de basura	\$ 2,00	\$ 12,00
3	Limpia vidrios	\$ 3,00	\$ 9,00
5	Franelas	\$ 0,50	\$ 2,50
Total:			\$ 82,90

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Tabla 17 sueldos y salarios

Sueldos y Salarios			
Cant.	Descripción	Precio unitario	Precio Total
1	Administrador	\$ 500,00	\$ 500,00
2	Guías	\$ 450,00	\$ 900,00
1	Asistente	\$ 400,00	\$ 400,00
Total:			\$ 1.800,00

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Tabla 18 servicios básicos

Servicios Básicos			
Cant.	Descripción	Valor Mensual	Valor Anual
1	Energía eléctrica	\$ 25,00	\$ 300,00
1	Agua Potable	\$ 7,00	\$ 84,00
1	Teléfono	\$ 18,00	\$ 216,00
Total:		\$ 50,00	\$ 650,00

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Tabla 19 capital de trabajo

Capital de Trabajo			
Cant.	Descripción	Precio unitario	Precio Total
1	Inventario de mercadería	\$ 7.194,80	\$ 7.844,80
1	Sueldos y salarios	\$ 800,00	\$ 1.800,00
Total:			\$ 9.644,80

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Tabla 20 publicidad

Publicidad			
Cant.	Descripción	Precio	Valor Anual
1	Gigantografías	\$ 90,00	\$ 90,00
5000	Trípticos	\$ 0,14	\$ 700,00
1000	Póster	\$ 0,90	\$ 900,00
8	Camisitas uniforme	\$ 7,00	\$ 56,00
1	Diseño página web	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Cuña radial	\$ 300,00	\$ 3.600,00
1	Letrero misión visión	\$ 50,00	\$ 50,00
Total:			\$ 5.696,00

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Tabla 21 inventario de trabajo

Inventario Total		
Cant.	Descripción	Precio total
1	Inventario de mercadería	\$ 7.844,80
1	Inventario de mercadería para publicidad	\$ 2.396,00
Total:		\$ 10.240,80

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

6.6.6.1. Inventario

Tabla 22 inventario inicial de mercadería

Inventario Inicial de Mercadería del Proyecto							
N°	Descripción	Cant. Mensual	Cant. Anual	Costo	Costos		
	Producto				Año 1	Año 2	Año 3
1	Paquete N° 1	70	840	\$ 47,90	\$ 40.236,00	\$ 80.472,00	\$ 120.708,00
1	Paquete N° 2	40	480	\$ 95,90	\$ 46.032,00	\$ 92.064,00	\$ 138.096,00
1	Paquete N° 3	25	300	\$ 173,99	\$ 52.197,00	\$ 104.394,00	\$ 156.591,00
Total:		135	1620	\$ 317,79	\$138,465,00	\$ 276.930,00	\$ 415.395,00

laborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: 2014

Tabla 23 gastos mensuales servicios

Gastos Mensuales Servicios			
Descripción	Cant.	V. Unitario	V. Total
Box lunch (mes)	120	\$ 3,00	\$ 360,00
Alojamiento P.nº2 y 3(mes)	65	\$ 15,00	\$ 975,00
Alimentación T. Comunitario	40	\$ 15,00	\$ 600,00
Alimentación Agroturismo	40	\$ 8,00	\$ 320,00
Cabalgata	40	\$ 7,00	\$ 280,00
Actividades comunitarias	40	\$ 5,00	\$ 200,00
Almuerzos P.nº3 (mes)	25	\$ 12,00	\$ 300,00
Cena P. nº 3	25	\$ 6,00	\$ 150,00
Sueldos y Salarios	4		\$ 1.800,00
Total:			\$ 4.985,00

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Tabla 24 cuadro depreciaciones

Cuadro de Depreciaciones			
Activo	Valor	% Deprec.	Depreciación
Equipos Turismo Aventura	\$ 7.016	10%	701,60
Equipo de oficina	\$ 2.266,00	10%	226,60
Muebles y enseres	\$ 346,00	33%	115,32
Equipo de computación	\$ 1.920,00	10%	192,00
Total:			1.235,52

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

Tabla 25 ganancia

Total ventas mensual:	\$ 11.538,75
I.V.A. 12% menos	\$ 1.384,65
Utilidad 25% menos	\$ 2.884,68
Gastos mensuales	\$ 4.985,00
Pago Préstamo (60 meses)	\$ 376,66
Depreciación equipos	\$ 1.235,00
Pago servicios básicos	\$ 50,00
Total:	\$ 10.915,99

Ganancia mensual:	\$ 3.507,44
--------------------------	--------------------

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

6.6.7. Análisis de la matriz del nivel del manejo de turismo alternativo en el sector Cuicocha.

Para el desarrollo se diagnosticó la situación actual del turismo alternativo en el sector Cuicocha y se determinó el manejo que este tiene. Es relevante que se analice imparcial y técnicamente los aspectos positivos y negativos que el sector presenta. Y lograr determinar la necesidad de elaborar una propuesta que contribuya con el desarrollo integral turístico-técnico del sector Cuicocha, parroquia Quiroga, cantón Cotacachi.

Metodología para realizar el análisis del nivel de manejo del turismo alternativo en el sector Cuicocha, que a continuación se detalla:

1. Determinación de aspectos o ámbitos a calificar.
 - Socio-cultural
 - Económico
 - Educativo
 - Ambiental
 - Turístico
 - General
2. Se ha construido una escala de valores de nivel a evaluar de una manera cuantitativa, la escala es la siguiente:

Tabla 26 escala

ESCALA	SIGNIFICADO
2	Muy alto
1	Alto
0	Medio
-1	Bajo
-2	Muy bajo

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

3. En cada área establecida se determino indicadores del nivel de manejo de turismo alternativo se los ha evaluado o establecido un valor numérico de acuerdo a la escala anterior.
4. Con los valore asignados anteriormente se ha establecido la sumatoria de los mismos, cantidad que ha sido dividida para el número de indicadores del área, con la finalidad de establecer el nivel del manejo de turismo alternativo en el sector Cuicocha.

La fórmula será entonces:

$$NMT = \frac{\sum TI}{nCM}$$

Dónde:

NMT = nivel de manejo del turismo.

$\sum TI$ = sumatoria total de los indicadores.

nCM = número de campo muestra.

5. Una vez determinado el nivel del manejo del turismo alternativo de acuerdo a cada aspecto; determinaremos la calificación y su análisis respectivo.

Tabla 27 Matriz de manejo de turismo alternativo

Matriz del manejo de nivel de turismo alternativo en el sector de Cuicocha							
SITUACIÓN ACTUAL							
Aspectos	Desarrollo	Niveles					Nivel del manejo de turismo
		Muy Alto	Alto	Medio	Bajo	Muy bajo	$NMT = \frac{\sum TI}{nCM}$
		2	1	0	-1	-2	
SOCIO CULTURAL	Fuentes de trabajo				X		Total -1 = Nivel de manejo bajo
	Calidad de vida				X		
	Alianzas estratégicas				X		
	Integración social			X			
	Rescate de la cultura				X		
ECONÓMICO	Ingresos para la empresa					X	Total -1 = Nivel de manejo bajo
	Ingresos para trabajadores				X		
	Estabilidad Económica				X		
	Cultura de productividad				X		
	Creación de microempresas					X	
AMBIENTAL	Recuperación del recurso natural					X	Total -2 = Nivel de manejo muy bajo
	Manejo del recurso natural					X	
	Conservación del recurso Natural					X	
	Manejo de desechos					X	
	Contaminación					X	
EDUCATIVO	Capacitación				X		Total -1 = Nivel de manejo bajo
	Difusión					X	
	Giras de observación			X			
	Actualización de conocimientos					X	
	Investigación					X	
IMPACTO TURÍSTICO	Sobrecarga turística		X				Total -1 = Nivel de manejo bajo
	Afluencia turística		X				
	Rescate de atractivos de la zona					X	
	Cultura de ocio					X	
	Diversificación de turistas				X		

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

6.6.7.1. Impacto socio-cultural

Tabla 28 impacto socio-cultural

INDICADORES	NIVEL				
	-2	-1	0	1	2
Fuentes de trabajo		X			
Calidad de vida		X			
Alianzas estratégicas		X			
Integración social			X		
Rescate de la cultura		X			
TOTAL:	0	-4	0	0	0

TOTAL: -4

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

$$NMT = \frac{\sum TI}{nCM}$$

$$NMT = \frac{-4}{5}$$

$$NMT = -0.8 = -1$$

Nivel de desarrollo Socio-Cultural = Nivel de manejo bajo

Análisis

El nivel de desarrollo es bajo, ya que consideramos imperativo que los habitantes del sector tengan una mejora en la calidad de vida, nuevas oportunidades de trabajo mediante alianzas con organizaciones turísticas y gubernamentales y a la vez sirva para rescatar sus raíces ancestrales y culturales.

6.6.7.2. Impacto económico

Tabla 29 impacto económico

INDICADORES	NIVEL				
	-2	-1	0	1	2
Ingresos de la empresa	X				
Ingresos para trabajadores		X			
Estabilidad económica		X			
Cultura de productividad		X			
Creación de microempresas	X				
TOTAL:	-4	-3	0	0	0

TOTAL: -7

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

$$NMT = \frac{\sum TI}{nCM}$$

$$NMT = \frac{-7}{5}$$

$$NMT = -1.4 = -1$$

Nivel de impacto Económico = Nivel de manejo bajo

Análisis

El nivel de impacto económico es bajo, la propuesta permitirá un beneficio directo a la economía del sector Cuicocha por medio de la actividad turística.

6.6.7.3. Impacto ambiental

Tabla 30 impacto ambiental

INDICADORES	NIVEL				
	-2	-1	0	1	2
Recuperación del recurso natural	X				
Manejo del recurso natural	X				
Conservación del recurso natural	X				
Manejo de desechos	X				
Contaminación	X				
TOTAL:	-10	0	0	0	0

TOTAL: -10

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

$$NMT = \frac{\sum TI}{nCM}$$

$$NMT = \frac{-10}{5}$$

$$NMT = -2$$

Nivel de Impacto Ambiental = Nivel de manejo muy bajo

Análisis

Existe un control ambiental por medio del Ministerio del Ambiente, pero este es muy bajo, ya que en las comunidades del sector Cuicocha no dan un manejo adecuado de los recursos naturales; debido a esto se pone en peligro la conservación del entorno.

6.6.7.4. Impacto educativo

Tabla 31 impacto educativo

INDICADORES	NIVEL				
	-2	-1	0	1	2
Capacitación		X			
Difusión	X				
Giras de observación			X		
Actualización de conocimientos	X				
Investigación	X				
TOTAL:	-6	-1	0	0	0

TOTAL: -7

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

$$NMT = \frac{\sum TI}{nCM}$$

$$NMT = \frac{-7}{5}$$

$$NMT = -1.4 = -1$$

Nivel de Impacto Educativo = Nivel de manejo bajo

Análisis

El nivel educativo ambiental y turístico es bajo, ya que es inexistente la capacitación y la actualización de conocimientos por parte de las autoridades locales hacia los miembros de la comunidad, por ello es necesario actualizar con capacitaciones, salidas de campo, entre otras.

6.6.7.5. Impacto turístico

Tabla 32 impacto turístico

INDICADORES	NIVEL				
	-2	-1	0	1	2
Sobrecarga turística				X	
Afluencia turística				X	
Rescate de atractivos de la zona	X				
Cultura de ocio	X				
Diversificación de turistas		X			
TOTAL:	-4	-1	0	2	0

TOTAL: -3

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

$$NMT = \frac{\sum TI}{nCM}$$

$$NMT = \frac{-3}{5}$$

$$NMT = -0.6 = -1$$

Nivel de Impacto Turístico = Nivel de manejo bajo

Análisis

Observamos que el nivel de impacto turístico es bajo por eso es necesario inventariar y crear nuevos y novedosos atractivos turísticos que fomenten la actividad turística del sector para cumplir con todas las expectativas de los visitantes, tanto nacionales como extranjeros aprovechando al máximo los recursos que posee.

Bibliografía

1. Acerenza, M. A. (1996). Promoción Turística – Un enfoque Metodológico. México (s.n).
2. Aguilar, R. (1996). Metodología de la Investigación Científica Editorial Universidad Técnica Particular de Loja primera Edición, Loja – Ecuador.
3. Almeida, A. – Hurtado, N. (2013). Caracterización de los sitios arqueológicos del cantón Pimampiro, para la elaboración de rutas turísticas Arqueológicas (s.n).
4. Blacutt, M. (2000). El desarrollo local complementario.
5. Casanueva, C – García, J – Caro, J. (2000). Organización y gestión de empresas turísticas. Ediciones Pirámide.
6. Cambrini, L. (2002). Turismo, desarrollo rural y sostenibilidad. OMT
7. Ceballos Lascurain, H. (1998). Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo Sostenible. Editorial Diana.
8. Código Ético Mundial para el Turismo (1999). Decimotercera Asamblea General de la OMT. Santiago de Chile. : Autor
9. Constitución De la República del Ecuador. (2008). Ecuador
10. Daltabuit, M. (2000). Ecoturismo y Desarrollo Sustentable. México.
11. Dibella M. (1991). Introducción al Turismo. México. Trillas S.A.

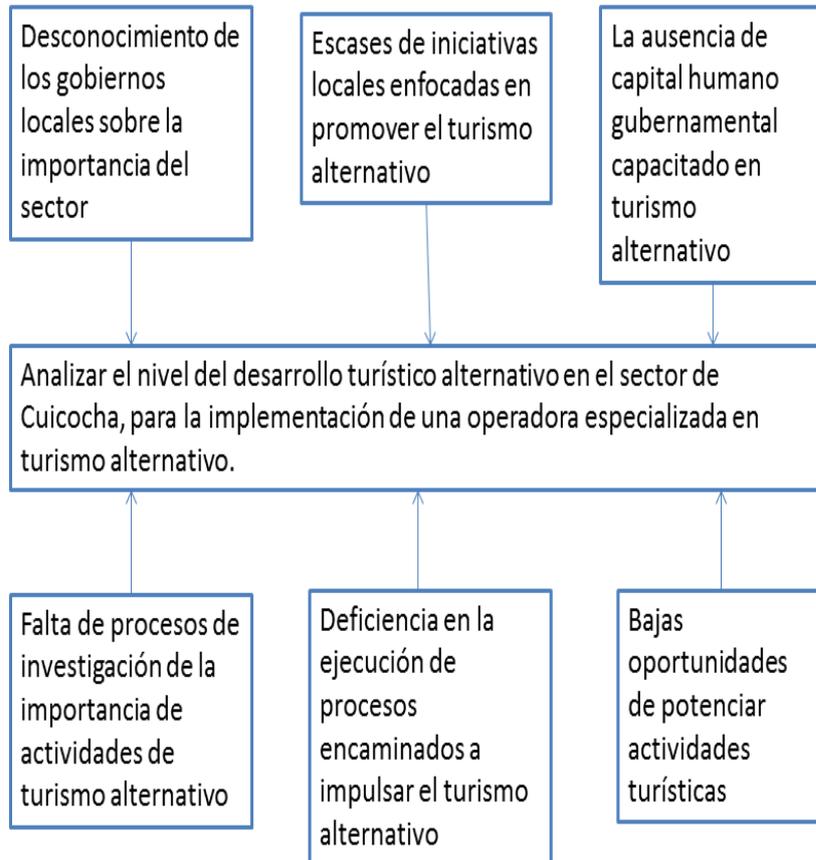
12. Guzmán L. (2005). Turismo Sostenible un Enfoque multidisciplinar e internacional. España. Universidad de Córdoba.
13. Intercooperation (1995). Ecoturismo en el Ecuador, trayectoria y desafíos, Organización Suiza para el desarrollo y la Cooperación. Quito, Ecuador. Autor.
14. Lickorish L. Jenkins C. (1997). Una Introducción al turismo. Madrid, España. Síntesis S.A.
15. Millno I. (2004). Diseño y comercialización de productos turísticos locales y regionales. Thompson.
16. Mintur. Base legal para registro de una operadora turística.
17. Muñoz de Escalona, F. (1992). Turismo y Desarrollo. Estudios Turísticos: 115 Madrid.
18. Muñoz O.F. (2010). Marketing Turístico. México: Universitaria Ramón Areces.
19. Parra L.E & Calero G.F. (2006). Gestión y Dirección de Empresas Turísticas. España.
20. Peñafiel C.M. (2003). Flora y vegetación de Cuicocha. Quito, Ecuador. Abya-Yala.
21. Rivas G.J. (2012). Organización, gestión y creación de empresas turísticas. Septem Ediciones.
<https://books.google.com.ec/books?id=VNSoBAAAQBAJ&pg=PT11&dq=empresa+turistica+definicion&hl=es419&sa=X&ei=q8L4VNfaFlaWgwSbp4LoAw&ved=0CCEQ6AEwAQ#v=onepage&q=empresa%20turistica%20definicion&f=false>

22. Rivas G.J. (2004). Dirección de Empresas Turísticas. Septem Ediciones.
<https://books.google.com.ec/books?id=0T1Ngl5IIMC&pg=PA9&dq=empresa+turistica+definicion&hl=es419&sa=X&ei=q8L4VNfaFlaWgwSbp4LoAw&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=empresa%20turistica%20definicion&f=false>
23. Sánchez, A – Quezada R. (2011). Gestión de empresas turísticas sostenibles. Universidad Estatal a Distancia San José Costa Rica.
24. Sandoval, E.R. (2006) “Ecoturismo, Operación Técnica y Gestión Ambiental” México.
25. Sectur. (2004). Turismo Alternativo una nueva forma de hacer turismo. 2ª Edición, México.
26. Serra, A. (2002). Marketing Turístico. Madrid – España. (s.n).
27. Toulkeridis, T. (2008). Cuicocha laguna de los Dioses. Cámara Ecuatoriana del Libro - Núcleo Pichincha Ecuador.
28. Vasquez, M.G. (2010). Ecuador en la Mitad del Mundo. Guía turística y Ecológica N° 1 Quito – Ecuador. (p.127).
29. Zamorano Casal, F.M. (2004). Turismo Alternativo, servicios turísticos diferenciados. Trillas
30. Dudley N, (2008). Directrices para la aplicación de las categorías de gestión en áreas protegidas. Page Bros, Norwich U.K. (p.10).
https://books.google.com.ec/books?id=xLZKJE_bpzgC&pg=PA10&dq=definici%C3%B3n+areas+protegidas&hl=es419&sa=X&ei=YIb4VNXIDoIlgwTj2YKwAw&ved=0CBsQ6AEwAA#v=onepage&q=definici%C3%B3n%20areas%20protegidas&f=false

ANEXOS

ANEXO N° 1: ÁRBOL DE PROBLEMAS

Grafico 31 árbol de problemas



Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: 2014

ANEXO N° 2: MATRIZ DE COHERENCIA

Tabla 33 matriz de coherencia

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN Desconocimiento del nivel de desarrollo del turismo alternativo en el sector de Cuicocha.	
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA ¿Cuál es el nivel del desarrollo del turismo alternativo en el sector de Cuicocha?	OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN Analizar el nivel del desarrollo turístico alternativo en el sector de Cuicocha, para la implementación de una operadora especializada en turismo alternativo.
TITULO DEL TRABAJO Análisis del nivel de desarrollo de turismo alternativo en el sector Cuicocha	OBJETIVO GENERAL DE LA PROPUESTA Diseñar una operadora turística especializada en turismo alternativo, como elemento base para el desarrollo turístico del sector Cuicocha.
INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN <ul style="list-style-type: none"> ➤ ¿Qué conocimientos existen sobre el sector cuicocha? ➤ ¿Cuáles son los atractivos naturales y culturales potenciales en el sector de Cuicocha con potencial turístico? ➤ ¿Qué tipo de turista visita el sector Cuicocha? ➤ ¿Cuál es la mejor estrategia para desarrollar turismo alternativo en el sector de Cuicocha? 	OBJETIVOS ESPECIFICOS <ul style="list-style-type: none"> ➤ Fundamentar los conocimientos requeridos en la investigación ➤ Diagnosticar los atractivos naturales y culturales potenciales en el sector de Cuicocha. ➤ Determinar el interés de participación de los pobladores del sector Cuicocha. ➤ Identificar el tipo de turista que visita el sector Cuicocha. ➤ Diseñar una propuesta de operadora turística para el desarrollo de turismo alternativo en el sector de Cuicocha.

CATEGORÍA	Dimensiones	Indicadores
Nivel Social	Nivel socio económico	Género, edad, educación, promedio de ingresos económicos mensuales, cargas familiares, Participación en turismo, % de ingresos por turismo, opinión sobre el turismo, organización comunitaria,
Mercado turístico	Oferta Demanda	Atractivos culturales de la comunidad ; Recursos culturales de la comunidad , Productos culturales Perfil del visitante, Sexo, Edad, Profesión/ocupación, Lugar de procedencia , Frecuencia de visita, Temporada, Tiempo de estadía, Medio de transporte, Motivo de visita, medio de información , nivel de gasto, preferencia de actividades, interés en actividades
Turismo	Turismo alternativo	Actores de la actividad, servicios complementarios, servicios existentes, dificultades.

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo
Fecha: 2014

ANEXO N° 3: MODELO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS TURISTAS

Objetivo: Identificar el perfil del turista que ingresa al sector de Cuicocha, para identificar la demanda de servicios para potenciar el turismo alternativo.

1.- **Sexo:** M () F ()

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

30-59 años () más de 60 años ()

3.- **Lugar de procedencia:**

Turistas nacionales

Sierra Norte () Sierra Centro () Sierra Sur ()

Costa () Oriente () Región Insular ()

Turistas extranjeros

Continente	País
América Del Norte
América Del Sur
Europa
Otros.

4.- En el último año ¿Cuántas veces visitó atractivos en el área de la Reserva Ecológica Cotacachi Cayapas?

1 vez () 2 veces () 3 veces () más ()

5.- Si ha visitado este tipo de atractivos, ¿cuantos días ocupó para ello?

1 día () 2 días ()
3 días () 4 días () más ()

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

Carro particular () Transporte público ()
Agencia de Viajes () Otros ()

7.- ¿Cómo se enteró del atractivo de Cuicocha que ha visitado?

Propaganda televisiva/radial ()
Folletería y periódicos ()
Internet ()
Oferta Agencia de Viajes ()
Referencias de amigos ()
Otros ()

Especifique:

8.- Determine el orden de preferencia de lo que usted considere más relevante de la experiencia turística en la visita a una comunidad indígena ubicada en el sector Cuicocha. (Señale 3)

- () Guías especializados

- () Gastronomía Típica.
- () Artesanías.
- () Alojamiento y Alimentación
- () Expresiones de la cultura local
- () Conservación de la identidad local
- () Diversidad de actividades comunitarias.
- () Viviendas Místicas.

Otras.....

9.- ¿Qué actividades alternativas le gustaría que se practiquen el sector de Cuicocha?

- Senderismo ()
- Fotografía ()
- Kayak ()
- Avistamiento de aves ()
- Cannoping ()
- Interpretación Ambiental ()
- Cabalgatas ()
- Avistamiento de ecosistemas ()
- Camping ()
- Convivencia con las comunidades ()
- Costumbres y tradiciones ()
- Otras ()

Especifique:.....

10.- ¿Cómo considera usted que se puede potenciar el turismo alternativo en el área de Cuicocha?

- Integración de nuevos servicios turísticos ()

- Facilidad de acceso a información ()
- Existencia de una operadora de turismo local ()
- Otros.....

11.- Considera importante que exista una operadora turística, que ofrezca más alternativas de turismo a realizarse en el sector de Cuicocha.

Muy importante () Poco importante () Nada importante ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 4: MODELO DE LA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POBLADORES DEL SECTOR

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA ENCUESTA DIRIGIDA A LOS MIEMBROS DE LA COMUNIDAD DE CUICOCHA

Objetivo: Determinar el interés de participación de los pobladores de la comunidad de Cuicocha y los recursos potenciales para desarrollar turismo alternativo.

1.- Profesión u ocupación:

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

Otras ocupaciones () Especifique:

2.- Nivel de educación

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

3.- ¿Ha participado de la actividad turística?

- De forma permanente ()
- Esporádica ()
- Iniciando ()

- Nunca ()

4.- ¿Le interesa integrarse en el Turismo Alternativo?

- Si ()
- No ()

5.- ¿Ha escuchado o recibido charlas sobre turismo comunitario?

- Nunca () 1 vez () 2 o más veces ()

6.- ¿Con que recursos podría integrarse al turismo?

- Alojamiento ()
- Conocimientos en medicina ancestral ()
- Guía Nativo ()
- Artesanía ()
- Huertos orgánicos ()
- Expresiones artísticas ()

7.- ¿Qué recursos naturales posee el área del sector Cuicocha?

- Páramos ()
- Bosques ()
- Lagunas ()
- Ríos ()
- Vertientes ()
- Fauna ()
- Flora ()
- Otros.....

8.- ¿Qué componentes culturales posee esta comunidad?

- Música y danza ()
- Artesanías ()
- Historias y leyendas ()
- Fiestas religiosas ()
- Viviendas místicas ()
- Fiestas populares ()
- Medicina ancestral ()
- Vestimenta ()
- Arqueología ()
- Gastronomía ()
- Otros.....

9.- ¿Qué tipo de turismo de aventura conoce que se realice en el sector Cuicocha?

- Cannoping ()
- Caminatas ()
- Rappel ()
- Cabalgata ()
- Buceo ()
- Kayak ()
- Otros.....

10.- ¿Considera importante que exista una operadora que promueva el turismo comunitario y de aventura para el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de la comunidad?

Muy importante () Poco importante () Nada importante ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO N° 5: MODELO DE LA FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICO

Tabla 34 ficha MINTUR

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVO TURISTICO					
NOMBRE DEL ATRACTIVO:					
PROVINCIA	CANTÓN	PARROQUIA	COMUNIDAD		
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo:	Subtipo:	Jerarquía:		
UBICACIÓN					
LOCALIDADES O CENTROS URBANOS MAS CERCANOS:		1.	2.		
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VIAS			
TERRESTRE		Bueno	Regular	Malo	
AÉREO					
SERVICIOS TURÍSTICOS		ACTIVIDADES RECREATIVAS		INSTALACION	
Alojamiento		<input type="checkbox"/> Deportes de aventura <input type="checkbox"/> Natación <input type="checkbox"/> Caminatas <input type="checkbox"/> Paseos en bote/lancha <input type="checkbox"/> Conocimiento antropológico <input type="checkbox"/> Observ. de Flora y Fauna <input type="checkbox"/> Compras <input type="checkbox"/> Visitas guiadas Otros: Espectáculos		<input type="checkbox"/> Duchas y vestidores <input type="checkbox"/> Canchas deportivas <input type="checkbox"/> Muelle <input type="checkbox"/> Mirador <input type="checkbox"/> Circuito de senderos <input type="checkbox"/> Refugio Otros: Sitios de camping	
Restaurantes					
Operadoras					
Otras					

INFRAESTRUCTURA BÁSICA					
AGUA	Potable	Entubada	De pozo	No existe	Otros
ELECTRICIDAD	Convencional	Generador	No existe		
ALCANTARILLADO	Red Pública	Pozo ciego	Pozo Séptico	No existe	Otros
OBSERVACIONES					
Realizado Por:			Fecha		
Fuente de fotos:					

Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

ANEXO N° 6: FOTOGRAFÍAS



Imagen 21: turistass encuestadas 1



Imagen 22: Turista encuestada 2



Imagen 23: turistas encuestados 3



Imagen 24: vivencio con las comunidades



Imagen 25: gavilan



Imagen 26: Turismo Comunitario



Imagen 27: Mujeres indígenas bordando



Imagen 28: Vista Panorámica de la comunidad sector Cuicocha

ANEXO N° 7: ELECCIÓN DEL LOGO-SÍMBOLO

Imagen 29 elección del logo-símbolo

cuicocha *Adventure* Logotipo actual

Alternativas



Elaborado por GALINDO Xavier, MORENO Hugo

Fecha: 2014

ANEXO N° 8: PLANOS DE LA OFICINA DE OPERADORA DE
TURISMO

Imagen30 fachada posterior oficina

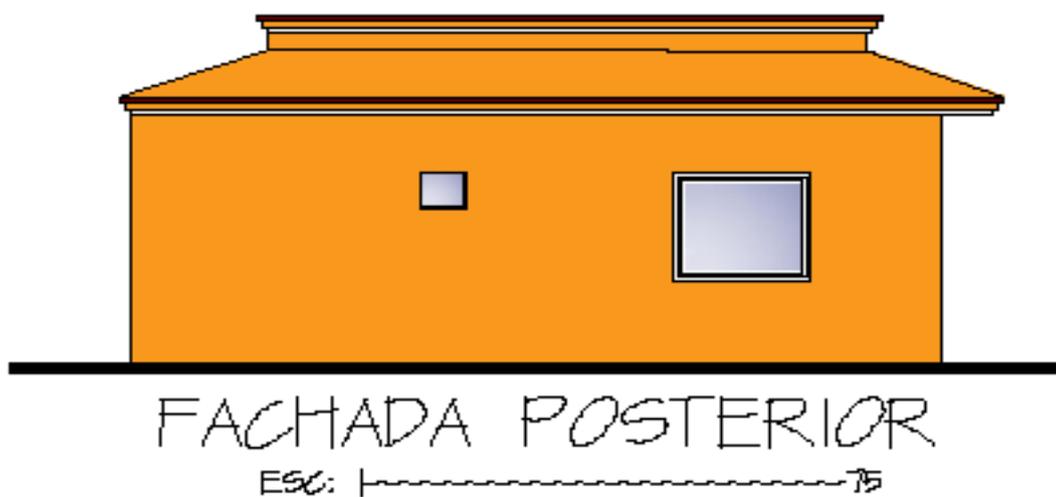


Imagen 31 fachada lateral derecha oficina

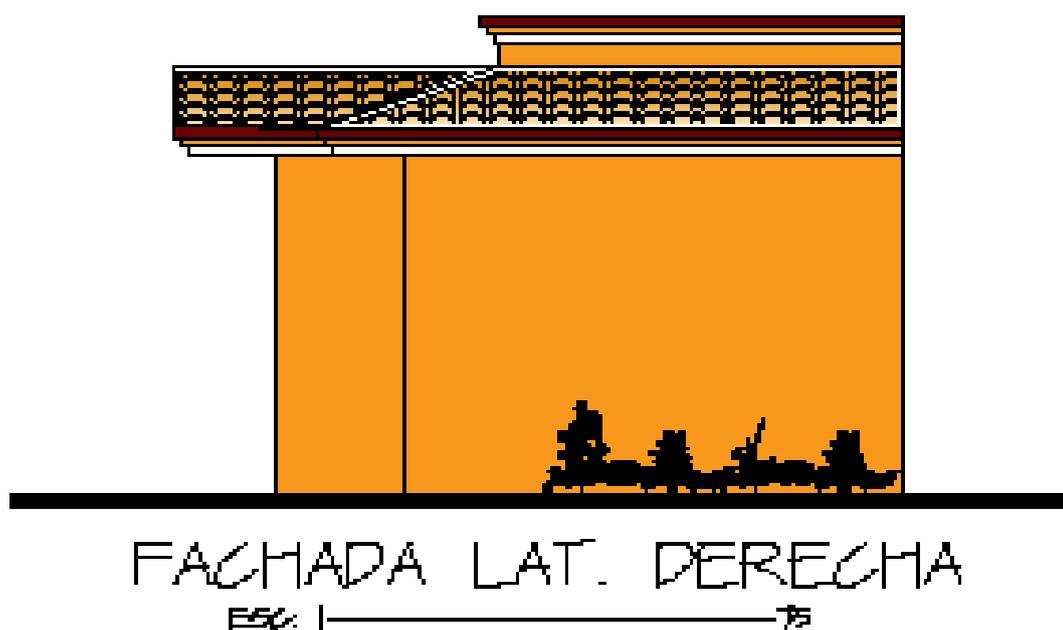
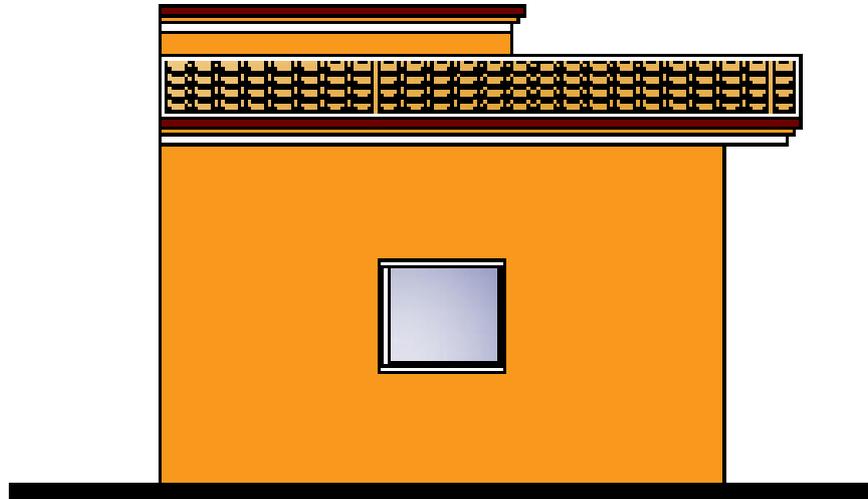


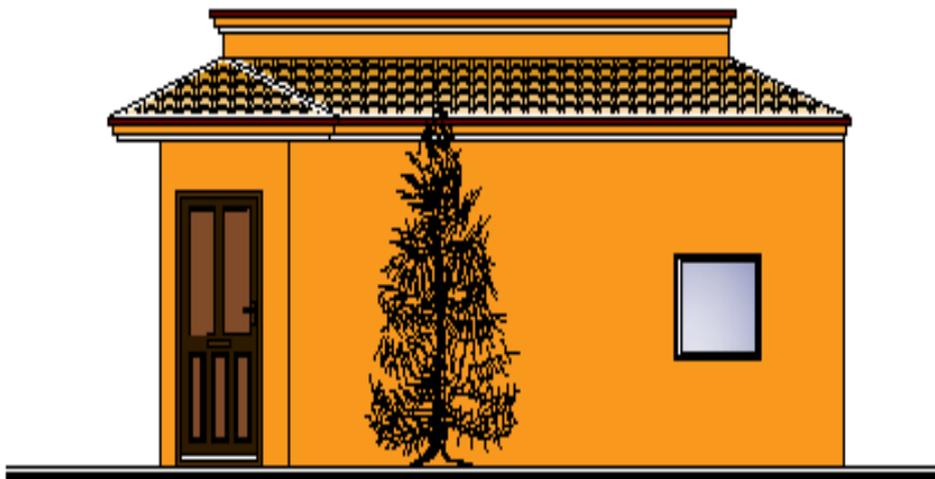
Imagen 32 fachada lateral izquierda



FACHADA LAT. IZQUIERDA

ESC: 1 ————— 75

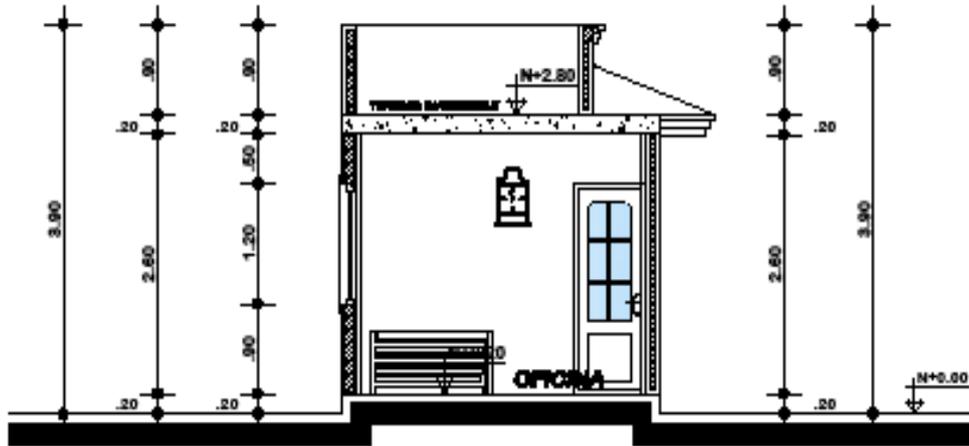
Imagen 33 fachada frontal oficina



FACHADA FRONTAL

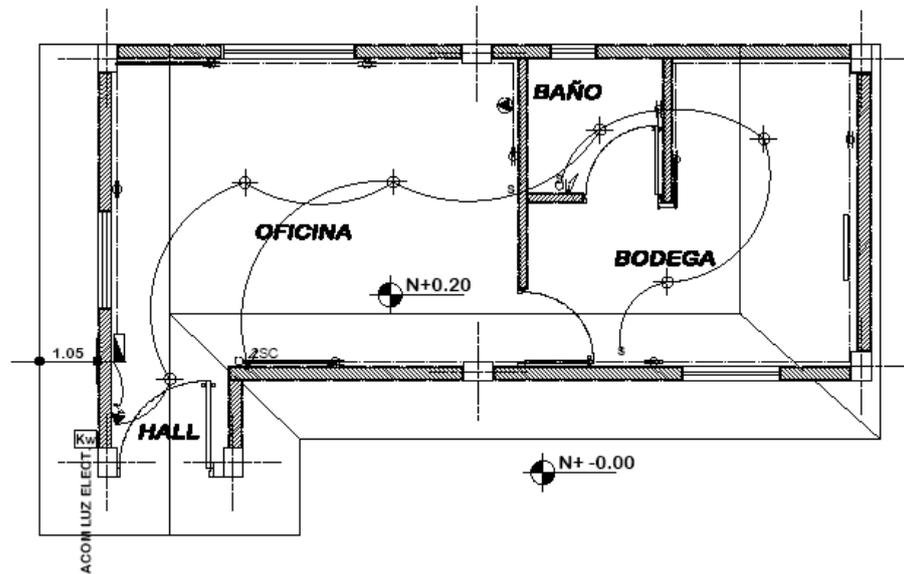
ESC: 1 ————— 75

Imagen 34 corte Y-Y



CORTE Y - Y
ESC: 1 — 75

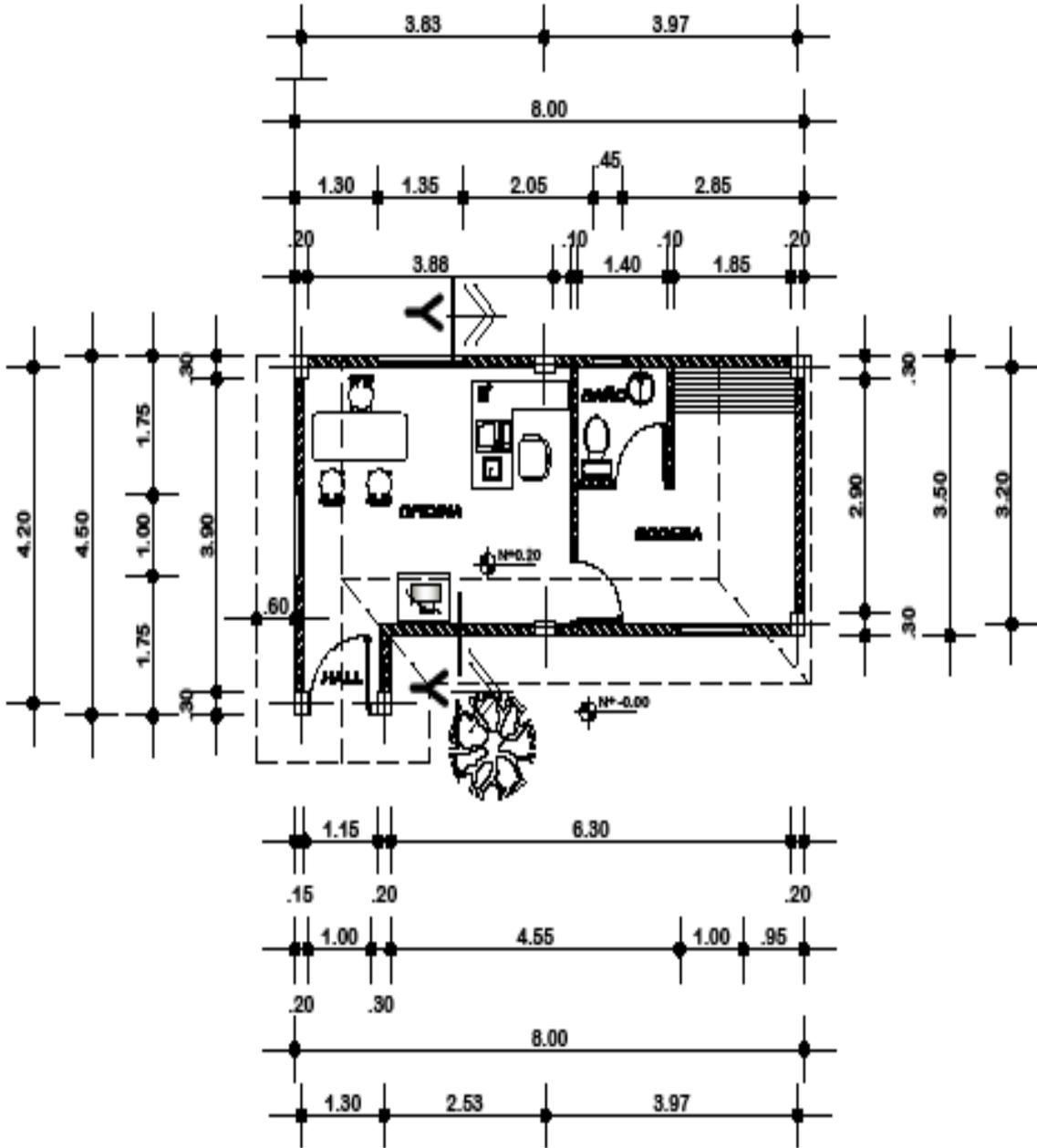
Imagen 35 instalaciones eléctricas



INSTALACIONES ELECTRICAS

ESCALA: _____ 1:75

Imagen 36 planta baja



PLANTA BAJA

ESG: 1 — 100



**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:	1721128005		
APELLIDOS Y NOMBRES:	MORENO VINUEZA HUGO ALESSANDRO		
DIRECCIÓN:	Quiroga, calle Vacas Galindo y Telesforo Peñaherrera		
EMAIL:	morenohugo17@gamail.com		
TELÉFONO FIJO:	2537070	TELÉFONO MÓVIL	0987835899

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ANÁLISIS DEL NIVEL DE DESARROLLO DE TURISMO ALTERNATIVO EN EL SECTOR CUICOCHA"
AUTOR (ES):	Moreno Vinueza Hugo Alessandro
FECHA: AAAAMMDD	2015/03/18
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Ingeniero en Turismo.
ASESOR /DIRECTOR:	MCS. Stalin Pozo

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, MORENO VINUEZA HUGO ALESSANDRO, con cédula de identidad Nro. 172112800-5, 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 16 días del mes de marzo de 2015

EL AUTOR:



(Firma).....

Nombre: MORENO VINUEZA HUGO ALESSANDRO
C.C. 1721128005



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, MORENO VINUEZA HUGO ALESSANDRO, con cédula de identidad Nro. 1721128005 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **"ANÁLISIS DEL NIVEL DE DESARROLLO DE TURISMO ALTERNATIVO EN EL SECTOR CUICOCHA"** que ha sido desarrollada para optar por el Título de Ingeniero en 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.

Ibarra, a los 16 días del mes de marzo de 2015

(Firma).....

Nombre: MORENO VINUEZA HUGO ALESSANDRO

Cédula: 1721128005



**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:	100284373-6		
APELLIDOS Y NOMBRES:	GALINDO GALLEGOS XAVIER SEBASTIÁN		
DIRECCIÓN:	Cotacachi, calle Esmeraldas barrio San José		
EMAIL:	xavisebas1@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	2916526	TELÉFONO MÓVIL	0999139393

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"ANÁLISIS DEL NIVEL DE DESARROLLO DE TURISMO ALTERNATIVO EN EL SECTOR CUICOCHA"
AUTOR (ES):	Galindo Gallegos Xavier Sebastian
FECHA: AAAAMMDD	2015/03/18
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Ingeniero en Turismo.
ASESOR /DIRECTOR:	MCS. Stalin Pozo

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, GALINDO GALLEGOS XAVIER SEBASTIÁN, con cédula de identidad Nro. 100284373-6, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

3. CONSTANCIAS

El autor (es) manifiesta (n) que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es (son) el (los) titular (es) de los derechos patrimoniales, por lo que asume (n) la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá (n) en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 16 días del mes de marzo de 2015

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: GALINDO GALLEGOS XAVIER SEBASTIÁN
C.C. 100284373-6



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, GALINDO GALLEGOS XAVIER SEBASTIÁN, con cédula de identidad Nro. 100284373-6 manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: **"ANÁLISIS DEL NIVEL DE DESARROLLO DE TURISMO ALTERNATIVO EN EL SECTOR CUICOCHA"** que ha sido desarrollada para optar por el Título de Ingeniero en 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.

Ibarra, a los 16 días del mes de marzo de 2015



(Firma).....

Nombre: GALINDO GALLEGOS XAVIER SEBASTIÁN
Cédula: 1721128005