



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA

TEMA:

“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE TANGALÍ, PARROQUIA SAN JOSÉ DE QUICHINCHE, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA.”

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

AUTORA:

Flores Velasco Carmen Abigail

DIRECTOR:

Ingeniero Gabriel Tapia

Ibarra, 2015.

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

En calidad de docente de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte, certifico la aceptación de tutoría para el Proyecto de Tesis: **“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD TANGALI, PARROQUIA SAN JOSÉ DE QUICHINCHE, DEL CANTÓN OTAVALO, PROVINCIA DE IMBABURA”**, de la señorita Flores Velasco Carmen Abigail con número de cédula 171718886-4 tutoría que se precede durante la etapa de desarrollo del trabajo hasta su presentación y evaluación.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso del presente, en asuntos estrictamente lícitos.

Ing: Gabriel Tapia

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de tesis en primer lugar a Dios ser espiritual que ha guiado cada uno de mis pasos concediéndome paz y asertividad; no solo en el plano estudiantil y profesional sino en cada decisión que enmarca mi vida.

A mi madre, ser maravilloso que con su amor, comprensión y confianza, me brindará su apoyo en todo momento, quien ha sido y es ejemplo de superación, entrega y afectividad, pilar importante para seguir adelante y ver cristalizada mi meta.

A mis hermanos y familia que me acompañan en cada etapa de mi vida, quienes con su valiosa confianza y optimismo aportaron de manera significativa en la culminación de este trabajo.

A Luis quien no me dejó sola a ningún momento, gracias por trabajar hombro a hombro conmigo, y sobre todo gracias por tu paciencia e incondicional amor.

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica del Norte por permitirme formar parte de tan valiosa institución que forja profesionales competentes; de igual manera a los docentes que laboran en dicha institución quienes aportaron con sus conocimientos a lo largo de mi vida estudiantil. Gracias por ser pilares de formación académica, por sus innumerables consejos y apoyo.

Mi sincero agradecimiento y aprecio al tutor de la presente tesina por su importante orientación y valioso aporte al trabajo investigativo, gracias por sus valiosos conocimientos y acertada dirección.

A la señora Mercedes Perugachí moradora de la comunidad de Tangalí quien con sus conocimientos y experiencia colaboró con la investigación de campo, recorriendo junto a mí la zona y proporcionando información útil para el desarrollo de la tesina.

A todas las personas que de una u otro forma aportaron para la culminación de esta tesis.

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR.....	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
ÍNDICE GENERAL.....	V
ÍNDICE DE CUADROS.....	VIII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	VIII
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	IX
SUMMARY.....	XI
INTRODUCCIÓN.....	XII
CAPITULO I.....	1
1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	1
1.1. ANTECEDENTES.....	1
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	3
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	5
1.4. DELIMITACIÓN	5
1.5. OBJETIVOS	6
1.5.1 Objetivo General	6
1.5.2. Objetivos Específicos	6
1.6. JUSTIFICACIÓN	7
CAPÍTULO II.....	9
2. MARCO TEÓRICO	9
2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	9
2.1.1. TURISMO	9
2.1.1.1. Turismo Comunitario	11
2.1.1.2. Principios del turismo comunitario	13
2.1.2. SISTEMA TURÍSTICO	16
2.1.2.1. Elementos del sistema turístico	18
2.1.2.2. Demanda turística	18
2.1.2.3. Oferta turística	22
2.1.3. PRODUCTO TURÍSTICO.....	27
2.1.3.1. Elementos del producto turístico	28
2.1.4. METODOLOGÍA DE INVENTARIO TURÍSTICO.....	31
2.1.4.1. Objetivos del inventario turístico.....	32

2.1.4.2. Esquema metodológico	33
2.1.4.3. Etapas de desarrollo del inventario	33
2.1.5. TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN EN EL DESARROLLO DEL TURISMO... ..	39
2.1.6. COMUNIDAD DE TANGALÍ.....	43
2.1.6.1. Entorno físico	43
2.1.6.2. Entorno social y cultural	45
2.1.6.3. Entorno Económico	48
2.2. Posicionamiento Teórico Personal	49
2.3. Interrogantes de Investigación	51
CAPÍTULO III.....	53
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	53
3.1. Tipo de Investigación.....	53
3.1.1. Investigación Bibliográfica	53
3.1.2. Investigación de Campo	54
3.2. Métodos de Investigación.....	54
3.2.1. Método Científico	54
3.2.2. Método Analítico – Sintético	55
3.2.3 Inductivo – Deductivo	55
3.3. Técnicas e Instrumentos de Investigación.....	55
3.3.1. Fichaje.....	55
3.3.2. Encuestas.....	56
3.3.3. Entrevistas.....	56
3.4. Población.....	56
3.5. Muestra	57
3.6. Análisis e Interpretación de Datos	58
3.7. Esquema de la Propuesta	58
CAPÍTULO IV.....	60
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	60
4.1. Análisis de encuestas.....	89
4.2. Análisis de entrevistas.....	90
4.3. Análisis de inventarios de atractivos turísticos	99
4.3.1. Cascada Inga Chaca	100
4.3.2. Rio Tangalí	100
4.3.3. Aguas Minerales.....	100
4.3.4. Grupo étnico Kichwa Otavalo	101
4.3.5. Música Andina	101
4.3.6. Artesanias	101
4.3.7. Inty Raymi	102
4.3.8. Fiesta del Coraza	102
4.3.9. Cuyes de Tangalí	103

CAPÍTULO V.....	104
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	104
5.1 Conclusiones.....	104
5.2. Recomendaciones.....	107
CAPÍTULO VI.....	108
6. PROPUESTA ALTERNATIVA.....	108
6.1. Título de la Propuesta.	108
6.2. Justificación e Importancia	108
6.3. Fundamentación.....	110
6.3.1. Fundamentación educativa	110
6.3.2. Fundamentación social.....	110
6.3.3. Fundamentación turística	110
6.4. Objetivos	111
6.4.1. General.....	111
6.4.2. Específicos	111
6.5. Ubicación sectorial y física	111
6.6. Desarrollo de la Propuesta	111
6.6.1. Introducción.....	111
6.6.2. Definición de página web	113
6.6.3. Componentes de la página web	113
6.6.4. Elementos de diseño de la página web.	114
6.6.5. Contenidos de la página web de Tangalí	119
6.6.6. Diseño de Página Web de Tangalí	120
6.7. IMPACTOS.....	145
6.7.1. Impacto Social.....	145
6.7.2. Impacto Ecológico	146
6.7.3. Impacto Turístico.....	146
6.7.4. Impacto Educativo	147
6.8. DIFUSIÓN.....	147
6.9. GLOSARIO DE TÉRMINOS	148
6.10. BIBLIOGRAFÍA	150
ANEXOS.....	154

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO 1: ELEMENTOS DEL SISTEMA TURÍSTICO.	17
CUADRO 2: ELEMENTOS DEL PRODUCTO TURÍSTICO.	29
CUADRO 3: ESTRUCTURA DE NAVEGACIÓN SECUENCIAL.	116
CUADRO 4: ESTRUCTURA DE NAVEGACIÓN RETÍCULA.	117
CUADRO 5: ESTRUCTURA DE NAVEGACIÓN JERÁRQUICA.	117

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1: PÁGINA DE INICIO.....	120
ILUSTRACIÓN 2: PÁGINA DE INICIO INGLÉS.....	121
ILUSTRACIÓN 3: ENCABEZADO PÁGINA WEB.....	124
ILUSTRACIÓN 4: ENCABEZADO PÁGINA WEB INGLÉS.	124
ILUSTRACIÓN 5: ENLACES PÁGINA WEB.....	125
ILUSTRACIÓN 6: ENLACES PÁGINA WEB INGLÉS.	126
ILUSTRACIÓN 7: CUERPO DE PÁGINA.	128
ILUSTRACIÓN 8: ENLACES ATRACTIVOS NATURALES.	128
ILUSTRACIÓN 9: CUERPO DE PÁGINA CASCADA.....	129
ILUSTRACIÓN 10: CUERPO DE PÁGINA RÍO TANGALÍ.	129
ILUSTRACIÓN 11: CUERPO DE PÁGINA AGUAS MINERALES.	130
ILUSTRACIÓN 12: ENLACES ATRACTIVOS CULTURALES.	130
ILUSTRACIÓN 13: CUERPO DE PÁGINA MÚSICA Y DANZA.	131
ILUSTRACIÓN 14: CUERPO DE PÁGINA ARTESANÍAS.....	131
ILUSTRACIÓN 15: CUERPO DE PÁGINA RITUAL.	132
ILUSTRACIÓN 16: CUERPO DE PÁGINA INTY RAYMI.	132
ILUSTRACIÓN 17: CUERPO DE PÁGINA SAN JUAN.....	133
ILUSTRACIÓN 18: CUERPO DE PÁGINA EL CORAZA.	133
ILUSTRACIÓN 19: ENLACES SERVICIOS TURÍSTICOS.	134
ILUSTRACIÓN 20: CUERPO DE PÁGINA HOSPEDAJE.	135
ILUSTRACIÓN 21: CUERPO DE PÁGINA ALIMENTACIÓN.	135
ILUSTRACIÓN 22: ENLACES ¿QUÉ HACER?.....	136
ILUSTRACIÓN 23: CUERPO DE PÁGINA CABALGATAS.....	136
ILUSTRACIÓN 24: CUERPO DE PÁGINA CAMINATAS.....	137
ILUSTRACIÓN 25: CUERPO DE PÁGINA AVITURISMO.	137
ILUSTRACIÓN 26: CUERPO DE PÁGINA BARRANQUISMO.	138
ILUSTRACIÓN 27: CUERPO DE PÁGINA TUBING.	138
ILUSTRACIÓN 28: CUERPO DE PÁGINA CANOPPY.....	139
ILUSTRACIÓN 29: ENLACES ¿CÓMO LLEGAR?	139

ILUSTRACIÓN 30: CUERPO DE PÁGINA COMO LLEGAR.....	140
ILUSTRACIÓN 31: ENLACES RUTAS	140
ILUSTRACIÓN 32: CUERPO DE PÁGINA RUTA 1.....	141
ILUSTRACIÓN 33: CUERPO DE PÁGINA RUTA 2.....	142
ILUSTRACIÓN 34: CUERPO DE PÁGINA RUTA 3.	143
ILUSTRACIÓN 35: CUERPO DE PÁGINA GALERÍA.....	143
ILUSTRACIÓN 36: CUERPO DE PÁGINA CONTACTOS.....	144
ILUSTRACIÓN 37: PIE DE PÁGINA WEB.....	145

ÍNDICE DE IMÁGENES

IMAGEN 1: MAPA DE SAN JOSE DE QUICHINCHE.....	154
IMAGEN 2: CASCADA INGA CHACA.....	154
IMAGEN 3: RIO TANGALÍ.....	155
IMAGEN 4: AGUAS MINERALES.....	155
IMAGEN 5: ARTESANÍAS.....	156
IMAGEN 6: EL CORAZA.....	156
IMAGEN 7: INTY RAYMI.....	157

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1: POSTULADOS DEL TURISMO COMUNITARIO.....	13
TABLA 2: CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA.....	19
TABLA 3: TIPOS DE DEMANDA.....	20
TABLA 4: OFERTA TURÍSTICA BÁSICA.....	25
TABLA 5: OFERTA TURÍSTICA COMPLEMENTARIA.....	27
TABLA 6: SITIOS NATURALES Y TIPOS.....	34
TABLA 7: MANIFESTACIONES CULTURALES Y TIPOS.....	35
TABLA 8: FOLCLORE Y TIPOS.....	36
TABLA 9: FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	37
TABLA 10: VENTAJAS DE LA TECNOLOGÍA.....	41
TABLA 11: OPERACIONES COMPLEMENTARIAS DEL INTERNET.....	42

RESUMEN

La comunidad de Tangalí es hogar de la etnia kichwa- Otavalo localizada a doce kilómetros vía Selva Alegre, la zona cuenta con variedad de recursos naturales como cascadas, diversidad de flora y fauna, ríos, fuentes de aguas minerales que combinados con costumbres y tradiciones de un pueblo indígena convierten a la comunidad en una zona apta para el desarrollo de actividades turísticas, sin embargo, los productos turísticos que actualmente se oferta son deficientes y no capta la atención de una demanda que cada día es más exigente, la escasa promoción y difusión de los atractivos no permite el auge turístico deseado. Al analizar la problemática fue indispensable concretar iniciativas encaminadas a la investigación como la caracterización del territorio, el análisis de la oferta y demanda, análisis de actividades turísticas e inventario de atractivos. Se determinó la metodología de investigación más apta para la zona de estudio, las entrevistas y encuestas fueron aplicadas a la población y aportaron resultados útiles a la tesina. Una vez desarrollada la investigación, las hipótesis determinaron que la comunidad cuenta con recursos naturales y culturales aptos para el desarrollo de varios tipos de turismo que actualmente se ofertan, se evidencia infraestructura turística y hotelera, la frecuencia de visitantes varía de una a dos veces por mes, los servicios que se oferta requieren mejoras, se debe ejecutar estrategias de promoción. A partir de estos resultados se estructuró la propuesta alternativa, diseño de una página web que diversifique y promocióne la oferta turística de Tangalí y de esta manera garantizar la aceptación del visitante, posicionarse en el mercado turístico y convertir a la comunidad en un referente turístico de la sierra norte del Ecuador. La difusión de la propuesta se entabló un conversatorio con los pobladores mismos que estuvieron de acuerdo en su totalidad, evaluaron costos y asignaron los recursos necesarios para poner en marcha esta acción.

SUMMARY

The community of Tangalí is home of the ethnicity Kichwa - Otavalo located twelve kilometers via Selva Alegre , the area has a variety of natural resources such as waterfalls, diverse flora and fauna, rivers , mineral springs that are combined with customs and traditions of indigenous people that convert to the community in a suitable area for the development of touristic activities, however , the touristic products that currently offer are deficient and they don't capture the attention of a demand that is increasingly demanding, with little promotion and dissemination of the attractions which don't allow the desired tourist boom. Analyzing the problem was essential to realize research initiatives such as the territory characterization, the analysis of supply and demand, analysis of touristic activities and inventory of attractions. The research methodology was determined being more suitable for the study area, the interviews and surveys were applied to the population and they were useful to the thesis. After the research development, the hypotheses determined that the community has natural and cultural resources suitable for the development of some types of tourism that currently are offering, tourist infrastructure is evident , the frequency of visitors varies from one to two times per month , the offered services require improvement, promotional strategies must be executed. From these results the alternative proposal was structured, a website design that I promoted and diversified the tourism offer of Tangalí and thus to ensure the acceptance of the visitor, take the tourist market position and turn the community into a tourist reference of the northern highlands of Ecuador. The spread of the proposal given in a talk with the villagers who agreed in a full way, assessed costs and allocated the necessary resources to start this action.

INTRODUCCIÓN

El turismo constituye una actividad económica de mucha importancia para el Ecuador por el papel que juega como generador de ingresos, y por las posibilidades que ofrece como contribución al desarrollo socioeconómico, sus atractivos turísticos, sitios naturales, manifestaciones culturales, variedad de regiones e infraestructura en progreso, lo van convirtiendo en un elemento clave para el mejoramiento de la economía nacional.

Si bien es cierto el turismo genera desarrollo económico, crea a su vez una serie de interrelaciones e intercambios que tienen consecuencias tanto en el ámbito social, económico, y ecológico. El crecimiento económico debe basarse en el uso de los recursos con criterios de preservación y en capacidad de sustentación del planeta.

Algunos factores han impedido el despegue del sector turístico, entre ellos: la falta de promoción en los mercados emisores más representativos para nuestro país, una inadecuada infraestructura turística, atractivos que no han sido incorporados a la oferta turística; entre otros factores impiden situarle al turismo como pilar fundamental y clave para el desarrollo, lo cual disminuiría los problemas presupuestarios y la falta de empleo en el país.

La utilización de los recursos naturales y culturales debe hacerse de una manera técnica, ir en pro de la preservación ambiental y cultural de los pueblos. Sin embargo, para llegar a este equilibrio, se necesita del conocimiento y desarrollo de la ciencia y tecnología. Este conocimiento permite comprender como funcionan nuestros recursos y encontrar alternativas para manejar los recursos existentes sin dañarlos o alterarlos.

La administración adecuada de dichos recursos dependerá en gran medida del conocimiento que se tenga y a su vez permita plantear soluciones a ciertas problemáticas de carácter turístico, al ser partícipes de la solución nuestro país se convertirá en ejemplo de desarrollo turístico a nivel mundial.

Este proyecto está estructurado de la siguiente manera:

El primer capítulo enfatiza la problemática existente en la comunidad de Tangalí, respecto a la necesidad de estudiar la situación actual de la oferta y demanda turística, de igual manera enmarca la identificación de los potenciales turísticos del sector elementos indispensables para el desarrollo de actividades turísticas.

El segundo capítulo comprende la definición detallada de conceptos como: generalidades del turismo, oferta y demanda turística, recursos naturales y culturales de la zona de estudio, entre otros temas propuestos que, enmarcan la problemática de la comunidad de Tangalí.

El capítulo tercero abarca los diferentes tipos, métodos, técnicas e instrumentos de investigación como: entrevistas y encuestas que se realizó en la comunidad de Tangalí mismas que permitieron el levantamiento de la información.

El cuarto capítulo engloba el análisis e interpretación de resultados, obtenidos de la investigación de campo y entrevistas.

El quinto capítulo conforma las conclusiones y recomendaciones, plasmadas en relación a los objetivos prescritos, fundamentos del marco teórico, resultados obtenidos en la investigación, y criterio personal de la investigadora.

En el sexto capítulo se plantea la propuesta, como solución al problema de investigación.

CAPITULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Antecedentes

El turismo se está consolidando en muchos países como una estrategia de desarrollo local protagonizada por comunidades que habían sido tradicionalmente objetos de desarrollo antes que sujetos del mismo. Ecuador es un país excepcionalmente diverso, que atrae al turista gracias a su biodiversidad natural e inigualable riqueza cultural elementos que permiten desarrollar la gestión turística enmarcada en perspectivas fundamentales como: la sensibilidad con el entorno natural y cultural, la búsqueda de sostenibilidad y el control efectivo del negocio turístico.

Se trata, pues, de un turismo que equilibre las dimensiones medioambientales y culturales, con la particularidad de una gestión y organización por parte de las comunidades. En la actualidad todo negocio turístico busca promover una actitud sensible con el medio y la cultura por lo tanto, la organización y gestión comunitaria se convierten en el verdadero elemento distintivo del turismo y de creciente interés en la oferta y demanda turística de los países del sur.

Las tendencias del mercado mundial, permiten dar a conocer al Ecuador y sus destinos turísticos como una opción que merece ser conocida, la oferta turística actual reside en factores extra-turismo es

decir culturas ancestrales asentadas en espacios de enorme diversidad natural, con costumbres, tradiciones, sociedades y conocimientos diferentes que coloca a este subsector turístico en una situación potencialmente privilegiada dentro del propio mercado y a su vez orientada a la prestación de servicios de alojamiento, transporte y oferta complementaria, constituidas por diversas actividades directa o indirectamente vinculadas al sector.

De esta forma, el turismo es una alternativa complementaria a los modelos clásicos de desarrollo, es un campo estratégico de progreso social, económico, ambiental y cultural, que parece encarar con éxito varias expectativas que satisface las necesidades de la demanda actual.

La comunidad de Tangalí cuenta con potenciales turísticos naturales y culturales que permiten la apertura de autogestión y desarrollo de la actividad turística sustentable y un encuentro intercultural entre el turista y la comunidad.

El presente estudio prácticamente es una puesta de modernización y desarrollo de la comunidad de Tangalí, la cual pretende fomentar la actividad turística de la zona y convertirla en referente del turismo nacional maximizando beneficios, reduciendo costos e incentivando la participación social, factores que constituyen un motor estratégico para el desarrollo local.

1.2. Planteamiento del Problema

La actividad turística constituye un fenómeno social importante que promueve el desplazamiento de personas de un lugar a otro, involucra un sin número de actividades que permiten satisfacer las necesidades del visitante, actualmente, se registra un crecimiento interés en el turismo comunitario y responsable, lo que permite contar con el apoyo técnico y financiero de organizaciones incentivando el fortalecimiento y consolidación de esta importante actividad.

Varias comunidades indígenas de nuestro país, resaltan la importancia de desarrollar la actividad turística, misma que genera una nueva fuente de ingresos económicos para su localidad, por lo que han abierto sus puertas para mostrar los potenciales turísticos naturales y culturales de sus pueblos desde una perspectiva única y atractiva al turista.

La sierra norte ecuatoriana no es la excepción, tal es el caso de la provincia de Imbabura, caracterizada por su diversidad cultural, ambiental y turística. Dentro de ella se encuentra ubicado el cantón Otavalo, siendo uno de los más visitados. Las pocas comunidades indígenas que desarrollan actividades turísticas en este cantón, ofertan ecoturismo, turismo vivencial y turismo de aventura enfocando sus actividades en la sostenibilidad de sus recursos.

A pesar del potencial turístico natural que posee la mayoría de comunidades aledañas a la ciudad de Otavalo, actualmente, éstos recursos están siendo utilizados en la práctica de actividades

agropecuarias, mientras que sus costumbres y tradiciones se pierden con el tiempo. Un ejemplo claro es la comunidad de Tangalí, perteneciente a la parroquia San José de Quichinche, ubicada a 12 kilómetros al occidente de la ciudad de Otavalo.

La comunidad posee fuentes de aguas minerales, cascadas, ríos, especies de flora y fauna que complementadas con la diversidad cultural de un pueblo kichwa Otavalo hacen de ésta un sector irresistible de visitar; sin embargo, a pesar de su potencialidad hasta el momento el desarrollo de la actividad turística en la zona es escaso, los productos turísticos que actualmente se oferta son deficientes y no capta la atención de una demanda que cada día es más exigente.

El sistema organizativo de la comunidad presenta algunas falencias, existiendo pequeños conflictos que generan discordia entre los habitantes del sector, siendo un limitante para el desarrollo del turismo.

En cuanto a la infraestructura turística existen algunas hospederías comunitarias que brindan alimentación y hospedaje en un ambiente de convivencia familiar, sin embargo la calidad de servicio prestado no es el adecuado por la falta de higiene y salubridad mostrando una imagen negativa del destino, de igual manera la escasa promoción y difusión de los atractivos turísticos no permite que la comunidad se convierta en un destino turístico prometedor de la sierra norte.

La transculturización, o sustitución de sus costumbres y tradiciones por otras diferentes, está afectando especialmente a los jóvenes quienes

de a poco están perdiendo su identidad cultural, poniendo en riesgo el patrimonio intangible de su comunidad.

Por lo tanto, se considera indispensable estructurar estrategias turísticas en base a la aplicación de criterios de economía social solidaria, que permitan a la comunidad desarrollar proyectos encaminados a la consecución de objetivos de desarrollo económico, social y ambiental erradicando de forma total o parcial los problemas antes mencionados y mejorando la calidad de vida de todos los involucrados.

1.3. Formulación del Problema

¿Cuál es la situación de la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí?

1.4. Delimitación

1.4.1. Unidades de Observación

La investigación se desarrolló en la comunidad de Tangalí durante los meses de octubre 2012 a marzo 2014. Se tomaron en cuenta las siguientes unidades de observación: recursos naturales, manifestaciones culturales, estructura organizativa, habitantes de la comunidad y visitantes de la misma.

1.4.2. Delimitación Espacial

El trabajo de investigación se efectuó en el área geográfica perteneciente a la parroquia San José de Quichinche, comunidad de Tangalí.

La comunidad está ubicada a 12 kilómetros al occidente de la ciudad de Otavalo, cuenta con fuentes de aguas termales, cascadas, especies de flora y fauna, complementadas con la diversidad cultural de un pueblo Kichwa Otavalo.

1.4.3. Delimitación Temporal

La investigación se cumplió en el periodo determinado desde el mes de octubre del 2012 al mes de marzo del 2014.

1.5. Objetivos

1.5.1 Objetivo General

- Determinar la situación de la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí.

1.5.2. Objetivos Específicos

- Inventariar los recursos turísticos naturales y culturales existentes en Tangalí.
- Establecer las actividades turísticas que se desarrollan en Tangalí.
- Identificar la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí.

- Diseñar una propuesta alternativa para diversificar la oferta turística de la comunidad de Tangalí.

1.6. Justificación

En la actualidad, el turismo alrededor del mundo constituye una herramienta de desarrollo que muchos colectivos y gobiernos promueven ya que genera beneficios económicos para las localidades que lo practican, no obstante su inconsciente explotación provoca daños irreversibles en los ecosistemas y la cultura, por lo cual se considera prioritaria nuestra contribución, fomentando su cuidado y preservación.

La actividad turística es capaz de dinamizar la economía local, crear conciencia, conservar el patrimonio de la humanidad, tanto en lo natural como en lo cultural, así como incluir poblaciones que por años han carecido de oportunidades haciéndolos participes del desarrollo económico, social y ambiental basado en el manejo óptimo de sus recursos.

El presente trabajo investigativo tendrá un beneficio común, el cual plasmará la necesidad de instituir procesos de reflexión que permitan encontrar soluciones reales a la problemática, evidenciar las potencialidades y debilidades turístico-ambientales detectadas, permitiendo obtener las mejores alternativas de solución fomentando la participación activa de los involucrados, promulgando la equidad y el compromiso de los actores.

El proyecto se enfoca en el análisis de la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí, estudio que conllevará a obtener parámetros e información verídica que permita ofertar un producto turístico competitivo en el mercado actual logrando posicionar y convertir a la comunidad de Tangalí en un destino prometedor y referente de la Sierra Norte del país; de igual manera corresponder a la calidad que hoy en día los turistas se merecen.

Se pretende incentivar los valores culturales y crear conciencia ambiental en la zona, de igual manera estructurar una comunidad organizada y capacitada para la gestión turística que genere empleos en beneficio de la comunidad receptora, ofertando productos turísticos que incentive y satisfaga la demanda, equilibrando la economía local y aportará al buen vivir de los pobladores de la comunidad de Tangalí. A pesar de las dificultades que puedan existir en el transcurso, es necesario efectuar este trabajo investigativo y por lo tanto justifica su aplicación para el beneficio social, turístico y ambiental.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación Teórica

El presente trabajo investigativo constituye un instrumento de gran interés que permitirá dar a conocer a los futuros profesionales en la rama de turismo, empresas públicas-privadas, y público en general fundamentos teóricos sobre el Análisis de la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí, herramienta base que puede esclarecer argumentos acerca del tema.

2.1.1. Turismo

MOLINA, Sergio (1998), en su obra Turismo y Ecología determina que el turismo es:

“Es el conjunto de las relaciones y fenómenos, producidos por el desplazamiento y permanencia de personas, fuera de su lugar de domicilio. También se la considera una actividad de ocio, situación que conlleva un descubrimiento y trae una interacción entre el sujeto y el medio ambiente, además contacto entre los visitantes, y los residentes del país visitado aunque de forma temporal” (P. 19)

El turismo es el desplazamiento que realiza una persona a un lugar distinto de su residencia habitual, por un mínimo de un día y máximo de un año por diferentes motivos descanso, esparcimiento, diversión, salud,

negocios, cualquiera que sea la motivación para viajar, el turismo abarca los servicios y productos creados para satisfacer las necesidades de los turistas.

Toda actividad relacionada con el turismo es una forma más de viajar o conocer determinados sectores dependiendo del poder económico de cada persona. El turismo medio por el cual se logra incrementar las divisas del lugar en donde se desarrolla, y constituye más que una actividad económica, una de consumo donde las facilidades creadas son aquellas que satisface las necesidades del turista.

Los principales tipos de turismo varían en función de las actividades a realizar y del lugar donde se lleven a cabo. Así menciona ZAMORANO, Francisco (2004) en su obra Turismo Alternativo algunos de ellos son:

- a) **Turismo cultural:** es aquel que tiene como motivación el acercamiento al patrimonio del lugar visitado. Tiene como fin conocer las ciudades, museos y monumentos que tengan valor histórico y/o artístico.

- b) **Turismo rural:** se realiza en pequeñas localidades rurales en las que es posible el contacto con la naturaleza. La paz del campo, la flora, la fauna, la belleza de los paisajes y la riqueza cultural de los pueblos son sus grandes atractivos.

- c) **Turismo comunitario:** es toda actividad turística que permite la participación activa de la comunidad desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio natural y valoración

del patrimonio cultural, basados en un principio de equidad en la distribución de los beneficios locales.

- d) **Ecoturismo:** se caracteriza por visitar destinos en los que el principal encanto es la naturaleza, en este turismo destacan los parques nacionales y parques, parajes y reservas naturales.
- e) **Turismo de salud:** está destinado a todos aquellos que deciden viajar para tratar alguna dolencia o para relajarse. Existen distintos tratamientos, como por ejemplo los termales. También existen espacios naturales con propiedades terapéuticas.
- f) **Turismo deportivo y de aventura:** tiene como objetivo principal practicar alguna actividad vinculada al deporte.
- g) **Turismo gastronómico:** se trata de un tipo de turismo en el que los protagonistas son la comida y bebida típicas de un país o de una región.

En los últimos años ha cobrado cierta relevancia el turismo alternativo que busca ampliar la visita de lugares en los que se pueden encontrar recursos naturales, culturales, gastronómicos, étnicos, etc. Todos estos factores son de suma importancia, el turista que visita un destino aumenta su conocimiento, promueve la conservación y preservación del patrimonio.

2.1.1.1. Turismo Comunitario

Partimos de una definición genérica del turismo comunitario, RODRIGUEZ, Arnaldo (1999) en su obra Turismo Comunitario en el Ecuador manifiesta:

“El turismo comunitario es aquella actividad turística en donde el manejo, toma de decisiones, y participación accionaria de dicha actividad está a manos parcial o totalmente de las comunidades asentadas en un área natural apropiada para esta actividad, la comunidad y no individuos particulares reciben un porcentaje importante o la totalidad de los beneficios generados por esta actividad. Las comunidades deberán asumir la responsabilidad de conservar sus recursos culturales y naturales y de proveer servicios apropiados a los visitantes de tal manera que se garantice su satisfacción” (P. 89)

Es necesario distinguir lo que diferencia al turismo comunitario de los otros tipos de turismo y los cuales tienen su misma definición, conceptualización y desarrollo en cada campo.

Por una parte, el turismo comunitario se encuentra regido por sus propios valores y obligaciones que responden a lo colectivo; por otra, sus actores y prácticas se encuentran regidos por los principios de reciprocidad, relaciones de confianza solidarias y cooperación buscando un bienestar común, la afirmación de la identidad cultural y la mejora de las condiciones de vida y trabajo de sus miembros.

Se pueden identificar entonces tres componentes relevantes del turismo comunitario; beneficios locales, participación comunitaria y responsabilidad comunitaria, siendo el más importante la participación de la comunidad en la gestión y administración del proyecto.

El turismo comunitario revitaliza además varios postulados que han sido puntuales del florecimiento y desarrollo de esta actividad estos son:

SUSTENTABILIDAD	Manejo adecuado y sustentable de los recursos culturales y naturales que se ofertan en las diferentes comunidades.
EQUIDAD	La equidad en la distribución de los beneficios generados en las comunidades locales.
SISTEMA ORGANIZACIONAL	La gestión local, para ejecutar programas de desarrollo turístico y ambiental como herramienta de desarrollo comunitario.
RECIPROCIDAD	La puesta en marcha de buenas prácticas, como la generación de empleo local, consumo de productos locales, y mejoramiento de la calidad de vida de los actores.

Tabla 1: Postulados del turismo comunitario.

Fuente: Turismo Comunitario en Ecuador (1999)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Dentro de la visión empresarial, la oferta del turismo comunitario, al contar con atributos de originalidad y autenticidad, posee automáticamente ventajas competitivas en el mercado se sustentan en principios de equidad, reciprocidad y en la identidad comunitaria que fortalece las estructuras democráticas y las prácticas solidarias.

2.1.1.2. Principios del turismo comunitario

Las comunidades del Ecuador han desarrollado en el turismo comunitario principios que guían su proceder cotidiano para la federación

plurinacional de turismo comunitario del Ecuador FEPTCE (2007) en la Guía de Turismo Comunitario determina los principios de la siguiente manera:

En lo ambiental:

“El turismo es un medio para conservar el patrimonio natural, es un factor importante para conservar la diversidad de especies, valora la naturaleza, la cuida y la mantiene, enseña a valorar los recursos naturales, ayuda a concienciar a los visitantes sobre la conservación del patrimonio, cuida la integridad de los recursos naturales, mantiene el control del territorio, apoya la no extracción del patrimonio natural, contribuye a mantener la diversidad agrícola de los territorios.” (P. 70)

En lo cultural: “Reivindica la identidad, mantiene el idioma, la forma de alimentación, vestimenta y costumbres ancestrales, revaloriza la cultura, determina la vida en convivencia intercultural, revaloriza las prácticas, costumbres y saberes tradicionales, muestra y reafirma el carácter pluricultural del Ecuador.”(P.70)

En lo social: “Promueve la práctica de los derechos colectivos, demuestra que no son pueblos subdesarrollados sino en vías de desarrollo, ayuda a lograr el desarrollo social de la comunidad, fortalece el nivel organizativo, mejora las condiciones de vida de los comuneros, evita

la migración, fortalece la autoestima, promueve la solidaridad, cooperación y respeto a la vida.” (P. 71)

En lo económico: “Existen nuevas fuentes de trabajo, se generan ingresos económicos, da a conocer a cada una de las comunidades a nivel nacional e internacional, diversifica las actividades productivas de las comunidades, ayuda a la reinversión de los beneficios económicos en educación, salud, servicios básicos.”(P. 72)

El turismo comunitario aparece como una nueva alternativa económica para el sector agropecuario, siendo complemento del mismo, sin dejar de lado la actividad principal. Una de las principales motivaciones para impulsar este tipo de turismo en nuestro país son las características propias que presenta el medio para la oferta de servicios turísticos únicos y variados que salen de lo tradicional.

Cuando se habla de un producto turísticos e inicia con una caracterización de ubicación que contenga toda la información geográfica, formas de acceso que permitan localizar la operación turística, características de los atractivos naturales y culturales, posibilidades de hacer turismo y los servicios y facilidades con los que cuenta. El producto turístico comunitario del Ecuador cuenta con algunos sitios que tienen estas características y por tanto le permiten competir de igual a igual con las ofertas actuales del mercado.

El turismo comunitario requiere organización y capacitación, no es fácil ofrecer alojamiento, alimentación y actividades culturales y

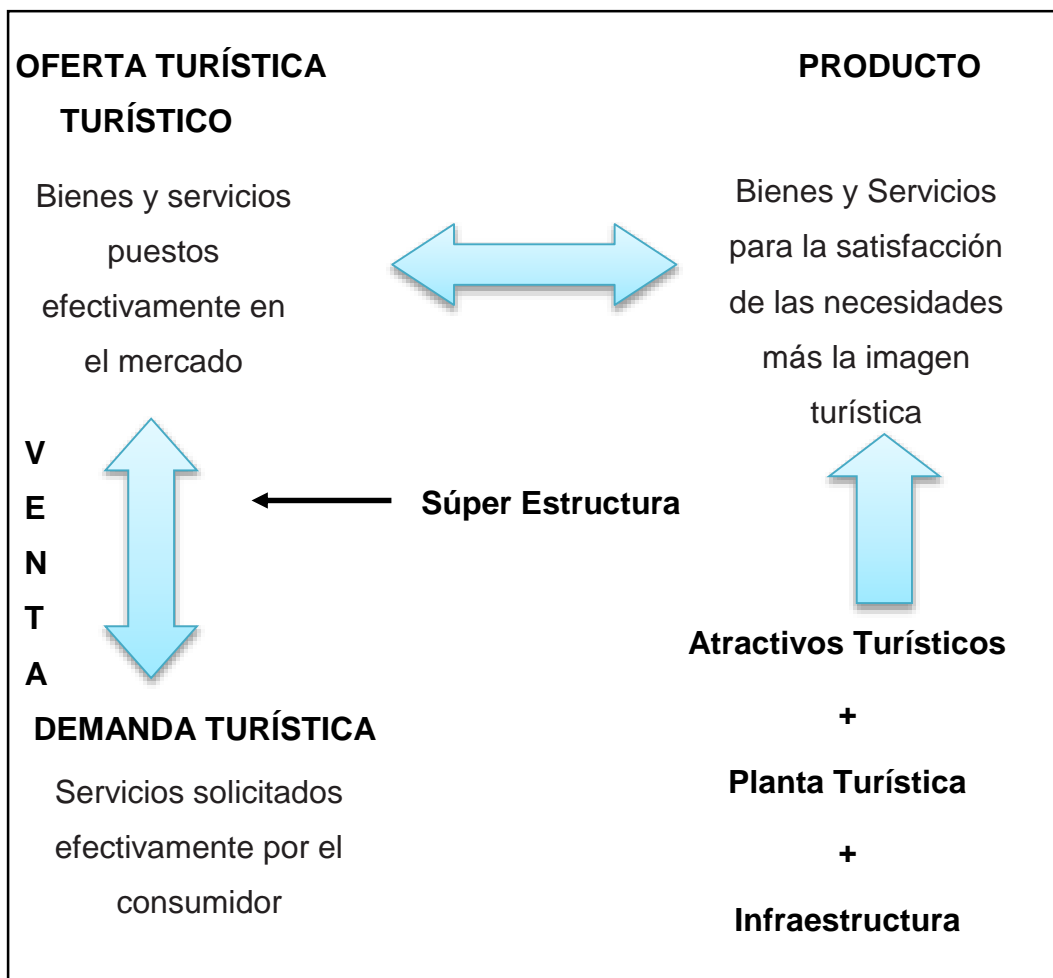
ambientales a visitantes, para que todo ello sea posible debe producirse y sostenerse una apropiación de los recursos culturales y medioambientales que sirven de base a la actividad turística comunitaria.

2.1.2. Sistema Turístico

Para el Ministerio de Turismo (2005) en su Plan Estratégico de Turismo define:

“El Sistema Turístico constituye una disposición de todos los elementos necesarios e indispensables que se consideran precisos para que tengan lugar la actividad turística, no es un planteamiento teórico o fundamentos técnicos sino el resultado de años de estudio, análisis y experiencias turísticas que ciertas empresas turísticas han llevado a cabo en la prestación de servicios turísticos” (P. 39)

El sistema turístico es el conjunto de elementos que se interrelacionan y evolucionan dinámicamente, comprende elementos básicos como la oferta, demanda, producto turístico, entre otros factores que permiten la creación de actividades y servicios turísticos que se ofrecen al visitante para satisfacer sus necesidades.



Cuadro 1: Elementos del sistema turístico.
Fuente: Plan Estratégico de Turismo 2013.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

En el cuadro se presenta los elementos del sistema turístico, en el lado izquierdo se registra el punto de partida del funcionamiento del sistema el cual se origina en el encuentro de la oferta con la demanda turística a través de la venta del llamado producto turístico que está conformado por los atractivos, la planta y la infraestructura turística, en el centro del diagrama está representada la súper estructura cuya función es controlar la eficiencia del sistema, vigilando el funcionamiento y la interrelación de las partes.

2.1.2.1. Elementos del sistema turístico

El sistema turístico está conformado por elementos que se relacionan entre si y dan lugar a la actividad turística ellos son:

2.1.2.2. Demanda turística

Para la Organización Mundial del Turismo (2007) en la obra Introducción al Turismo define a la demanda como:

“La necesidad que se genera por los individuos de disfrutar de la experiencia de estar en otros lugares formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos que satisfaga las necesidades de esparcimiento, ocio, educación, negocios etc.”(P. 48)

La demanda turística opera en el contexto de un mercado en el que intervienen diversos operadores de turismo ofreciendo determinados productos y servicios, y que supone además la existencia de un conjunto de espacios geográficos y lugares donde se realizan estos servicios.

La cantidad de un artículo o servicio que un individuo desea depende del precio de dicho servicio, de los ingresos monetarios de la persona, de los precios de otros servicios similares y de los gustos del individuo. La demanda del mercado depende entonces de todos los factores que determinan la demanda individual de ese servicio y además, del número de compradores o consumidores de ese servicio o producto en el mercado.

Cuando aumenta el ingreso monetario de las personas, generalmente aumenta su demanda de una serie de productos y servicios y cuando ese incremento de sus ingresos se hace estable y duradero en el tiempo, el individuo tiende a destinar crecientes sumas de esos ingresos al tiempo libre o entretenimiento.

FAYOS, Eduardo (1998) en su obra Nueva era del Turismo hace referencia a las características de la demanda determinándola como demanda elástica, demanda sensible y demanda condicionada, la presente tabla detalla las características de cada demanda.

<p>DEMANDA ELÁSTICA</p>	<p>La demanda es muy elástica a los cambios económicos del mercado, ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de consumidores.</p>
<p>DEMANDA SENSIBLE</p>	<p>La demanda adquiere sensibilidad a las condiciones socio-políticas de los países. La inestabilidad socio-política como huelgas, guerras, desórdenes inhibe a los turistas a visitar un determinado lugar.</p>
<p>DEMANDA CONDICIONADA</p>	<p>En ocasiones se producen desajustes que actúan de modo perjudicial sobre la demanda y la oferta. Las causas derivan de factores climáticos como de otros más o menos influenciados, tradición, política, carreteras.</p>

Tabla 2: Características de la demanda.
Fuente: Nueva Era del Turismo. (1998)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Dentro del sistema turístico la demanda se concibe de varias formas: se refiere al total de turistas que concurren a un destino turístico y al ingreso económico que estas visitas generan, de igual manera los servicios solicitados efectivamente por el consumidor deben estar acordes a las necesidades del turista.

Para determinar la demanda o afluencia de turistas de una determinada zona se utiliza estadísticas que han sido recopiladas a lo largo de un periodo determinado, las cuales son proyectadas durante el tiempo que la empresa esté en funcionamiento para proyectar estadísticas confiables y coherentes de se analiza los tipos de demanda que son expuestas en la siguiente tabla.

DEMANDA HISTÓRICA	DEMANDA FUTURA	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA OBJETIVO
Demanda registrada por estadísticas en un periodo determinado, cuyos datos pertenecen a levantamiento real.	Demanda proyectada con base a la tendencia general mostrada por los datos históricos.	Demanda que podría ser captada por encima de la demanda futura, habilitando instrumentos de mayor captación.	Es la parte de la demanda potencial que ha sido prefijada para ser captada en un periodo determinado.

Tabla 3: Tipos de demanda.
Fuente: Nueva Era del Turismo. (1998)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

HERNÁNDEZ, Edgar (2011) en su libro Proyectos Turísticos establece:

“La demanda, en el aspecto cuantitativo, normalmente se fija cuando se trata de proyectos situados en áreas turísticamente desarrolladas a base de la demanda futura, o sea, mediante proyecciones. En cambio en sitios nuevos es imprescindible recurrir a la demanda potencial y a partir de ella a la demanda objetivo” (P.58)

Los turistas forman la demanda turística y tras este término se encuentra un grupo de personas con personalidades e intereses varios con diferentes características socio demográficos, motivaciones y experiencias.

Por ello, son varias las clasificaciones que existen dentro de la demanda turística y todas ellas son de gran interés ya que, a través de la identificación de los modelos de demanda, se busca que facilite la elaboración de estadísticas, formular adecuadas estrategias de marketing y realizar una amplia exposición de la demanda en el sistema turístico.

Las formas y estilos de vida y los atributos individuales de las personas actitudes, percepciones, personalidad, experiencias y motivaciones, dan lugar a diferentes tipos de turistas que HERNÁNDEZ, Edgar (2010) clasifica en cuatro grandes grupos:

1. El turista de masas organizado: tiene poco contacto con la cultura local y busca mantener su entorno habitual en el destino de vacaciones.

2. El turista de masas individual: similar al anterior, aunque con un poco más de flexibilidad en sus decisiones.
3. El explorador: organiza su viaje independientemente, aunque buscando transporte y alojamiento confortable, abandona el entorno habitual pero de vez en cuando vuelve a él.
4. El impulsivo: no tiene ningún contacto con la industria turística, intenta abandonar su entorno de siempre, no tiene itinerario fijo y tiene contacto con las culturas que visita.

La demanda turística está muy relacionada con la edad del individuo ya que cada edad se caracteriza por una serie de preocupaciones, actividades, intereses e inquietudes, que dan forma al tipo de vacaciones elegido por cada grupo.

2.1.2.3. Oferta turística

VALLS, Joel (2003) en su obra Claves del Mercado Turístico define:

“Oferta turística es el conjunto de productos y servicios turísticos que tiene un núcleo turístico basado en sus recursos e infraestructura. Esta expresión no refleja exclusivamente los servicios de naturaleza turística dispuestos para la venta, sino que también abarca el conjunto de actividades vinculadas a la prestación de servicios” (P. 93)

Para explicar el turismo en toda su extensión, no podemos limitarnos al análisis de la demanda, es necesario ver el otro lado y delimitar conceptualmente la oferta turística, ésta se define como un conjunto de productos turísticos y servicios puestos a disposición del usuario turístico en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

En un destino turístico, la oferta puesta a disposición de la demanda constituye algo más que la simple suma de los productos turísticos que contiene, representa un todo integrado por estos productos, hay que tener en cuenta, además, que la oferta turística puede recibir un uso no turístico por parte de los residentes o de los visitantes no relacionados con la actividad turística.

La Organización Mundial del Turismo (2007) en su obra Introducción al Turismo hace una referente aclaración en cuanto a la oferta turística y determina:

“Precisar qué se entiende concretamente por oferta turística no es tan sencillo como parece; las agencias de viajes, compañías de transporte e incluso empresas y organismos promotores del turismo no son parte integrante de la oferta, en realidad, son operadores del mercado encargados de la comercialización turística, es decir, de poner en contacto oferta y demanda y no producen los bienes y servicios turísticos últimos consumidos por los turistas.”(P. 53)

Si bien es cierto los operadores del mercado no forman parte de la oferta, ellos no producen bienes ni servicios, sin embargo, su funcionamiento es indispensable en el sistema turístico cumpliendo un objetivo primordial ofertar un producto a los posibles compradores (demanda).

Se acostumbra a distinguir entre oferta básica, orientada a la prestación de servicios de alojamiento (establecimientos hoteleros, campamentos turísticos y apartamentos, etc.), transporte, alimentación, y oferta complementaria, constituidas por diversas actividades directa o indirectamente vinculadas al sector (oferta comercial, cultural, recreativa o deportiva).

a) Oferta turística básica

En la actualidad, se pueden identificar algunos subsectores que constituyen el núcleo central de la oferta turística. Para el presente análisis VALLS, Joel (2003) en su libro Claves del Mercado Turístico agrupa a la oferta turística básica en tres grupos alojamiento, alimentos y bebidas y transporte mismos que se detallan a continuación:

ESTABLECIMIENTOS	DESCRIPCIÓN	TIPOLOGÍA
Alojamiento	Lugares dedicados de modo habitual, a proporcionar alojamiento con o sin otros servicios complementarios.	Hoteles, hostales, residenciales, cabañas, pensiones, hospedajes comunitarios.
Alimentos y Bebidas	Aquellos establecimientos que mediante precio, brindan un servicio de alimentación y bebidas a las personas.	Restaurantes, cafeterías, bares, fuentes de soda y peñas.
Trasporte	Medios que cumplen la función de acercamiento de la demanda al lugar del destino donde se encuentra la oferta.	Terrestre, fluvial, marítimo aéreo.

Tabla 4: Oferta turística básica.

Fuente: Claves del Mercado Turístico. (2003)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

b) Oferta turística complementaria

La oferta turística complementaria esta comprendida por diversas empresas vinculadas al sector turístico VALLS, Joel en su obra Claves del Mercado Turístico establece que:

“Son establecimientos que permiten la ejecución de actividades de carácter turístico, sin pertenecer a la clasificación anterior. Dentro de ellas se encuentran las

agencias de viajes, empresas de banquetes y eventos, museos, parques y reservas ecológicas, complejos turísticos, entre otros establecimientos que ofrecen distintas actividades para el disfrute del turista” (P.102)

La tabla puntualiza las actividades de carácter turístico de empresas que forman parte de la oferta turística complementaria.

Agencias de Viajes	Dedicadas elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes con el objetivo de poner los bienes y servicios turísticos.
Empresas de Banquetes y Eventos	Encargadas de organización de eventos sociales con la misión de calidad total en la atención y el servicio a los clientes, brindando servicios llenos de estilo.
Museos	Institución al servicio de la sociedad y su desarrollo, investiga, comunica y exhibe, con propósitos de estudio, educación y deleite colecciones de valor cultural.
Parques y Reservas Ecológicas	Áreas importancia para la vida silvestre, con diversidad de flora y fauna, rasgos geológicos de especial interés protegida con fines de conservación y de proveer oportunidades de investigación y de educación.
Complejos Turísticos	Diseñado para actividades turísticas orientadas a la relajación y diversión, especialmente durante

	las vacaciones, con actividades de ocio.
--	--

Tabla 5: Oferta turística complementaria.
Fuente: Claves del Mercado Turístico. (2003)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Al ser el turismo esencialmente servicios éstos tienen la característica de ser intangibles no se pueden tocar, medir o sentir. Debe haber un desplazamiento físico del consumidor hacia el sitio donde se realiza la actividad turística y de igual manera el consumidor participa directamente para la generación y producción del servicio.

Así como el incremento del turismo ha sido propiciado en gran medida por el desarrollo de la oferta turística básica y complementaria, en sentido inverso, la creciente demanda turística ha sido, la que ha potenciado el desarrollo de los servicios turísticos y la mejora en la calidad de los mismos.

Efectivamente, la oferta turística ha tenido que adaptarse a una demanda cada vez más exigente y sofisticada, que busca buenos precios y calidad no sólo hasta el destino elegido, sino también dentro del mismo. En este sentido, el turismo ha favorecido al desarrollo de servicios de carácter turístico dentro de los propios destinos.

2.1.3. Producto Turístico

GONZALES, Pedro (2010) en su obra El Producto Turístico define a éste como:

“Conjunto de elementos tangibles e intangibles diseñados para satisfacer las necesidades y

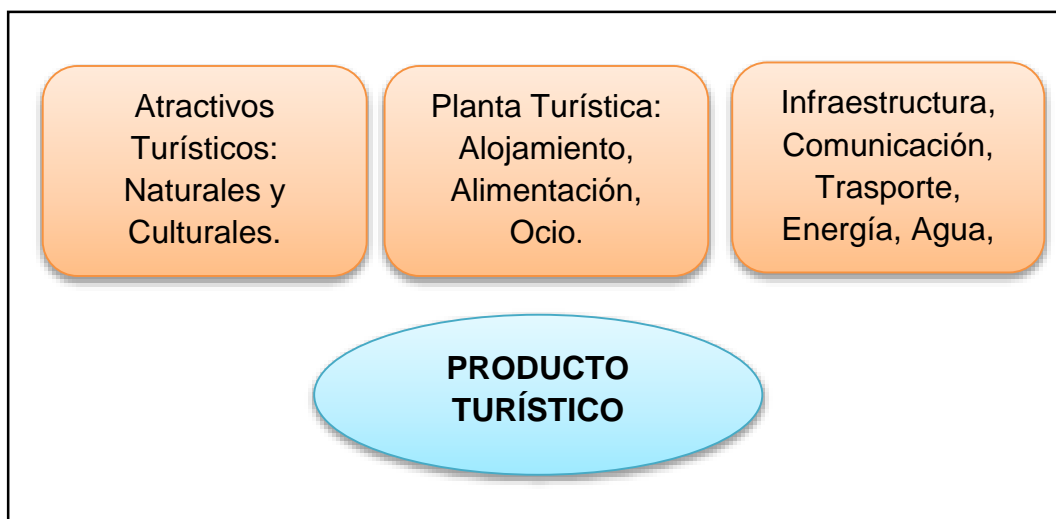
expectativas del consumidor, que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de turistas, porque satisfacen sus expectativas relacionadas con su tiempo libre.” (P. 3)

El producto turístico está formado por bienes y servicios que integran la oferta turística en una zona receptiva, y que se espera cubra suficientemente las necesidades vacacionales y de ocio del comprador, éste debe tener ciertas características como:

- Estar ligado a un territorio que tiene un atractivo accesible.
- Tiene que cubrir las expectativas, necesidades de los turistas y proporcionarle una experiencia.
- Tiene un precio.
- El producto se produce en el mismo momento de su consumo.

2.1.3.1. Elementos del producto turístico

GONZALES, Pedro (2010) en su obra El Producto Turístico establece tres elementos constitutivos del producto turístico: los atractivos turísticos, la planta turística y la infraestructura que da acceso al lugar.



Cuadro 2: Elementos del producto turístico.

Fuente: Producto Turístico 2010.

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

1. Atractivos Turísticos

“Encargados de generar atracción hacia el lugar de destino compuestos por elementos naturales, como la topografía, la flora, la fauna, el clima o el paisaje; y aquellos de naturaleza humana, como las manifestaciones culturales locales y las atracciones hechas y gestionadas por el hombre.” (P.5)

2. Planta Turística

“Conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turísticos creados para brindar asistencia a los turistas. Comprende alojamiento, alimentación, ocio, información y señalamiento turístico.” (P. 6)

3. Infraestructura

“Es el conjunto de servicios básicos que posee la población, es fundamental el diagnóstico de infraestructura y equipamiento para conocer las capacidades existentes en el área conformada por: transporte, comunicación, agua, energía, sanidad” (P.6-7)

En definitiva un producto turístico es un complejo proceso que trata de ofrecer a los potenciales clientes la posibilidad de cambiar sus expectativas de tiempo libre y ocio a partir del disfrute de los recursos de un territorio, tanto tangibles como intangibles, mediante la prestación organizada de una serie de servicios a cambio de un precio.

Una de las características del turismo es que, al igual que en muchos de los servicios, el cliente participa en la producción del propio servicio, esta participación contribuye decisivamente en la valoración final de la experiencia turística e interactúa con diversos elementos vinculados al producto turístico, como son el medio, otros turistas, los proveedores y la población local, que influyen en el desarrollo de la experiencia turística.

Una consideración importante es la relación que establece el turista con el medio, y que adquiere especial relevancia en los desplazamientos a lugares de especial interés natural o ecológico. Como señala BORDÓN, Elena (2001) Revista de Estudios Turísticos.

“La preocupación por el entorno turístico, ya sea natural o artificial, va de la mano con la noción de turismo sostenible, que implica un adecuado equilibrio entre crecimiento económico y calidad medioambiental, el elemento interactivo tiene una especial importancia, desde el punto de vista del cliente, en la composición del producto turístico” (P.15)

El producto turístico requiere de condiciones propicias para poder ser ofertado y consumido por los clientes. En este sentido, se hace preciso contar con un entorno factible elemento básico para que el cliente decida

adquirir un producto que garantice disfrutar de libertades, y que permita la convivencia con el entorno bajo regímenes que toleren el desarrollo de actividades turísticas diversas en el lugar de visita.

2.1.4. Metodología de Inventario Turístico

El Ministerio de Turismo (2004) en su Manual de Formulación para Inventarios de Recursos Turísticos hace la referencia al siguiente concepto.

“El inventario constituye un registro integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional” (P.12)

Un inventario constituye un instrumento de gestión que debe ser mejorado de manera constante, y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisión en las múltiples instancias del desarrollo turístico, el procesamiento de la información para el inventario es un trabajo permanente y debe ser actualizado.

Todo inventario debe tener características fundamentales:

Debe constituir un reflejo fiel de la realidad de los recursos turísticos, indicando la información técnica y la situación en que se encuentran, porque a partir de este instrumento se puede propiciar el acondicionamiento necesario que permita el desarrollo turístico.

Debe de ser claro, abierto y dinámico; permitiendo la actualización periódica de todas las variaciones que se experimentan en los recursos turísticos.

2.1.4.1. Objetivos del inventario turístico

1. Conocer de manera real, sistemática y ordenada los recursos turísticos del país, a fin de que sirva de base para el desarrollo de políticas y planes sectoriales.
2. Contar con una herramienta de trabajo indispensable para la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico, a fin que motiven la inversión pública y privada.
3. Satisfacer las demandas de información requeridas del sector público, privado y usuarios en general, con el propósito de lograr el mejor aprovechamiento de la base de datos.
4. Propiciar el desarrollo de productos turísticos y la integración de los mismos, en base a la información del Inventario.

Antes de iniciar el trabajo del inventario es importante y necesario definir el ámbito territorial o área de estudio. La realización de un inventario turístico logra uniformidad en criterios a emplear para la ordenación, clasificación y evaluación del potencial turístico del lugar.

De igual forma brinda información a los organismos sobre la situación actual de los recursos ya que, constituye un instrumento idóneo para la elaboración de planes y programas de desarrollo de la actividad turística.

2.1.4.2. Esquema metodológico

El manual de formulación para inventarios de recursos turísticos propone dos fases de trabajo detalladas:

Fase I: Ordenar y clasificar los lugares, objetos, acontecimientos y otros de interés turístico de los recursos turísticos del país, región o área determinada. Proceso que se refiere a la recopilación de información, ordenamiento y clasificación de los datos.

Fase II: Evaluación y jerarquización de los recursos turísticos, que comprende el proceso de ponderación de los recursos, con el fin de determinar su grado de importancia.

2.1.4.3. Etapas de desarrollo del inventario

La metodología a utilizar, corresponde a un sistema de fichas con los datos de cada recurso turístico la fase I se realiza en cinco etapas:

Primera etapa.-

Se define las categorías, tipos, subtipos y elementos de información a incluir para cada recurso turístico detallando las características del sitio natural o cultural.

CATEGORÍA	TIPOS	SUBTIPOS	CARACTERÍSTICAS
SITIOS NATURA	Montañas	Cordilleras, altiplanos, mesetas, cerros.	Altura, morfología, clima, vegetación, fauna, tipo de erosión.

	Planicies	Desiertos, llanuras, pampas, salinas, dunas.	Región natural, clima, morfología, superficie, vegetación, fauna.
	Cuerpos de Agua	Lagos, lagunas, pantanos, oasis.	Región natural, clima, profundidad.
	Ríos		Calidad de agua, flora, fauna, poblados cercanos.
	Costas	Islas, penínsulas, playas, esteros.	Clima, temperatura, fauna, vegetación, morfología.
	Aguas Minero Medicinales	Aguas termales y no termales, lodos	Calidad y propiedad del agua, caudales, paisaje.
	Fenómenos Espeleológicos	Cavernas, grutas, cuevas.	Dimensiones, flora, fauna, formación de depósitos.
	Áreas Protegidas	Parques, reservas, bosques.	Ubicación, extensión, sitios de interés, flora y fauna.

Tabla 6: Sitios naturales y tipos.

Fuente: Metodología para Inventarios Turísticos. (2004)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

CATEGORÍA	TIPOS	SUBTIPOS	CARACTERÍSTICAS
MANIFESTACIONES	Museos		Colección, piezas, estado de conservación.
		Iglesias, conventos,	Descripción, fachada, construcción,

	Arquitectura y Espacios Urbanos	capillas, teatros, bibliotecas, plazas, parques, puertos, barrios.	componentes decorativos, bienes muebles, patrimonios declarados, datos históricos.
	Lugares Históricos	Barrios, edificaciones, campos de batalla, estación ferroviaria.	Fecha de construcción, conservación, datos históricos, elementos formales y estéticos, interés turístico.
	Sitios Arqueológicos	Templos, cementerios, pinturas, esculturas.	Fecha de construcción, cultura, conservación, datos históricos, interés turístico
	Pueblos	Pueblos artesanales, tradicionales, históricos.	Fechas de fundación, elementos estéticos, interés turístico, estado de conservación.

Tabla 7: Manifestaciones culturales y tipos.

Fuente: Metodología para Inventarios Turísticos. (2004)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

CATEGORÍA	TIPOS	SUBTIPOS	CARACTERÍSTICAS
FOLCLORE	Creencias populares	Cuentos, costumbres, mitos, leyendas, tradiciones.	Descripción de la ceremonia, lugar y fecha, duración, sucesos.
	Ferias y Mercados	Mercados y ferias artesanales.	Descripción, lugar y fecha, duración, descripción de

			productos.
	Música y Danza.		Tipo de música, rasgos relevantes, interés turístico.
	Artesanías	Alfarería, cerámica, cuero, metal, papel, piedra, tejidos.	Lugar de producción, tipo y calidad de producto.
	Gastronomía	Platos, dulces y bebidas típicas.	Lugar de producción, tipo y calidad de producto

Tabla 8: Folclore y tipos.

Fuente: Metodología para Inventarios Turísticos. (2004)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

El Folclore es una manifestación cultural, sin embargo, por su representatividad e importancia para nuestro país, se ha considerado conveniente que éste constituya otra categoría, pero se puede anexar la información como manifestación cultural.

Segunda etapa.-

Recopilación de información secundaria, donde se consideran datos remitidos por los gobiernos locales y regionales, e información de organismos técnicos.

Tercera etapa.-

Consiste en la identificación in situ (trabajo de campo) de los recursos turísticos, tipos de medios de acceso y facilidades turísticas, para su reconocimiento. También se llevarán a cabo entrevistas necesarias con representantes de la comunidad local, conocedores de sus recursos turísticos, en esta etapa es importante apoyarse en todos los medios disponibles (videos, fotografías, mapas,

El registro de información se realiza mediante el llenado de fichas, en donde se indicará claramente lo siguiente:

- Nombre
- Ubicación geográfica del recurso turístico.
- Categoría, tipo y sub-tipo.
- Descripción.
- Estado actual.
- Actividades actuales dentro del recurso turístico.
- Servicios actuales dentro y fuera del recurso turístico.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo:		
Fotografía:		
Categoría:	Tipo:	Sub Tipo:
Altura:	Latitud:	Longitud:
Estado de Conservación:	Temperatura:	Accesibilidad:
VALOR INTRÍNSECO	DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
VALOR EXTRÍNSECO		

Tabla 9: Ficha de inventario de atractivos turísticos.
Fuente: Metodología para Inventarios Turísticos. (2004)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Cuarta etapa.-

Se procesa la información recopilada en una base de datos realizando la clasificación y ordenamiento de los recursos, de acuerdo a la categoría, tipo y/o sub tipo, que le corresponde a cada uno.

Para un mejor manejo del inventario, se establece la agrupación de cinco categorías de recursos turísticos, teniendo en cuenta las características propias del potencial turístico.

1. Sitios naturales; esta categoría agrupa a diversas áreas naturales que por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico.
2. Manifestaciones culturales; se consideran las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales, tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros.
3. Folclore; es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, etc., del país, región y/o pueblo determinado.
4. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas; comprenden aquellas obras actuales pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico.
5. Acontecimientos programados; categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

Quinta etapa.-

Se elabora un informe preliminar que abarca el diagnóstico y resumen de los principales recursos turísticos. Cabe mencionar la importancia de contar con un programa de capacitación que permita una adecuada

aplicación del manual de inventario de recursos turísticos, y contar con personal calificado para correcta formulación del inventario.

2.1.5. Tecnologías de Información en el Desarrollo del Turismo.

El desarrollo tecnológico implica la introducción en el mercado de productos, procesos y servicios, con ventajas innovadoras en tecnología. Las empresas deben aprovechar y utilizar estas innovaciones para ser competitivas dentro de un mercado cada vez más especializado y en continua evolución.

Para poder satisfacer las necesidades de los potenciales clientes, las empresas tienen que recurrir a los avances tecnológicos que se produzcan en todos los campos relacionados con el contacto entre el cliente y la empresa: desde los ordenadores y el software necesarios para identificar la demanda, hasta los productos más innovadores y sofisticados que permitan obtener una mayor satisfacción del cliente.

Una vez que la organización ha fijado los objetivos y ha seleccionado las estrategias más adecuadas para su consecución, se debe establecer el presupuesto de marketing y la asignación del mismo a las diferentes herramientas que lo componen.

KOTLER (2000) en su obra Marketing Mix determina lo siguiente “marketing es el conjunto de herramientas que utilizan las empresas para conseguir sus objetivos comerciales con relación a un público”. (P.58)

En definitiva, la organización busca conectar e influir en su público objetivo para que éste adquiera su producto y, para ello, entran en juego una serie de factores que la empresa utiliza para influenciar la respuesta del consumidor y son verdaderas herramientas para el desarrollo de destinos turísticos.

El producto turístico es producido y consumido al mismo tiempo, en la experiencia turística también existen canales de distribución, ya que previamente al consumo, el producto turístico debe estar disponible y debe ser accesible para el consumidor.

COOPER (2005) en su obra Ventajas Competitivas del Turismo señala:

“La actividad turística implica el acto de compra, el viaje, y la participación del consumidor en los procesos de producción y consumo. Por lo tanto, las técnicas de venta y el entorno en la que ésta se produce también forman parte de la experiencia turística.”(P. 23)

Debido a que los servicios no pueden ser almacenados para su consumo posterior, la distribución en las estrategias de marketing adquiere un papel especialmente importante para hacer llegar el producto al segmento adecuado, en el momento adecuado.

La estrategia de distribución debe ser coherente, ya que el canal de distribución elegido determinará los segmentos a los que se va a llegar, influirá en la imagen del destino, implicará compromisos y costes.

La información-comunicación, tiene un papel absolutamente definitivo, ya que en el acto de la venta del producto turístico se manejan principalmente promesas debido a la intangibilidad del producto turístico. Por lo tanto, es necesario transmitir una imagen favorable o positiva de los productos turísticos que se ofrecen a los consumidores potenciales en sus regiones de origen.

La revolución tecnológica presente en la industria turística alcanza distintos componentes como son las telecomunicaciones, equipos multimedia, teleconferencias, video tecnología interactiva, sistemas computarizados de reservas, sistemas informativos de gestión, redes informáticas, entre otros.

El uso de medios tecnológicos ha causado impactos significativos en las empresas turísticas que han optado por acceder a esta herramienta, el siguiente cuadro resume algunas de las ventajas del uso de tecnologías.

Perfecciona la información	77%
Mejora la comunicación externa	65%
Mejora las expectativas de gestión	65%
Perfecciona el proceso de toma de decisiones	69%

Tabla 10: Ventajas de la tecnología.
Fuente: Tecnología, Ventaja Competitiva. (2010)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

El internet constituye una herramienta de información utilizado a nivel mundial CHÍAS, Julliet (2007) en su libro Oferta Turística y Nuevas Tecnologías determina:

“Internet constituye una fuente de recursos de información y conocimiento compartidos a escala mundial. Es un conjunto de ordenadores conectados entre sí que permite a éstos comunicarse de forma

directa y transparente, compartiendo información y servicios a lo largo de la mayor parte del mundo”. (P. 21)

El internet es un fenómeno que puede revolucionar la industria del viaje, ya que permite a todos los usuarios, sin necesidad de intermediación, acceder a información y realizarlas reservas. Supone un medio de promoción y distribución para empresas y destinos, es una herramienta de muy bajo costo en relación con otros medios.

Varias organizaciones dedicadas al turismo han aprovechado este nuevo método de comercialización para presentar sus productos y ofrecer un método simplificado para desarrollar y adecuar sus actividades turísticas, permitiendo que los clientes obtengan productos y servicios en línea, 24 horas al día, 7 días a la semana.

La red ofrece además una serie de aplicaciones y herramientas básicas que permiten realizar operaciones complementarias y estas son:

E-Mail	A través del cual se pueden enviar mensajes escritos y otro tipo de información a otras personas que tengan dirección e- mail.
Gopher	Herramienta para encontrar información en internet.
World Wide Web (www)	Red que sirve para sistematizar y simplificar el acceso a la información.

Tabla 11: Operaciones complementarias del internet.
Fuente: Oferta Turística y Nuevas Tecnologías. (2007)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Generalmente, el destino es la razón de ser del viaje. Los turistas viajan a un destino en concreto y allí consumen los distintos servicios de alojamiento, restauración, transporte y actividades que oferte el sector.

Debido a la importancia del destino, resulta lógico que se utilicen las tecnologías como recurso para una mejor gestión de la zona turística, además de utilizarlos como forma de promoción del producto donde se muestra las características de la zona turística, información, rutas con mapas, fotografías, videos, y la historia, las costumbres, la cultura y las tradiciones del destino, entre otra información.

Todo ello ocasiona un esfuerzo importante para las empresas turísticas, aunque la innovación tecnológica supone un desembolso económico para las compañías éste debe ser enfocado como una inversión y una mejora de producto, a la vez que un aumento de la calidad, supone una inversión en formación de empleados para que se adapten a los nuevos métodos de trabajo y a las mejoras tecnológicas, para que puedan ser implementadas.

2.1.6. Comunidad de Tangalí

2.1.6.1. Entorno físico

2.1.6.1.1. Ubicación geográfica

La comunidad de Tangalí se encuentra localizada a 12km de la ciudad de Otavalo vía a Selva Alegre, es un hogar de la etnia indígena Kichwa Otavalo que pertenece a la parroquia de San José de Quichinche, provincia de Imbabura a una altura de 2725 msnm, con una temperatura promedio de 12°C.

Sus límites son: Norte: comunidad de Selva Alegre, Sur: ciudad de Ibarra, Este: ciudad de Cotacachi, Oeste: ciudad de Otavalo. (Véase anexo 1).

2.1.6.1.2. Climatología

En el centro poblado de la comunidad de Tangalí la temperatura media anual oscila entre 12° y 15° C. Los meses de lluvia van de octubre a mayo. Los meses más secos van de junio a septiembre.

El clima es templado – seco, corresponde en la clasificación de zonas de vida a bosque muy húmedo montano y bosque seco montano bajo. En cambio en las comunidades ubicadas en cotas más altas, la temperatura media anual va de 12° a 10°C y las precipitaciones oscilan entre 1000 y 1200 mm anuales.

2.1.6.1.3. Edafología

En general los suelos de la zona varían de arcillosos a arenosos, en su mayoría son fértiles y provienen de sedimentos aluviales con pH neutros a ligeramente ácidos, pero hay que considerar que son susceptibles a la erosión no solo por sus características físicas sino también por la presencia de numerosos sistemas de micro cuencas que forman la cuenca del río Blanco, lo que les convierten en suelos frágiles, por su topografía.

2.1.6.1.4. Diversidad biológica

La zona se caracteriza por tener una belleza natural única con paisajes geográficos destacados como en el nudo de Mojanda, con las lomas de alto Sigsicunga, Pisabo, Cambugan, Cuchicorral, a lo largo de Gualsaqui, Cumbas, Achupallas se encuentran numerosas y profundas

quebradas o grietas, hacia el occidente en la zona de páramo se inician las cuencas hidrográficas que conducen el agua hacia la zona costera.

2.1.6.2. Entorno social y cultural

2.1.6.2.1. Historia

La comunidad de Tangalí estaba habitada en sus inicios por la confederación de Caranquis-Cayapas que fueron perdiendo sus características originales por la conquista de los incas. En la invasión española esta tierra fue poblada por los blancos, conociendo lo benigno del clima y la producción de los suelos se quedaron a vivir apoderándose de todas las tierras productivas, sometiendo a los indígenas a una esclavitud y explotación con las encomiendas y obrajes.

El terremoto del 16 de agosto de 1868, devastó la zona matando a más de 50 indígenas de las comunidades y en las haciendas donde trabajaban, las comunidades que hoy en día existen se originaron con los trabajadores sobrevivientes del terremoto, éstos se asentaron a lo largo de la vía Intag en terrenos poco productivos y accidentados.

Con las diferentes luchas reivindicativas de los pueblos indígenas, los habitantes fueron comprando y adquiriendo pequeñas extensiones de terreno cultivable, como es el caso de Tangalí, Agualongo y Panecillo.

2.1.6.2.2. Población

Actualmente la comunidad de Tangalí está habitada por 85 familias kichwa- Otavalo cada una de ellas conformada por 3 a 4 integrantes en un total de 93 individuos. El 96.60 % de la población total son Kichwa y un 4.40% mestizos.

2.1.6.2.3. Educación

La educación en la comunidad es considerada como deficiente y no se encuentra al mismo nivel de las ciudades por las condiciones propias de su ubicación geográfica que sumadas la desatención del gobierno no permiten elevar el nivel calidad de formación.

La parroquia cuenta con 2 centros educativos, la zona pese a que su actividad fundamental es la agrícola, no existe un colegio técnico agropecuario, sin embargo, los estudiantes son enviados a colegios aledaños a la comunidad es decir a la ciudad de Otavalo.

2.1.6.2.4. Idioma

Se habla generalmente el idioma materno que es el kichwa; entre la gente de la comunidades, hacia fueran hablan también el castellano, que de acuerdo al contacto que han tenido con la población mestiza el idioma es mejor pronunciado.

El 77.85% son bilingües (kichwa y castellano), el 16.23% son personas que hablan solo español y el 5.98% corresponde a personas que solo hablan kichwa, especialmente las mujeres por no haber tenido mayores contactos con la población urbana.

2.1.6.2.5. Vestimenta

Se conserva la tradición en la población femenina, el traje típico está formado por: camisa larga bordada de varios colores, anaco negro y blanco, wawachumbi (faja de colores), wallka (manillas), fachalina, aretes largos, usuta (alpargatas de color azul o negro), reboso (chalina), uma catarina (pañó de cabeza) y cinta para el cabello. Este traje es impecable cuando van a la ciudad o a una fiesta popular o religiosa.

El hombre ya no utiliza el poncho y en su reemplazo se viste con chompas y sacos de lana, pero la ropa típica se utiliza para eventos importantes como el matrimonio, el Inti Raymi, y tiene las siguientes características: camisa de manga larga, pantalón blanco, yuraushuta (alpargatas blancas), muchiku (sombrero blanco o negro) y ruana (poncho azul o negro), la vestimenta indígena es uno de los principales atractivos turísticos de la comunidad.

2.1.6.2.6. Servicios

a) Transporte

Existe una línea de transporte urbano que permite la accesibilidad a la comunidad y zonas aledañas, la línea Imbaburapack cuenta con 3 turnos diarios de ingreso y salida en el sector, dando este servicio a las comunidades de Tangalí, Cambugan y Selva Alegre. Las frecuencias de transporte urbano son: lunes- viernes 9:00, 13:30 y 14:00, sábado y domingo 9:00, 13:00 y 15:00.

b) Electricidad

En su mayoría las familias que habitan la comunidad tienen acceso a la energía eléctrica a través del sistema interconectado, cuyas torres de transmisión atraviesan la zona.

c) Alcantarillado

Por estar en su mayoría en la categoría de sector rural, este no es un servicio muy asequible, para los pequeños caseríos, con casas muy distantes unas de otras, es difícil acceder a este servicio.

d) Agua Potable

Existen las denominadas juntas de agua, las mismas que tienen administración comunitaria; es decir, la autoridad comunitaria conjuntamente con los usuarios fijan el costo de consumo de agua y el mantenimiento del sistema lo hacen a través de mingas comunitarias.

La zona en estudio es rica en recursos hídricos y aguas subterráneas que afloran a través de fuentes cercanas a las comunidades, el 73% de la población tiene acceso a agua entubada, el 22% tiene agua tratada y solo el 5% no dispone de agua en sus viviendas y la consumen de vertientes naturales, ríos y acequias.

e) Salud

En la comunidad existe un sub centro de salud cuenta con 1 médico que no es permanente, 1 odontólogo ocasional (2 días por semana), 1 enfermera permanente y 1 auxiliar permanente.

2.1.6.3. Entorno Económico

La agricultura es la principal actividad económica de las comunidades Kichwa y campesinas de la comunidad, el cultivo y producción del maíz asociado con fréjol y habas, el cultivo de arveja y rara vez cultivan el trigo, cebada y papas, son los productos más cultivados, algunos con finalidades de rentabilidad económica y en otras para consumo interno de la familia, un mínimo excedente para el mercado local, con este recurso económico adquieren otros productos procesados, como el fideo, sal, azúcar etc.

Ciertos habitantes de la zona de Tangalí se dedica a la venta de mano de obra no calificada como: albañiles, jornaleros y las mujeres para

servicio doméstico en Otavalo o Quito. A pesar de que las comunidades de Quichinche en un mayor porcentaje son agrícolas y ganaderas no existen apoyo económico ni técnico de parte de las autoridades gubernamentales, además, la zona no cuenta con agua de regadío para implementar alternativas en la rama agrícola, sin embargo es una zona muy rica en recursos hídricos.

En la parte pecuaria se cría el ganado bovino y porcino en el mayor número de familias, con frecuencia cuyes, gallinas; todo dentro de la economía campesina de ahorro, es la zona con menos extensiones de siembra de pastos artificiales. Los equinos (caballos, burros) son considerados como una herramienta de trabajo y utilizados para el transporte de carga y de personas.

2.2. Posicionamiento Teórico Personal

La industria turística se caracteriza por su gran complejidad, no sólo por la gran cantidad de elementos que la componen, sino también por los distintos sectores económicos que se ven involucrados en su desarrollo determinándola como una actividad económica generadora de riqueza, que favorece la creación de empleo, aumenta los ingresos públicos y se fomenta la actividad empresarial, está compuesta por una combinación de productos y servicios ofertados para satisfacer las expectativas de los visitantes durante su experiencia turística.

El turista está íntimamente relacionado con el proceso de toma de decisiones, en el proceso de planificación de sus actividades de ocio y depende de factores no sólo económicos, sino también psicológicos, sociológicos, físicos y éticos. Por lo tanto el producto turístico que se oferte debe estar constituido por bienes y servicios puestos a disposición

de los turistas para su consumo directo. Se entiende que un producto turístico no es igual en todos los lugares o regiones se debe contar con ciertas características que permitan satisfacer las necesidades de los turistas, tanto en su trayecto como en su destino.

Hoy en día es evidente la necesidad de efectuar una adecuada planificación si se desea que un determinado espacio turístico pueda llegar a tener un valor importante y ser relevante dentro de la economía local, de igual manera, las estrategias de comercialización del producto turístico, pueden suponer la diferencia entre obtener un producto competitivo o uno mediocre que tienda a desaparecer con el tiempo.

La actividad turística requiere de la existencia de ciertos recursos o elementos naturales y culturales que tengan capacidad de atracción para el consumidor turístico entre ellos tenemos los recursos naturales que engloban todos aquellos lugares que tienen un valor paisajístico, incluyen recursos tales como fauna, flora, áreas naturales, y los recursos culturales que comprende todas aquellas manifestaciones relacionadas con el acervo cultural, las costumbres y tradiciones de la población. La calidad de la experiencia turística depende, no sólo de las atracciones principales ofrecidas en el destino, sino también de las infraestructuras y facilidades disponibles.

El turismo puede ayudar a estimular el interés de los residentes por la cultura propia, por sus tradiciones, costumbres y patrimonio histórico, de manera que puedan ser incluidos en la experiencia turística. Este despertar cultural puede constituir una experiencia positiva para los residentes, aportándoles cierta concienciación sobre la continuidad

histórica y cultural de su comunidad, a la vez que pueden convertirse en aspectos que potencien el atractivo turístico del destino.

Sin embargo, no podemos hacer turismo sin tomar en cuenta algunas precauciones, pues los atractivos que los turistas visitan pueden perder su autenticidad, para evitar que se deterioren el turismo debe basarse en el orgullo que la población tiene por sus patrimonios, en su lucha por conservarlos y valorizarlos.

El turismo comunitario ayuda a las poblaciones a ser actores de su propio desarrollo a través de otro tipo de actividades más allá de la agricultura, también crea ciertas capacidades en las comunidades que les permiten ejercer el derecho de proteger y aprovechar sus recursos naturales y su cultura para mejorar su calidad de vida.

Si una comunidad tiene recursos, el desarrollo del turismo puede conseguir importantes beneficios para la comunidad y sus residentes. Para que tenga éxito, el turismo ha de ser planeado y llevado a cabo para mejorar la calidad de vida y proteger el entorno local, natural y cultural. La protección del medio ambiente, de los pobladores locales y el éxito en el desarrollo del turismo son elementos inseparables.

2.3. Interrogantes de Investigación

Las interrogantes que se plantearon en la presente investigación fueron:

1. ¿Cuáles son los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en Tangalí?

2. ¿Qué actividades turísticas se desarrollan en la comunidad de Tangalí?
3. ¿Cuál es la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí?
4. ¿Cuál es la propuesta alternativa que permitirá dinamizar la oferta y demanda turística
5. de la comunidad de Tangalí?

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación

Se basó en dos tipos de investigación los cuales fueron de gran importancia en el proceso investigativo del presente trabajo empleando así:

3.1.1. Investigación Bibliográfica

Este tipo de investigación estuvo precedido por una amplia revisión de libros, enciclopedias, e información recopilada tecnológicamente (internet), con la finalidad de acaparar los principales artículos que fueron factor importante e indispensable para la realización del esquema teórico del presente proyecto.

De igual manera, por parte de entidades gubernamentales como el ministerio de turismo se obtuvo documentos importantes acerca de temas relacionados con la oferta y demanda turística, metodología de inventarios y manejo de áreas rurales. El plan de desarrollo local de Tangalí sirvió de instrumento de estudio para determinar componentes sociales, económicos, culturales, políticos y turísticos de la comunidad.

Todos los documentos analizados contribuyeron de alguna manera a fortalecer la investigación planteada y enfocaron los lineamientos estratégicos para el cumplimiento de los objetivos establecidos.

3.1.2. Investigación de Campo

Se estableció visitas al territorio donde se recabó información primaria respecto a la caracterización de territorio de la comunidad como: datos generales, históricos, culturales, económicos, ambientales, turísticos que permitieron conocer la situación actual de la comunidad.

Posteriormente, se realizó el reconocimiento y caracterización de los recursos naturales y culturales de la comunidad, de igual manera se identificó aspectos relevantes propios del pueblo Kichwa Otavalo que habita el sector.

Finalmente se llevó a cabo un procedimiento interactivo con los pobladores y turistas de la comunidad a través de encuestas que aportaron datos significativos para la investigación y garantizó la factibilidad del proyecto reconociendo las características y condiciones reales del objeto investigado.

3.2. Métodos de Investigación

3.2.1. Método Científico

Constituyó un elemento fundamental en el proceso investigativo, examinando directamente la problemática actual por la que atraviesa la comunidad de Tangalí, de esta manera se recopiló información sistemática que determinó el grado de conocimiento que tienen los

moradores y turistas de la comunidad, con temas relacionados a la oferta y demanda turística, al uso de los y a las actividades turísticas que se desarrollan en su localidad.

3.2.2. Método Analítico – Sintético

A través de éste método se logró identificar los problemas turísticos existentes en la zona para así agrupar, analizar y determinar el problema central por el cual atraviesa la comunidad de Tangalí, de igual manera se pudo percibir el grado de aceptación por parte de los pobladores en cuanto a la elaboración de la propuesta más viable y acorde con las necesidades turísticas del sector.

3.2.3 Inductivo – Deductivo

Permitió partir de manera general del tema de investigación para posteriormente determinar características, componentes, servicios, entre otros factores que componen la oferta y demanda turística del sector, de igual manera este método permitió establecer un modelo de propuesta adecuado, conciso y acorde con las necesidades de la comunidad y su entorno, con decisiones óptimas para mejorar los escenarios futuros permitiendo minimizar y/o erradicar la problemática turística de la comunidad de Tangalí.

3.3. Técnicas e Instrumentos de Investigación

3.3.1. Fichaje

Se diseñó una ficha para el levantamiento de información de los recursos naturales y culturales tomando como referencia la ficha de inventarios turísticos empleada por el MINTUR (2004) en la que consta: datos generales, fotografía, descripción del atractivo, valor intrínseco, valor extrínseco y difusión del mismo. Mediante el uso de esta ficha se

organizó la información de manera técnica, sistemática y ordenada de los recursos turísticos naturales y culturales que posee la comunidad de Tangalí.

3.3.2. Encuestas

Permitió recopilar sugerencias y opiniones en base a la propia experiencia y conocimientos de los habitantes de la comunidad de Tangalí como también de turistas que visitaron la zona en un periodo determinado.

Las encuestas fueron preguntas cerradas y de opción múltiple que enmarcaron variantes del tema de investigación tales como: oferta, demanda turística, servicios y actividades turísticas, potenciales naturales y culturales, de igual manera la aceptación o desacuerdo en cuanto a la participación de la propuesta a implementarse.

3.3.3. Entrevistas

Se utilizó entrevistas semi-estructuradas las mismas que fueron aplicadas a los miembros del cabildo de la comunidad de Tangalí, actores claves que ayudaron a obtener información técnica acerca del tema investigado.

3.4. Población

El proyecto pretende un bienestar común por ende se consideró a las 83 familias que habitan la comunidad de Tangalí, los instrumentos de investigación fueron aplicados a los pobladores, miembros del cabildo quienes proporcionaron información verídica para el desarrollo del trabajo de grado.

De igual manera, la población de turistas constituyó un número de 30 personas realizando un análisis de los principales rasgos del turista como el perfil sociodemográfico, grado de satisfacción y valoración de la visita, características técnicas que se considera una fuente útil para la relevancia y potencialidad turística del aérea investigada.

3.5. Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la siguiente formula:

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

n= Muestra

PQ= Varianza población, valor constante 0.25

N= Población / Universo

K= 2

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

E= error aceptable:

0.02= 2% mínimo

0.3= 30% máximo

0.5= 5% (recomendable en educación)

$$n = \frac{(0.25) \times (249)}{\frac{(249 - 1) (0.05)^2 + 0.25}{2^2}}$$

$$n = \frac{62.25}{\frac{(248)(0.0025) + 0.25}{4}}$$

$$n = \frac{62.25}{0,255 + 0,25}$$

$$n = \frac{62.25}{0,505}$$

$$n = 124$$

Se obtuvo una muestra total de 124 personas que constituyen habitantes de la comunidad.

3.6. Análisis e Interpretación de Datos

La recolección de datos fue realizada directamente por la investigadora de la tesina, los mismos que fueron representados en cuadros estadísticos con su respectivo análisis e interpretación, estos instrumentos y técnicas fueron las más apropiadas y facilitaron el trabajo investigativo.

3.7. Esquema de la Propuesta

- Título de la propuesta
- Justificación e Importancia

- Fundamentación
- Objetivos
- Ubicación Sectorial y Física
- Desarrollo de la Propuesta
- Impactos
- Difusión

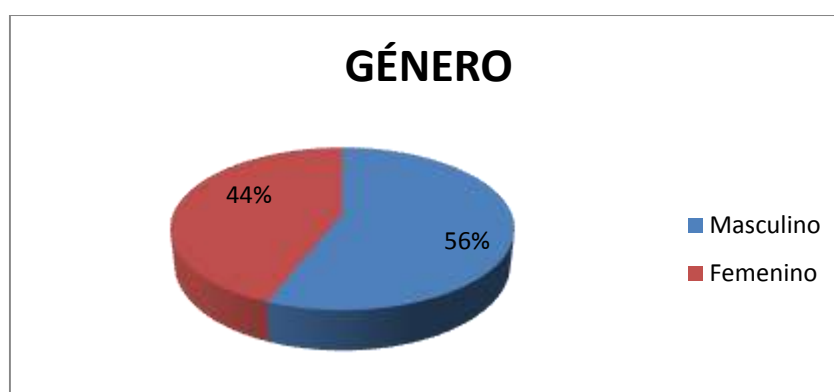
CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

En el capítulo se presenta el análisis de datos obtenidos a través de encuestas realizadas a los pobladores en el proceso investigativo.

1. Género

Variable	f	%
Masculino	70	56
Femenino	54	44
Total	124	100



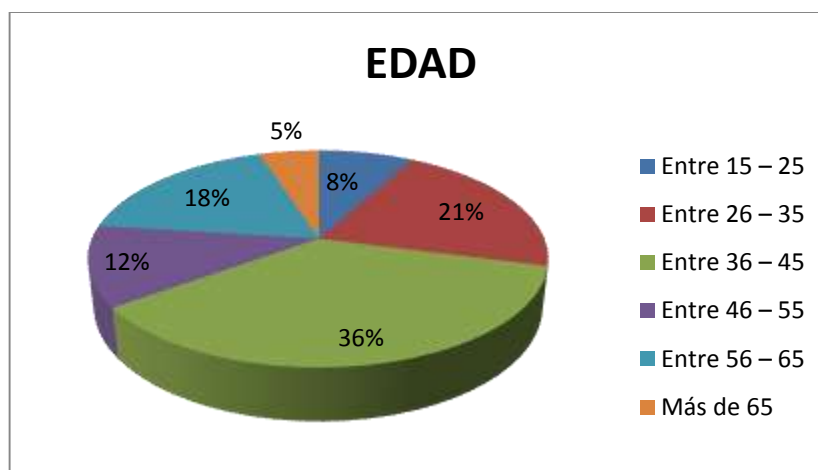
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

De acuerdo los datos obtenidos el 56% de la población de Tangalí son género masculino, mientras que el 44% restante son mujeres. Esto implica que la mayor fuerza de trabajo representan los hombres, el trabajo en conjunto y la integración de los dos géneros forman un grupo homogéneo creando un ambiente adecuado para la ejecución de objetivos.

2. Edad

Variable	f	%
Entre 15 – 25	10	8
Entre 26 – 35	27	21
Entre 36 – 45	45	36
Entre 46 – 55	13	12
Entre 56 – 65	23	18
Más de 65	6	5
Total	124	100



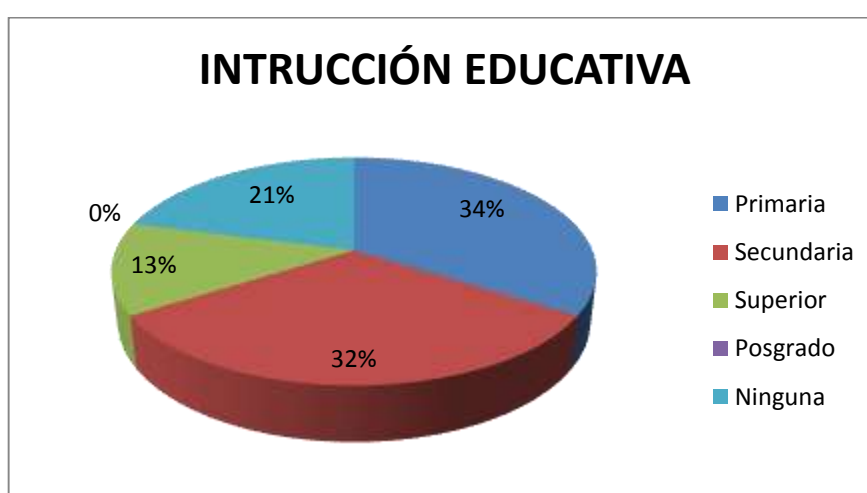
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 36% de los habitantes tienen un promedio de edad entre 36-45 años, el 21% representa el grupo de edad entre 26-35, el 12% comprendida por pobladores de 46-55 años, los grupos de edad entre 15-25 y 56-65 años representan el 8% y 18% respectivamente, finalmente el 5% restante comprende los adultos mayores de 65 años. Estos datos son importantes ya que, el aporte físico e intelectual de los pobladores de la comunidad les permitirá insertarse en el desarrollo de las actividades turísticas de su sector, quienes cooperarán con valiosos conocimientos, experiencias y a medida de sus posibilidades siendo actores principales y beneficiarios directos de toda actividad turística a ejecutarse.

3. ¿Qué nivel de instrucción tiene Ud.?

Variable	f	%
Primaria	41	34
Secundaria	40	32
Superior	17	13
Posgrado	0	0
Ninguna	26	21
Total	124	100



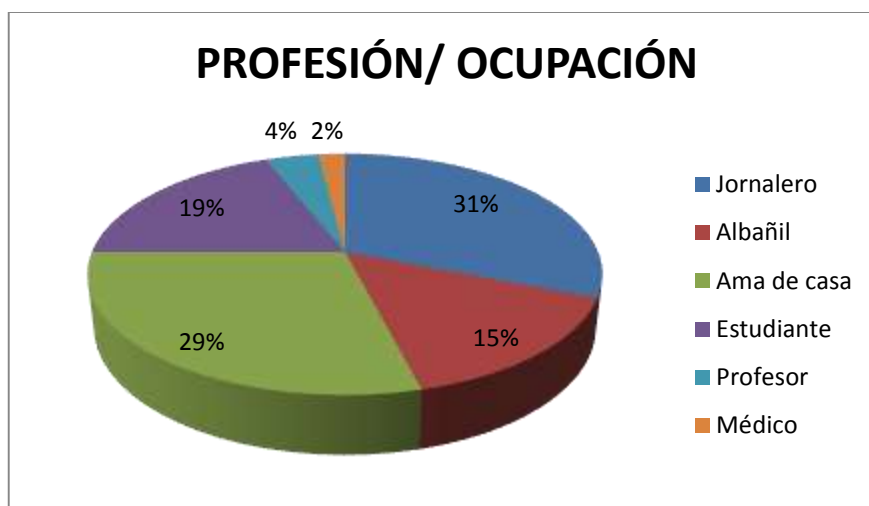
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 34% de los pobladores de la comunidad de Tangalí han terminado la primaria, el 32% ha finalizado la secundaria, el 21% no ha recibido ninguna instrucción educativa y el 13% son de instrucción superior. Parte de los pobladores han tenido acceso a la educación y por ende poseen un conocimiento básico que les permite desenvolverse en diversas actividades de carácter turístico, cierto porcentaje no ha accedido a la educación por factores económicos, demográficos y desconocimiento de la importancia de la misma. Mínimo es el número de pobladores que han tenido la oportunidad de recibir una instrucción superior y son considerados como piezas claves y fundamentales en la elaboración y ejecución de proyectos turísticos en beneficio de la comunidad.

4. ¿Cuál es su profesión u ocupación?

Variable	f	%
Jornalero	38	31
Albañil	20	15
Ama de casa	36	29
Estudiante	23	19
Profesor	5	4
Médico	2	2
Total	124	100



Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 31% de los pobladores de la comunidad son jornaleros el 29% amas el 15% son albañiles, el 19% dedicados a la educación, el 4% son profesores y el 2% restante son médicos. La comunidad de Tangalí al ser una zona netamente agrícola gran parte de los pobladores se dedica a la agricultura, y por ende las mujeres a los quehaceres domésticos, algunos habitantes brindan servicios turísticos, sin embargo ninguno de ellos se dedica en su totalidad a esta actividad. Se pretende incentivar a los pobladores a participar activamente en el turismo convirtiéndolo en factor de desarrollo local y una importante fuente de ingresos económicos.

5. ¿Qué tipo de alojamiento ofrece la comunidad de Tangalí?

Variable	f	%
Hoteles	0	0
Campamentos	10	8
Cabañas	36	29
Casas rurales	68	55
Ninguna	10	8
Total	124	100



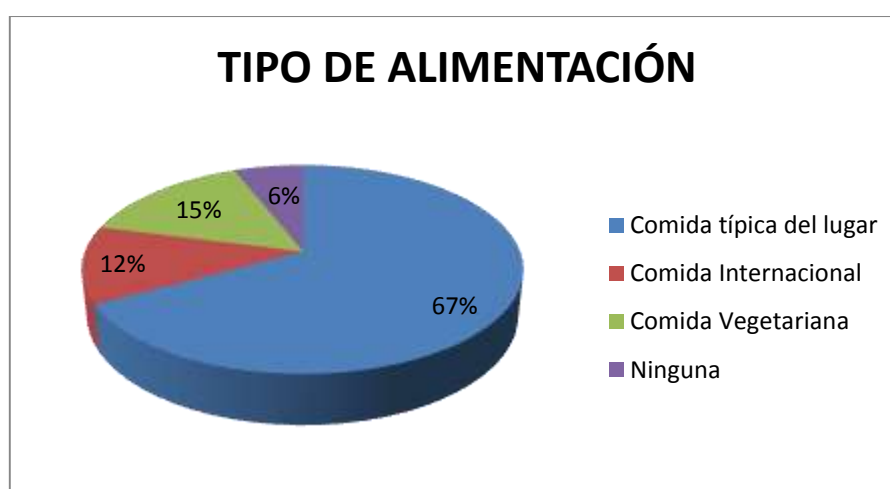
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Los habitantes de la comunidad afirman en un 55% que las casas rurales son el tipo de alojamiento más utilizado para hospedar a los visitantes, un 29% las cabañas, el 8% campamentos, en un porcentaje igual al anterior es decir el 8% afirma que no existe ningún tipo de alojamiento. Se evidencia que dentro de la comunidad de Tangalí existen diversos tipos de alojamiento autóctonos que son ofertados al turista y van acordes a las necesidades de cada grupo de visitantes, algunos requieren mejoras como es el caso de la zona de camping donde el espacio verde necesita un continuo deshierbe, de igual manera se evidencia desconocimiento de ciertos pobladores quienes afirman la inexistencia de este servicio turístico indispensable para el desarrollo del turismo en el sector.

6. Tipo de alimentación que ofrece al turista que visita la comunidad.

Variable	f	%
Comida típica del lugar	82	67
Comida Internacional	15	12
Comida Vegetariana	19	15
Ninguna	8	6
Total	124	100



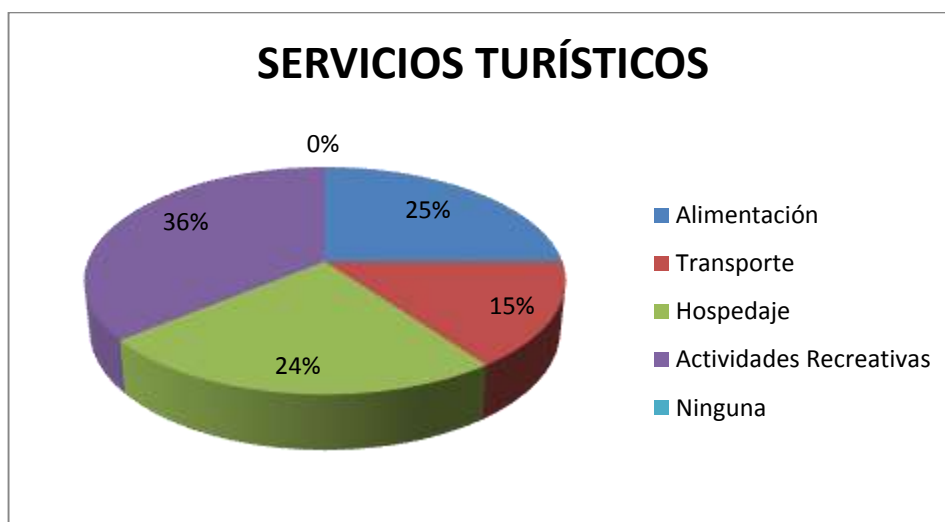
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 67% de la comida que se brinda al turista es la comida típica el 12% ofrece comida internacional, el 15% comida vegetariana, el 6% de los pobladores determinan que no se ofrece ningún tipo de alimentación. Gran parte de los pobladores ofertan comida típica de la comunidad acción que valoriza sus costumbres ancestrales y evita la perdida cultural de su pueblo, de igual manera se prepara otro tipo de comida como la internacional y vegetariana dependiendo de los gustos y necesidades alimentarias de cada turista. Es necesario que los prestadores del servicio de alimentación se capaciten en temas relacionados con sanidad y manipulación de alimentos para así ofrecer una alimentación sana y acorde a las normas de calidad y por ende un buen servicio turístico.

7. Servicios de carácter turístico que se ofrece al visitante

Variable	f	%
Alimentación	31	25
Transporte	19	15
Hospedaje	30	24
Actividades Recreativas	44	36
Ninguna	0	0
Total	124	100



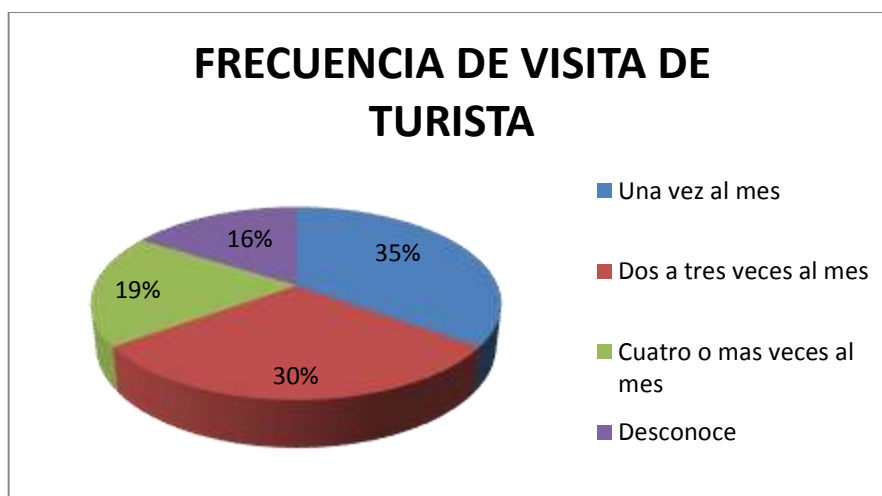
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Los servicios turísticos que brinda la comunidad son en un 36% las actividades recreativas, la alimentación un 25%, el servicio de hospedaje un 24% y el restante es decir el 15% transporte. Dentro de las actividades recreativas que oferta la comunidad se encuentra las caminatas, paseos a caballo, ferias artesanales, campamentos, pesca, música y danza. Las atracciones, la infraestructura hotelera y la accesibilidad al destino conforman servicios turísticos indispensables en el desarrollo del turismo, algunos de éstos necesitan mejoras para convertirlos en servicios óptimos y de calidad que estén acorde al espacio físico, satisfagan las necesidades y motiven la visita periódica a la comunidad de Tangalí.

8. Señale la frecuencia de visitas de los turistas a la comunidad.

Variable	f	%
Una vez al mes	43	35
Dos a tres veces al mes	37	30
Cuatro o más veces al mes	23	19
Desconoce	21	16
Total	124	100



Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 35% frecuentan la zona por lo menos una vez al mes, el 30% acuden a la comunidad dos a tres veces al mes, el 19% cuatro o más veces al mes, el 16% restante desconoce la frecuencia de visitas. Se puede evidenciar que existe la afluencia de turistas que visita la zona. Un elemento básico para que el cliente decida adquirir un producto turístico es la motivación, existe el motivo de visita, sin embargo, la afluencia de turistas no es masiva ni constante por ende es necesario implementar estrategias turísticas como: la promoción y difusión de los atractivos turísticos naturales y culturales, mejora de los servicios e instalaciones turísticas que oferta la comunidad de manera que estas acciones permitan maximizar la motivación de visita a la zona y por ende se realice periódicamente.

9. Indique las razones del porque los turistas visitan la comunidad.

Variable	f	%
Degustar comida típica	14	11
Visita a familiares y amigos	10	8
Negocios	10	8
Ocio y descanso	49	40
Eventos deportivos	18	14
Fiestas populares	23	19
Total	83	100



Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 40% visitan la comunidad por ocio y descanso, el 19% por fiestas populares, el 14% por eventos deportivos, el 11% visita la zona para degustar la comida típica, el 8% por negocios y en un porcentaje igual por visita a familiares. Existen muchas razones por las cuales los turistas visitan la comunidad en un gran porcentaje por descanso y disfrutar de las actividades que oferta la zona, es necesario implementar otros tipos de actividades que diversifique la actual demanda turística misma que estén relacionadas con las necesidades de realización personal del turista.

10. ¿La calidad de los servicios y actividades turísticas que la comunidad ofrece al visitante según su criterio son?

Variable	f	%
Alta calidad	32	26
Mediana calidad	64	52
Baja calidad	28	22
Total	124	100



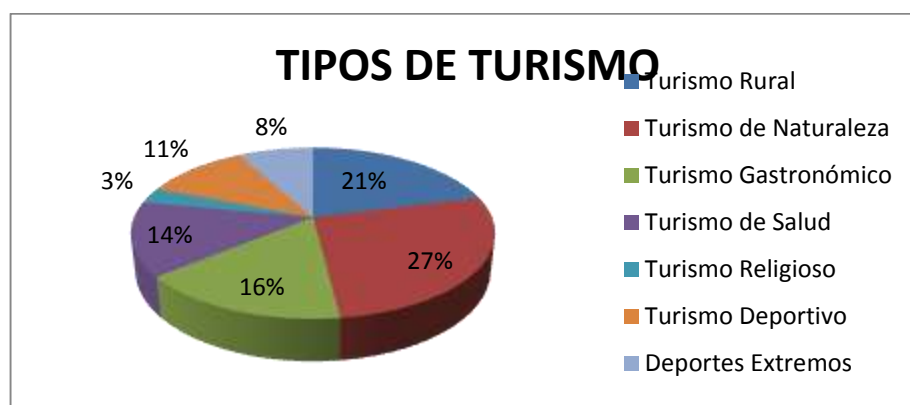
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

La mayoría de pobladores es decir el 52% afirman que la calidad de los servicios y actividades turísticas que oferta la zona es de mediana calidad, el 26% considera que son de alta calidad y el 22% son de baja calidad. Los servicios turísticos que oferta la comunidad son muy buenos, sin embargo, algunos de estos tienen falencias y por ende necesitan de mejoras inmediatas como es la atención al turista, la publicidad e información turística, los senderos y señalización. Al mejorar estas debilidades de carácter turístico se podrá ofertar servicios y productos adecuados que garantice que éstos sean de calidad, vayan acorde al entorno natural y cultural de la zona, satisfagan las necesidades del turista y mejore la calidad de vida de los involucrados.

11. Indique los tipos de turismo que se desarrollan en la comunidad.

Variable	f	%
Turismo Rural	25	21
Turismo de Naturaleza	34	27
Turismo Gastronómico	20	16
Turismo de Salud	17	14
Turismo Religioso	4	3
Deportes Extremos	10	8
Turismo Deportivo	14	11
Total	124	100



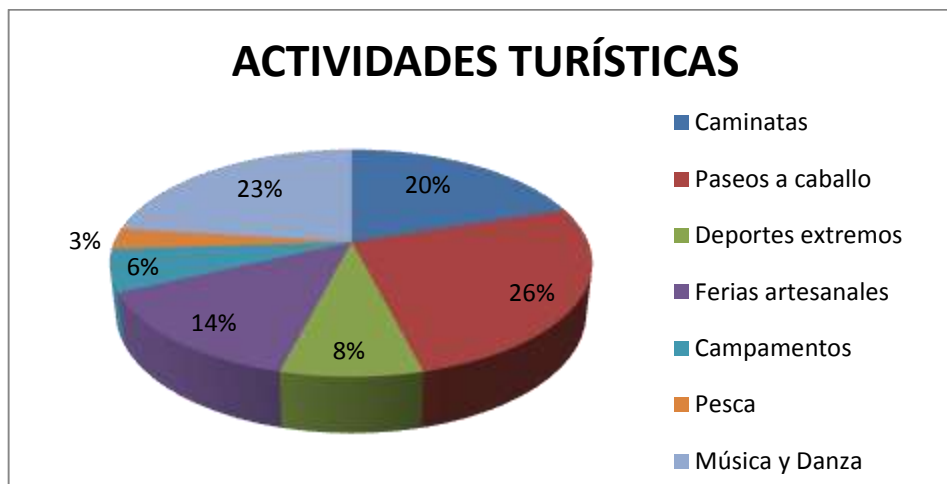
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 27% afirman que el turismo de naturaleza es el que más se efectúa en la comunidad, el 21% el turismo rural, el 16% el gastronómico, el 14% turismo de salud, el 11% el deportivo, los deportes extremos en un 8% y el 3% el religioso. Gracias a la biodiversidad natural y cultural de la zona se efectúa varios tipos de turismo. A pesar de que exista la capacidad y las condiciones para efectuar otros tipos de turismo en la comunidad aún no se los realiza y están programados para su ejecución acciones que permitan diversificar la oferta turística.

12. Señale las actividades turísticas que se efectúan en la comunidad.

Variable	f	%
Caminatas	25	20
Paseos a caballo	32	26
Deportes extremos	10	8
Ferias artesanales	17	14
Campamentos	7	6
Pesca	4	3
Música y Danza	29	23
Total	124	100



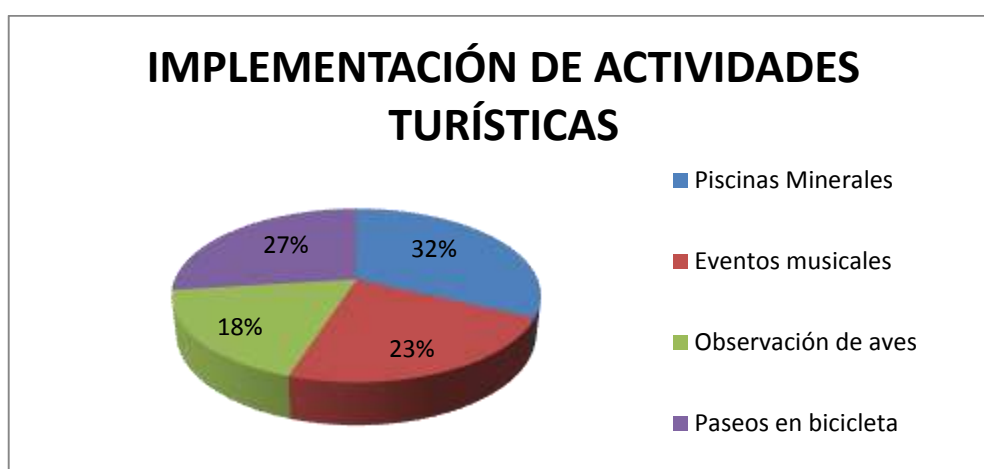
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 26% determinan que los paseos a caballo es la actividad más realizada, el 20% las caminatas, el 23% actividades de música y danza, el 14% las ferias artesanales que expresan su identidad cultural, el 8% deportes extremos, el 6% campamentos y el 3% restante afirman la pesca. Estas actividades son ofertadas al turista las cuales son aceptadas satisfactoriamente, sin embargo, el espacio físico y las condiciones socio-culturales ameritan la implementación de nuevas actividades turísticas que fomenten la participación social y una mayor recepción de visitantes.

13. ¿Qué otras actividades turísticas considera Ud. que deberían implementarse en la comunidad?

Variable	f	%
Piscinas Minerales	40	32
Eventos musicales	28	23
Observación de aves	22	18
Paseos en bicicleta	34	27
Total	124	100



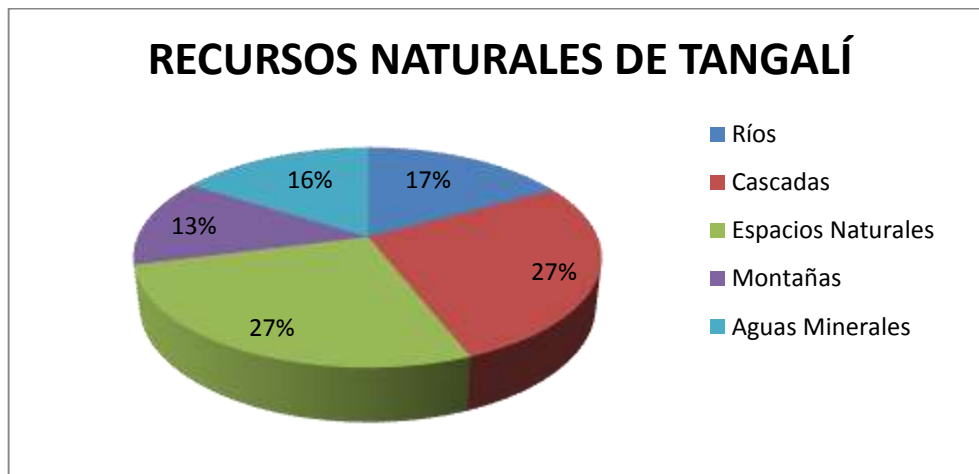
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 32% desea que las piscinas minerales sea una nueva alternativa turística a implementar el 27% afirma que los paseos en bicicleta puede ser una gran opción, el 23% anhela los eventos musicales el 18% restante prefiere el avistamiento de aves. Las aguas minerales es un recurso natural que únicamente es utilizado por moradores y la adecuación de este espacio permitirá la visita de otros turistas, al zonificar la comunidad se hace necesario explorar otros recursos e implementar nuevas actividades recreacionales que se lleve a cabo periódicamente, el turismo es fundamentalmente un servicio, su prestación lleva la existencia de elementos que determinan el grado de satisfacción del turista.

14. Indique los recursos turísticos naturales que posee la comunidad.

Variable	f	%
Ríos	21	17
Cascadas	33	27
Espacios Naturales	34	27
Montañas	16	13
Aguas Minerales	20	16
Total	124	100



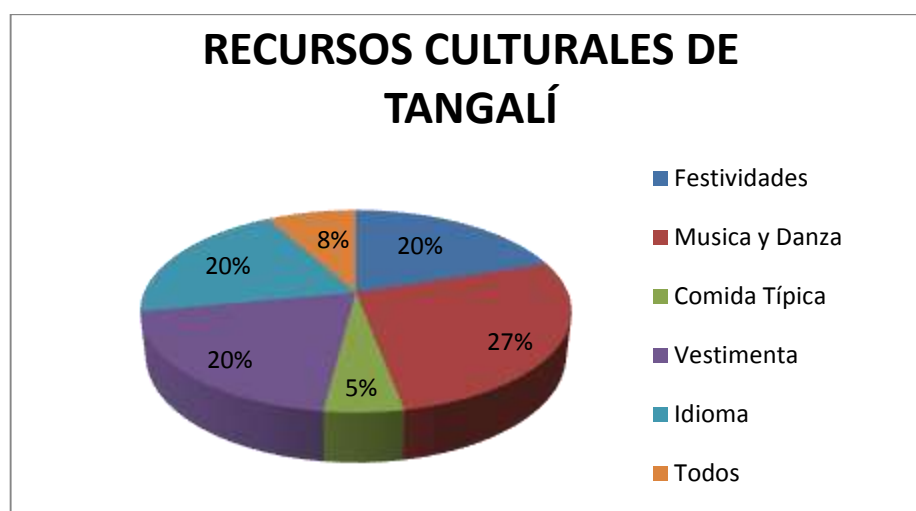
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

En igualdad de porcentajes es decir el 27% de los recursos naturales está conformada por cascadas y espacios naturales que comprende la flora y fauna del lugar, el 17% constituida por ríos que constituyen el elemento primordial para los sembríos, el 16% por aguas minerales, el 13% por montañas como Cuchicorral y Pisabo, la comunidad cuenta con un magnifico paisaje natural compuesta de hermosos complejos lacustres, que adquiere especial relevancia en lugares de interés natural. La preocupación por el entorno turístico natural va de la mano con la noción de turismo sostenible que implica un adecuado equilibrio entre crecimiento económico y calidad medioambiental.

15. Señale los recursos turísticos culturales que posee la comunidad.

Variable	f	%
Festividades	25	20
Música y Danza	33	27
Comida Típica	6	5
Vestimenta	25	20
Idioma	25	20
Todos	10	8
Total	124	100



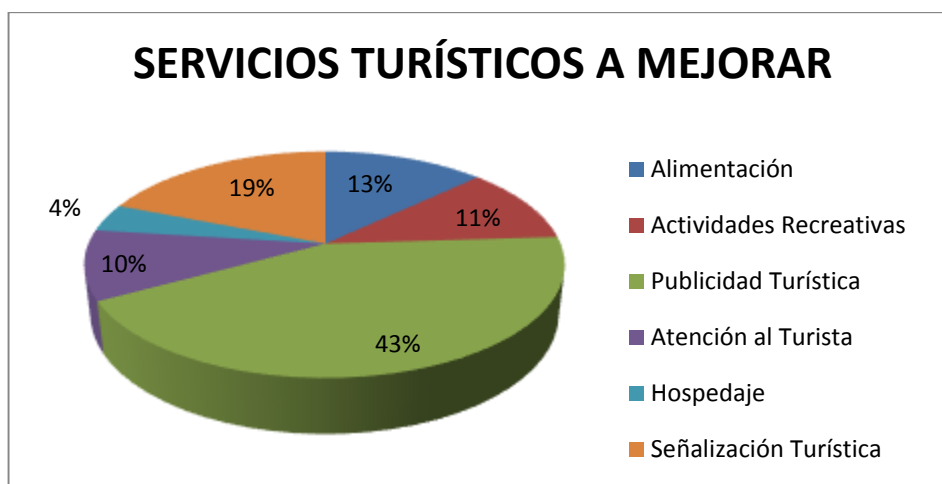
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 27% afirman que la música y danza es uno de los principales recursos culturales de Tangalí, en porcentajes iguales es decir el 20% se encuentran las festividades, idioma y vestimenta, el 5% la comida típica, el 8% afirma que todas las variantes expuestas constituyen el recurso cultural de los habitantes. El entorno social está estrechamente relacionado con la cultura, un adecuado conocimiento y respeto de la misma permite el desarrollo de la actividad turística sin poner en peligro el material intangible del sector.

16. Según Ud. qué servicios turísticos debe mejorar la comunidad.

Variable	f	%
Alimentación	17	13
Actividades Recreativas	14	11
Publicidad Turística	52	43
Atención al Turista	13	10
Hospedaje	5	4
Señalización Turística	23	19
Total	124	100



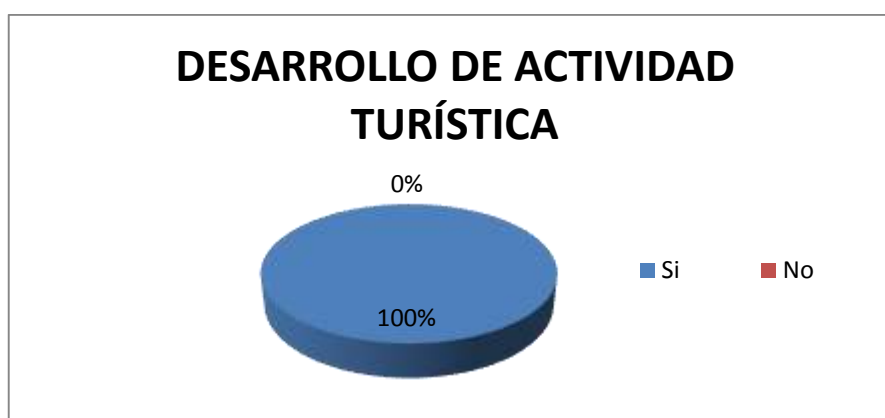
Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 43% determinan que la publicidad turística es uno de los factores que se debe mejorar, el 19% la señalización turística, el 13% la alimentación el 11% consideran que se debe mejorar las actividades recreativas, el 10% la atención al turista, y el 4% el hospedaje. Para generar oportunidades de crecimiento en el mercado turístico es indispensable mejorar algunos aspectos de carácter turísticos como: la publicidad, señalización y atención al turista elementos claves que generen desarrollo y permita captar una mayor atención turística por parte de la demanda y a su vez se brinde servicios de calidad satisfaciendo las necesidades.

17. ¿Estaría Ud. de acuerdo que se desarrolle la Actividad Turística dentro de la comunidad de Tangalí?

Variable	f	%
Si	124	100
No	0	0
Total	124	100



Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

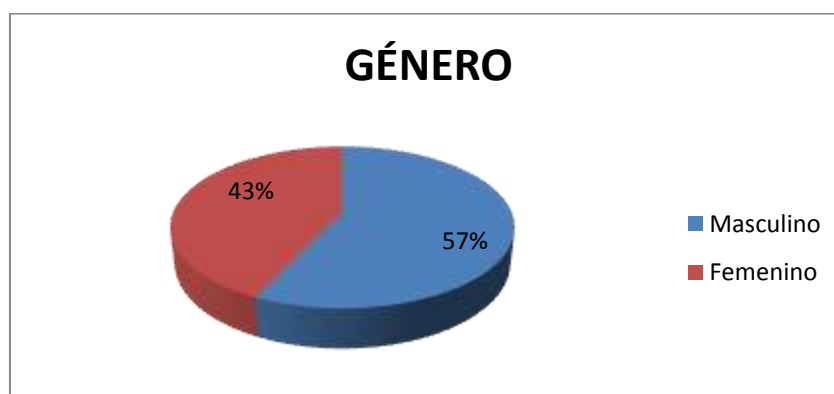
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

De los resultados obtenidos de esta interrogante se puede apreciar que el 100% de la población encuestada es decir en su totalidad está de acuerdo en que se desarrolle la actividad turística en su comunidad, varios fueron los impactos positivos que visualizaron al afirmar que el turismo abarcaría, dentro de los beneficios tenemos: revalorizar la cultura indígena propia de Tangalí, proteger el acervo cultural del pueblo y los recursos naturales, mejorar los servicios turísticos que actualmente se oferta, maximizar el número de visitas a la zona, tener una comunidad más unida y organizada y sobre todo mejorar mejoraría la calidad de vida de los pobladores. De igual manera están dispuestos a colaborar a medida de sus posibilidades, proponer ideas, asistir a reuniones y participar activamente trabajando unidos por un bien colectivo.

A continuación se presenta el análisis de datos obtenidos a través de encuestas realizadas a los turistas que visitaron la comunidad de Tangalí en un período determinado.

1. Género

Variable	f	%
Masculino	17	57
Femenino	13	43
Total	30	100



Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

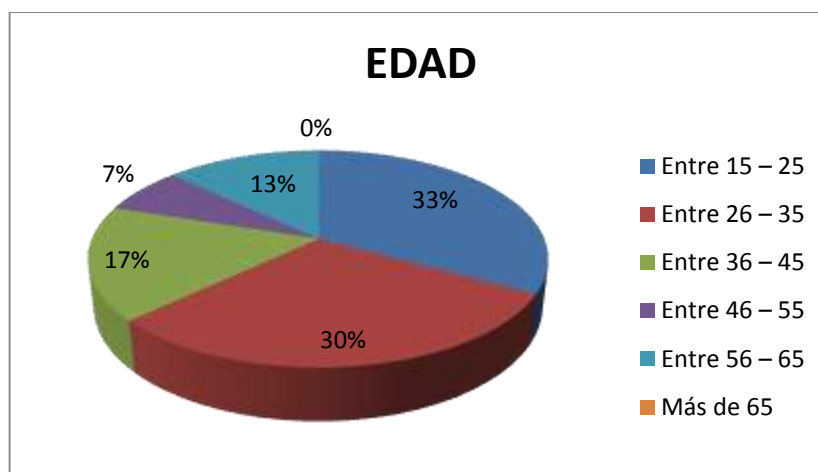
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

De acuerdo los datos obtenidos el 57% de los turistas que visitaron la comunidad de Tangalí son género masculino, mientras que el 43% restante constituye el género femenino.

Esta variante refleja que la mayor cantidad de turistas que visitan Tangalí son hombres, sin embargo solo el 7% es la diferencia de visitas entre ambos géneros, se evidencia que los recursos naturales, culturales y actividades turísticas que oferta la comunidad son apreciados por ambos géneros quienes visitan la zona en determinadas estacionalidades.

2. Edad

Variable	f	%
Entre 15 – 25	10	33
Entre 26 – 35	9	30
Entre 36 – 45	5	17
Entre 46 – 55	2	7
Entre 56 – 65	4	13
Más de 65	0	0
Total	30	100



Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

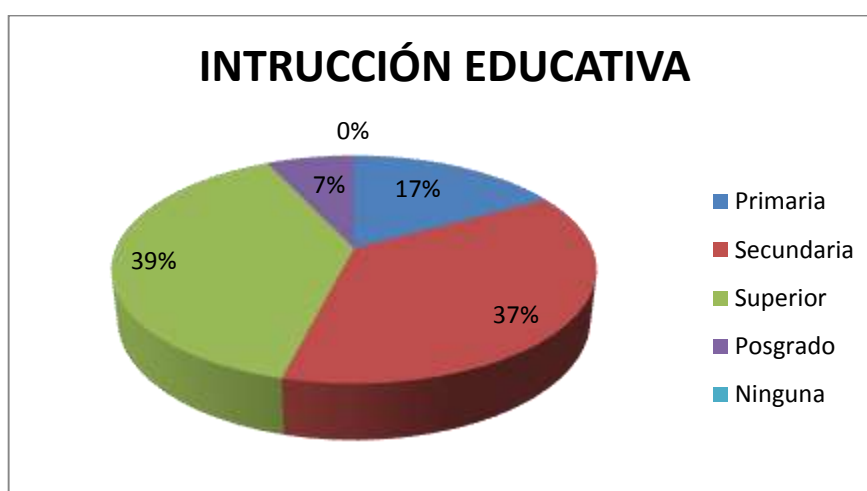
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 33% de los turistas de Tangalí tienen un promedio de edad entre 15-25 años, el 30% representa el grupo de edad entre 26-35, el 17% comprendida por turistas de 36-45 años, el 13% de turistas entre 56-65 años, el 7% de 46-55 años y se evidencia la inexistencia de turistas de mayor de 65 años de edad.

La mayoría de turistas que visitan la comunidad son jóvenes – adultos desde 15-50 años de edad, quienes disfrutan de las actividades turísticas de la comunidad que son ofertadas y diseñadas para satisfacer las necesidades de cada tipo de turista.

3. ¿Qué nivel de instrucción tiene usted?

Variable	f	%
Primaria	5	17
Secundaria	11	37
Superior	12	39
Posgrado	2	7
Ninguna	0	0
Total	30	100



Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 39% de turistas que visitaron la comunidad de Tangalí tienen un nivel de instrucción superior, el 37% ha finalizado la secundaria, el 17% de instrucción primaria y el 7% restante son de instrucción superior, no se encontraron variables de turistas que no han recibido ninguna instrucción educativa.

Gran parte de los turistas han tenido acceso a la educación y por ende poseen conocimientos que les permite desenvolverse en diversas actividades y su conocimiento educativo les permite evaluar la calidad de la oferta turística de la comunidad, disfrutar de la misma y coadyuvar a la mejora de los servicios turísticos que requieran esta acción.

4. ¿Cuál es su procedencia?

Variable	f	%
Otavalo	11	37
Ibarra	7	23
Quito	10	33
Extranjero	2	7
Total	30	100



Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

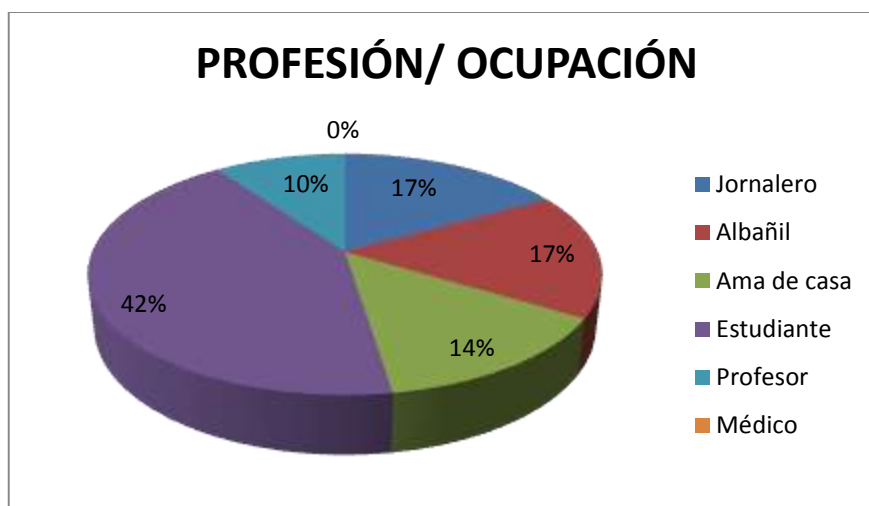
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

En cuanto a la procedencia se observa que el 37% de visitas a la comunidad de Tangalí son personas residentes de la ciudad de Otavalo, el 23% de Ibarra y el 33% de la ciudad de Quito evidenciando así que el turismo interno representa la mayor fuerza turística del sector promoviendo el conocimiento y valoración de nuestros recursos. En un porcentaje menor que equivale el 7% lo conforman turistas extranjeros que visitan la zona atraídos principalmente por el recurso cultural que posee la comunidad y el entorno natural en que se desarrolla.

Tangalí es una zona que recibe turistas de varias procedencias se pretende incentivar la visita periódica del visitante a través del mejoramiento de las actividades turísticas que se ofertan en el sector.

5. ¿Cuál es su profesión u ocupación?

Variable	f	%
Ingeniero	5	17
Comerciante	5	17
Ama de casa	4	14
Estudiante	13	42
Profesor	3	10
Médico	0	0
Total	30	100



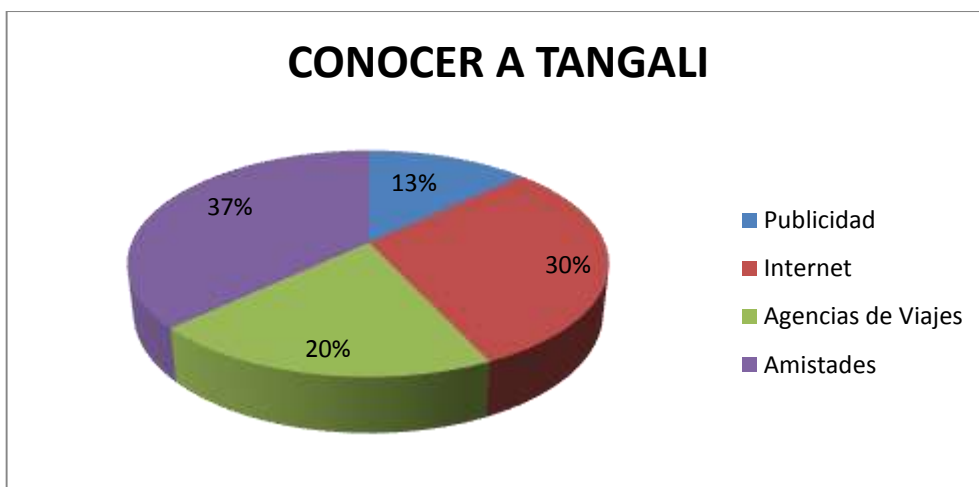
Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 42% de los turistas son estudiantes que están cursando sus estudios secundarios y superiores, en un porcentaje igual es decir el 17% son ingenieros en varias ramas educativas y comerciantes, el 14% de las encuestados se dedican a los quehaceres domésticos, el 10% son profesores, se evidencio inexistencia de turistas que se dediquen a la rama de la medicina. Se pretende incentivar a los turistas a participar activamente en el desarrollo turístico de la comunidad para convertirlo en factor de desarrollo local y una importante fuente de ingresos económicos que mejoren la calidad de vida de los pobladores de la comunidad.

6. ¿A través de que medio supo usted de la comunidad de Tangalí?

Variable	f	%
Publicidad	4	13
Internet	9	30
Agencias de Viajes	6	20
Amistades	11	37
Total	30	100



Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Los turistas que visitaron la comunidad afirman en un 37% que sus amistades fueron quienes compartieron información acerca de Tangalí, el 30% a través de medios tecnológicos que es el internet, el 20% a través del asesoramiento de agencias de viajes, y el 13% restante por la publicidad turística que está localizada al ingreso de la comunidad.

Se evidencia el ingreso de turistas a la comunidad que han llegado a conocer la zona a través de varios medios de comunicación, sin embargo, se pretende mejorar los canales de información turística que permita difundir los servicios de carácter turístico que oferta la comunidad e incentive la visita periódica de turistas y convertir a la comunidad en un referente del turismo nacional.

7. ¿Qué motivó su visita a la comunidad de Tangalí?

Variable	f	%
Descanso o placer	11	37
Diversión	14	46
Negocios	0	0
Compras	3	10
Visita a familiares	2	7
Total	30	100



Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

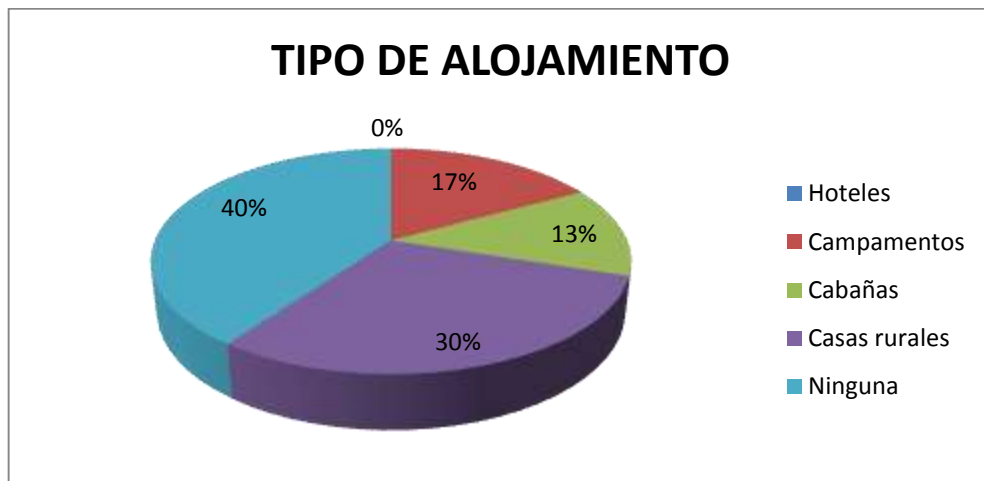
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

Los turistas de la comunidad afirman en un 46% que visitaron Tangalí por diversión, el 37% por descanso y placer, el 10% para realizar compras, el 7% visita a familiares y el 0% por negocios.

Gran parte de los turistas que visitan la comunidad lo hacen por diversión y descanso, disfrutar de los atractivos naturales, riqueza cultural y servicios turísticos que oferta constituyen los factores principales de visita y hacen que la comunidad vaya adquiriendo mayor relevancia en el sector turístico.

8. ¿Qué tipo de alojamiento escogió durante su estancia en la comunidad de Tangalí?

Variable	f	%
Hoteles	0	0
Campamentos	5	17
Cabañas	4	13
Casas rurales	9	30
Ninguna	12	40
Total	30	100



Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

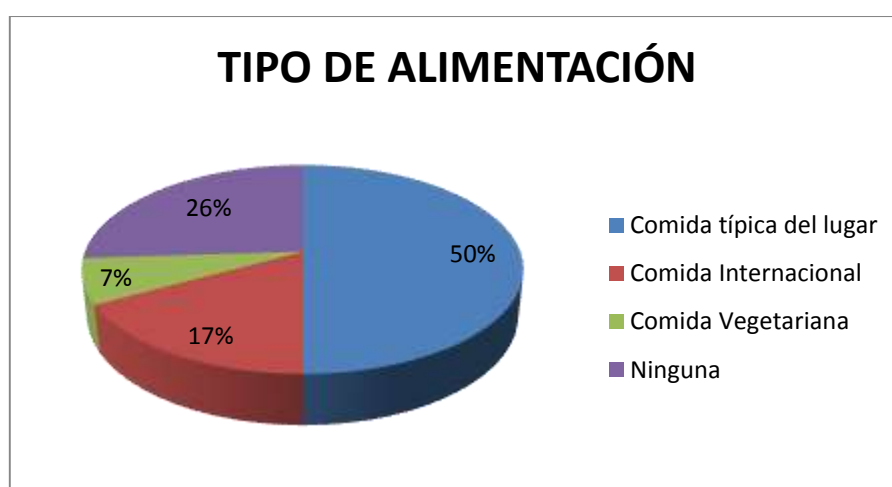
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

En cuanto al variante alojamiento los turistas en un 40% optaron por no hospedarse realizando una visita esporádica no mayor a un día, el 30% descansaron en casas rurales, el 17 % optaron por acampar en zonas adecuadas para este servicio, el 13% se hospedaron en cabañas, y el 0% en hoteles.

Se evidencia que dentro de la comunidad de Tangalí existen diversos tipos de alojamiento autóctonos que son ofertados al turista y van acordes a las necesidades de cada grupo de visitantes.

9. ¿Qué tipo de alimentación escogió durante su estancia en la comunidad de Tangalí?

Variable	f	%
Comida típica del lugar	15	50
Comida Internacional	5	17
Comida Vegetariana	2	7
Ninguna	8	26
Total	30	100



Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

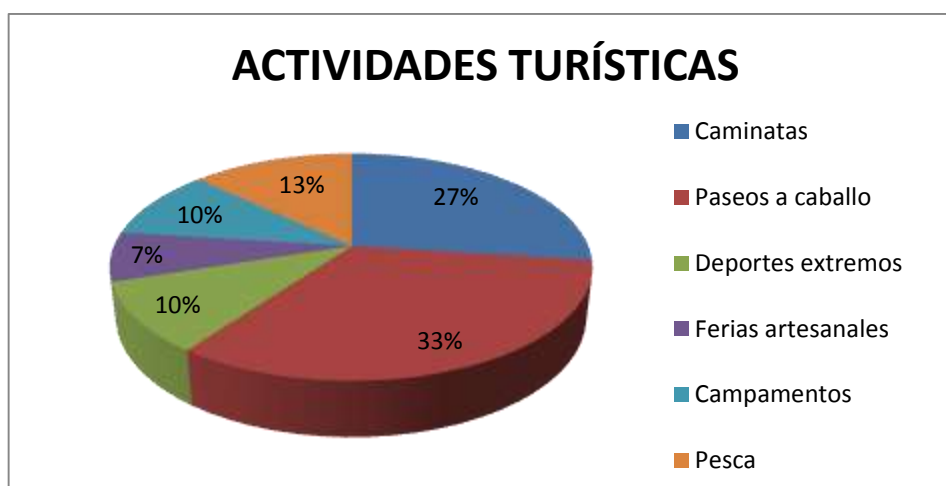
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 50% de turistas durante su estancia optaron por consumir comida típica, el 26% no comieron dentro de la comunidad, el 17% comida internacional, el 7% comida vegetariana.

Gran parte de los establecimientos de alimentación existentes en la comunidad ofertan comida típica, acción que valoriza las costumbres ancestrales y evita la pérdida cultural de su pueblo, de igual manera se prepara otros tipos de comida como la internacional y vegetariana que son preparadas dependiendo de los gustos y necesidades alimentarias de cada turista.

10. ¿Qué actividades turísticas realizó durante su estancia en la comunidad?

Variable	f	%
Caminatas	8	27
Paseos a caballo	10	33
Deportes extremos	3	10
Ferias artesanales	2	7
Campamentos	3	10
Pesca	4	13
Total	30	100



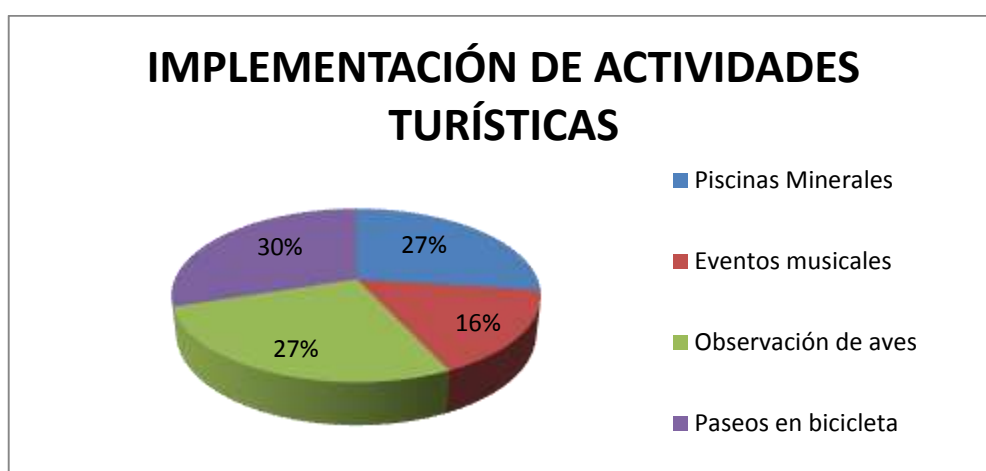
Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 33% de los turistas determinaron que los paseos a caballo es la actividad más realizada durante su estancia, el 27% las caminatas, el 13% la pesca, en un porcentaje igual es decir el 10% prefieren los campamentos y deportes extremos y el 7% restante optaron por las ferias artesanales. Estas actividades son ofertadas al turista las cuales son aceptadas satisfactoriamente, sin embargo, el espacio físico y las condiciones socio-culturales ameritan la implementación de nuevas actividades turísticas que fomenten la participación social y una mayor recepción de visitantes.

11. ¿Qué otras actividades turísticas considera que deberían implementarse en la comunidad?

Variable	f	%
Piscinas Minerales	8	27
Eventos musicales	5	16
Observación de aves	8	27
Paseos en bicicleta	9	30
Total	30	100



Encuesta: Turistas de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

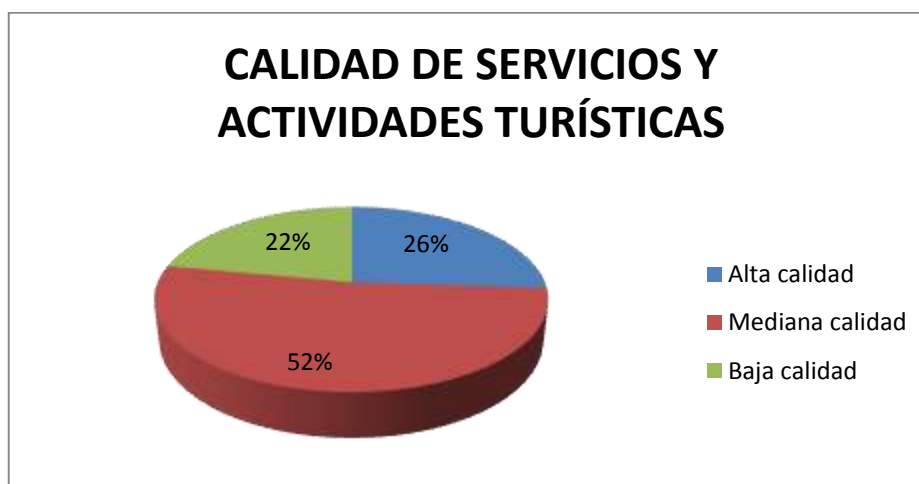
INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 30% de turistas les gustaría que se implemente los paseos en bicicleta como nueva alternativa turística, en un porcentaje igual el 27% consideran que las piscinas minerales y la observación de aves deben ser acciones a ejecutarse y el 16% los eventos musicales.

A pesar de que las actuales actividades turísticas que oferta la comunidad satisfacen las necesidades de los turistas, se hace necesario explorar otros recursos e implementar nuevas actividades recreacionales que según el turista hace falta, al ejecutar estas acciones se puede desarrollar de mejor manera el turismo en Tangalí elevando el grado de satisfacción de los visitantes.

12. ¿La calidad de los servicios y actividades turísticas que la comunidad ofrece al visitante según su criterio son?

Variable	f	%
Alta calidad	32	26
Mediana calidad	64	52
Baja calidad	28	22
Total	124	100



Encuesta: Moradores de la comunidad de Tangalí.
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

INTERPRETACIÓN Y ANÁLISIS

El 52% de turistas que visitaron la comunidad afirman que la calidad de los servicios y actividades turísticas que oferta la zona es de mediana calidad, el 26% considera que son de alta calidad y el 22% son de baja calidad. Los servicios turísticos que oferta la comunidad son muy buenos, sin embargo, algunos de estos tienen falencias y por ende necesitan de mejoras inmediatas como es la atención al turista, la publicidad e información turística, los senderos y señalización. Al mejorar estas debilidades de carácter turístico se podrá ofertar servicios y productos adecuados que garantice que éstos sean de calidad, vayan acorde al entorno natural y cultural de la zona, satisfagan las necesidades del turista y mejore la calidad de vida de los involucrados.

4.1. Análisis de encuestas

A través de la aplicación de encuestas a pobladores y visitantes de la comunidad de Tangalí se obtuvo opiniones que coadyuvaron al proceso investigativo.

La población de la comunidad de Tangalí poseen un nivel de instrucción básico que les permite desenvolverse en varias actividades económicas, a su vez, conforma un grupo equitativo con una riqueza cultural propia de la etnia Kichwa Otavalo son hombres y mujeres trabajadores comprometidos con la ejecución de objetivos que permitan el desarrollo de la actividad turística de su comunidad.

La comunidad cuenta con varios recursos naturales caracterizados por su belleza paisajística, flora y fauna endémica, uno de los atractivos turísticos naturales más relevante son las aguas minerales donde se practica turismo de salud y a sus aguas se le atribuye poderes curativos, en cuanto a los recursos culturales de la comunidad son caracterizados por las costumbres y tradiciones del pueblo Kichwa Otavalo.

Actualmente, la comunidad oferta actividades y servicios turísticos como caminatas, cabalgatas, ferias artesanales, deportes extremos entre otras acciones que son realizadas en el entorno natural y permite al turista la convivencia con el acervo cultural de los pobladores de Tangalí, oferta que satisface las necesidades de los turistas y promueven la visita periódica de los mismos.

Los pobladores y turistas de la comunidad de Tangalí aseguran que los servicios turísticos que oferta la comunidad son de mediana calidad, que se debe implementar nuevas alternativas turísticas y aseveran que algunas actividades tienen falencias y necesitan mejoras inmediatas como la atención al turista, la señalización, la promoción y publicidad. Consideran que al mejorar las debilidades turísticas se puede ofertar servicios y productos turísticos adecuados para garantizar su calidad, vayan acorde al espacio natural y cultural satisfaga las necesidades del turista y mejore la calidad de vida de todos los involucrados.

4.2. Análisis de entrevistas

Nombre del Entrevistado: Mariana Perugachi.

Ocupación: Presidenta de la Comunidad de Tangalí.

¿Desde cuándo vive usted en Tangalí?

Crecí en Tangalí, ya son 39 años que vivo en la comunidad, mi familia es de la comunidad así que hemos llevado nuestra vida aquí desde siempre.

¿Cuánto tiempo ha sido usted presidenta de la comunidad?

Este es mi segundo periodo, llevo siendo orgullosamente la presidenta de Tangalí 5 años, donde he sentido el respeto y respaldo por parte de los pobladores en todas las decisiones que mejoren y busquen el bienestar de la comunidad.

¿Ha ejecutado usted proyectos de desarrollo turístico en la comunidad?

En realidad no, hemos buscado la forma de que el turismo mejore en la comunidad, sin embargo no hemos tenido la ayuda necesaria por parte de personas que conozcan del turismo.

¿Según usted que recursos naturales posee la comunidad posee la comunidad?

Tangalí tiene algunos recursos naturales tenemos las aguas minerales que son de origen volcánico y son sagradas para la comunidad ya que ahí hacen rituales, la cascada es otro recurso donde acuden turistas, el río Tangalí que es para el riego y algunos suelen bañarse y hacer deportes.

¿Considera usted que estos lugares son atractivos turísticos?

Sí, porque tienen gran belleza y espiritualidad.

¿Qué lugares de recreación visita usted dentro de la comunidad?

Habitualmente voy a la cascada y aguas minerales.

¿Cuáles son las fiestas más representativas que se festejan en la Parroquia?

Las fiestas son el Inty Raymi, el coraza que son fiestas relevantes de la comunidad indígena kichwa, todo el año se prepara la organización de estas fiestas ya que atraen a muchos turistas, a ellos les gusta ver cómo se desarrolla las actividades en estas fechas especiales.

¿Cuál es la comida típica que oferta la comunidad?

La comida típica es el cuy, la chica del Yamor que se la hace por las fiestas del Inty Raymi, el pollo preparado de diferentes maneras y según el gusto de cada persona, comida que tiene la utilización del maíz, el champús entre otras comidas que son preparadas para degustar el paladar de la familia y de los visitantes.

¿Cuál es la vestimenta étnica de los pobladores de la comunidad?

Se conserva la tradición en la población femenina, el traje típico está formado por: camisa larga bordada de varios colores, anaco negro y blanco, wawachumbi (faja de colores), wallka (manillas), fachalina, aretes largos y alpargatas.

El hombre ya no utiliza el poncho y en su reemplazo se viste con chompas y sacos de lana, pero la ropa típica se utiliza para eventos importantes y es: camisa de manga larga, pantalón blanco, alpargatas y sombrero.

¿Considera usted que se ha perdido la identidad cultural?

Sí, creo que los jóvenes son los que más sufren la pérdida de identidad cultural, se dejan llevar por modas de otras culturas y no valoran la suya, por eso creo que es importante que los padres eduquen a sus hijos para que no pierdan la esencia indígena y por ende sigan manteniendo la cultura a través de los años.

¿Cree usted que la identidad cultural es atractiva a los turistas?

Si, nuestra cultura, la vestimenta, la gastronomía, el idioma en fin el acervo cultural es muy atractivo para los turistas que visitan la zona, ellos

quedan maravillados al conocer nuestra cultura, las fiestas y todo lo que la comunidad indígena realiza en su diario vivir.

Demanda Turística

¿Recibe turistas la comunidad de Tangalí?

Si.

¿Con cuanta frecuencia reciben turistas?

Una o dos veces por mes, en los meses de junio y agosto por las fiestas del Inty Raymi se intensifica las visitas de los turistas.

¿Qué tipo de turistas visitan la zona?

Turistas nacionales y algunos turistas extranjeros.

¿Le gustaría que se incremente el número de visitas de turistas?

Por supuesto me encantaría que Tangalí sea conocida a nivel nacional y vengan turistas de todas partes.

Oferta Turística

¿Qué ofrece la comunidad de Tangalí al turista?

Ofrecemos muchas cosas como hospedajes, alimentación y algunas vistas a los atractivos turísticos que anteriormente le mencione, sin embargo, considero que algunos de ellos deben ser mejorados para la satisfacción del turista.

¿Qué tipo de actividades turísticas ofrece la comunidad al visitante?

Visita a los atractivos naturales, cabalgatas, caminatas, pueden acampar, también pueden ir a las aguas minerales y hacer rituales de curación, visitar la cascada y descender, experimentar las actividades del diario vivir de la comunidad.

¿Qué tipo de alimentación se brinda al turista?

Se brinda comida típica como el cuy, la chica del yamor, pollo, también se prepara la comida que sea del agrado del turista, hay gente que visita la zona y desea comer otras cosas como ensaladas, frutas, sopas caseras entre otras alternativas de alimentación.

¿Qué tipo de hospedaje se ofrece al turista?

Hemos adecuado la casa comunal que ahora sirve para hospedaje con la capacidad de 30 personas, también hay gente que prefiere acampar pues les gusta el aire libre, otras familias han equipado sus hogares con el fin de dar hospedaje comunitario ya depende del gusto de cada turista.

¿Considera usted que se debe mejorar algunos aspectos de la comunidad, cuáles?

Sí, creo que nos hace falta trabajar mucho en publicidad para que den a conocer lo que Tangalí es y tiene por ofrecer a los turistas, de igual manera capacitar a la gente de la localidad para que den un buen servicio de hospedaje y alimentación sobre todo en sanidad, los senderos deben tener señalización, capacitar e inculcar a los jóvenes la importancia de la cultura, esos aspectos debemos mejorar para captar más turistas.

¿Está usted dispuesta a colaborar en el desarrollo de la actividad turística de su comunidad, de qué forma?

Por supuesto uno de mis propuestas es que la comunidad reciba más turistas y a su vez insertar a las personas en el desarrollo del turismo, gracias a su aporte estamos desarrollando el turismo de una manera sustentable y bien direccionada, mi apoyo es incondicional hacia sus ideas y mi compromiso es personal y de igual manera aportar económica para desarrollar las ideas que usted como estudiante de turismo y los pobladores tengan a bien proponer.

Nombre del Entrevistado: Fernando Anrrango

Ocupación: Presidente de la asociación de turismo “Tangalí Mágico Encanto”.

¿Desde cuándo vive usted en Tangalí?

Desde que nací es decir 43 años.

¿Cuándo fue fundada la asociación de turismo?

La asociación fue fundada en el año 2008, cuenta con 15 socios que forman parte de este maravilloso sueño y de igual forma sus respectivas familias están insertadas en este progreso.

¿Por qué nació la idea de fundar la asociación?

Nació la idea por que observamos que turistas venias a visitar la comunidad y se iban no se quedaban porque no había infraestructura, entonces nos reunimos varios comuneros para aportar ideas y desde ahí nació la idea de trabajar en conjunto para hacer cosas que incentiven a los turistas a venir.

¿Ha ejecutado usted proyectos de desarrollo turístico en la comunidad?

No se ha hecho ningún proyecto lo único que se ha hecho es fundar la asociación y trabajar según nuestros criterios.

¿Según usted que recursos naturales posee la comunidad?

Tangalí tiene algunos recursos naturales las aguas minerales, la cascada Inga Chaca, el río, la belleza paisajística, la naturaleza en general.

¿Considera usted que estos lugares son atractivos turísticos?

Si son atractivos porque son llenos de naturaleza y son bien cuidados.

¿Qué lugares de recreación visita usted dentro de la comunidad?

Todos, voy con mi familia a pasear y proponer alternativas para preservar el lugar.

¿Cuáles son las fiestas más representativas que se festejan en la Parroquia?

En la comunidad se celebra las fiestas típicas del pueblo kichwa que es el Inty Raymi, los San Juanes y el Coraza estas se las hace en determinadas fechas y son muy atractivas para el turista.

¿Cuál es la comida típica que oferta la comunidad?

La comida típica es el cuy, la chica del Yamor, el pollo, el champús entre otras comidas que son preparadas por personas que viven en la comunidad y sus manos laboriosas hacen magníficos platos que satisfacen los paladares de los turistas.

¿Cuál es la vestimenta étnica de los pobladores de la comunidad?

El traje típico de la mujer es la camisa larga bordada de varios colores, anaco negro y blanco, faja de colores, manillas y adornos en el cuello, fachalina, aretes largos y alpargatas.

El traje típico del hombre es: camisa de manga larga, pantalón blanco, alpargatas y sombrero.

¿Considera usted que se ha perdido la identidad cultural?

Un poco, a pesar de ser una comunidad kichwa muchos han adquirido costumbres de otros países como la música, la vestimenta principalmente en los jóvenes y está mal porque uno de los principales atractivos es la cultura y esta no debe perderse y es representativa de nuestro pueblo.

¿Cree usted que la identidad cultural es atractiva a los turistas?

Claro nuestra cultura y todo lo que ella encierra es atractiva para todos los turistas, somos un pueblo lleno de riqueza cultural única, por eso esto debe ser preservado y valorado por todos los habitantes de la comunidad.

Demanda Turística

¿Recibe turistas la comunidad de Tangalí?

Si hemos recibido turistas que quedan maravillados de nuestra comunidad.

¿Con cuanta frecuencia reciben turistas?

Unas dos veces por mes, depende del tiempo porque en las fiestas y campeonatos deportivos acuden más turistas.

¿Qué tipo de turistas visitan la zona?

Turistas de todo lugar y en ocasiones hemos recibido grupos de turistas extranjeros ya que, en ocasiones las empresas de turismo de Otavalo los taren para que conozcan.

¿Le gustaría que se incremente el número de visitas de turistas?

Claro me gustaría que vengan más turistas y se queden por algunos días para que puedan disfrutar de todo lo que ofrece Tangalí.

Oferta Turística

¿Qué ofrece la comunidad de Tangalí al turista?

Ofrecemos hospedaje en la casa comunal y en otras viviendas de los socios, alimentación variada y actividades de recreación como la visita a la naturaleza.

¿Qué tipo de actividades turísticas ofrece la comunidad al visitante?

Paseos a caballo, visitas a la cascada y caminatas, baños en las aguas minerales que son curativas, también en el río se puede realizar un viaje en el tubing son actividades que gracias a su ayuda y buena disposición recién las estamos implementando.

¿Qué tipo de alimentación se brinda al turista?

Comida típica como el cuy, la chica del yamor, pollo, champús eso referente a lo típico, pero también se prepara comida que el turista desea hechas por las mujeres que son parte de la asociación y que cada día inventan algo nuevo.

¿Qué tipo de hospedaje se ofrece al turista?

Gracias a los esfuerzos de la comunidad ahora la casa comunal sirve de hospedaje con capacidad para 30 personas, los socios han adecuado sus hogares para hospedar a pequeños grupos, y otros turistas prefieren acampar.

¿Considera usted que se debe mejorar algunos aspectos de la comunidad, cuáles?

Si una debilidad es el aspecto publicitario porque desconocen la existencia de la comunidad, la belleza paisajística, la cultura y actividades recreativas que se ofrecen, algunas agencias traen a los turistas pero nos gustaría que los visitantes conozcan a Tangalí a través del internet ya que es una herramienta que se usa en todo el mundo, por eso considero que su idea de hacer una página web es una gran oportunidad para fomentar el turismo en la comunidad.

¿Está usted dispuesta a colaborar en el desarrollo de la actividad turística de su comunidad, de qué forma?

Si, al ser presidente de la asociación pretendo ayudar en todo sentido para lograr el progreso de la comunidad, hacer que conozcan a Tangalí, vengan más turistas y gracias a su ayuda desinteresada estamos mejorando muchos aspectos turísticos para que conozcan a Tangalí, y estoy seguro que la población en general apoya las ideas en beneficio de la comunidad.

4.3. Análisis de inventarios de atractivos turísticos

Hace aproximadamente 5 años se enfocó como objetivo primordial el desarrollo de la actividad turística en el sector se fundó la asociación de turismo “Tangalí Mágico Encanto” quienes a través de sus esfuerzos han desarrollado esta ardua labor, actualmente se encarga de ofrecer

servicios y actividades turísticas que permiten una estancia agradable y placentera a los turistas.

El levantamiento de información fue realizado por la investigadora a través de la investigación de campo y la utilización de fichas de inventario, determinando así los siguientes atractivos de carácter natural y cultural.

4.3.1. Cascada Inga Chaca

Constituye un sitio natural relevante de la comunidad, tiene una temperatura de 12° C y posee un salto de 15 metros. El agua es transparente sin turbiedad y está rodeada de vegetación propia del lugar, dentro del recurso se puede realizar actividades como el ecoturismo. (Véase anexo 9).

4.3.2. Rio Tangalí

Es un atractivo turístico natural que tiene una temperatura de 12°C, el agua es algo turbia debido al arrastre de sedimentos, sus riberas están cubiertas por escasa vegetación ya que cerca de ellas se encuentran cultivos y pastizales, en este rio se practica rafting y tubing deportes preferidos por los jóvenes que buscan diversión y adrenalina. (Véase anexo 10).

4.3.3. Aguas Minerales

Son aguas subterráneas de color amarillo tenue y no presenta turbiedad, se les atribuye propiedades curativas en cuanto a enfermedades reumáticas y de la piel. Tiene una temperatura de 14°C a su alrededor se encuentra poca vegetación existen especies vegetativas como chilcas, aliso y cholán. Constituye uno de los principales atractivos turísticos de la comunidad donde se practica turismo de salud. (Véase anexo 11).

4.3.4. Grupo étnico Kichwa Otavalo

La comunidad de Tangalí está habitada en su mayoría por gente de la nacionalidad Kichwa, son comunidades que fundamentan su economía en la actividad agropecuaria y comercial. Expresan su espíritu de colaboración a través de mingas, se experimenta un proceso de profesionalización de músicos como fuente de ingresos.

La base de su alimentación es el maíz, entre la bebida tradicional se destaca la chicha de maíz y entre sus platos típicos se destaca el cuy con papas, yamor, colada de churos entre otros.

Su vestimenta aún conserva rasgos tradicionales, los hombres llevan camisa y pantalón blanco con poncho bicolor y alpargatas, la vestimenta femenina conformada por blusa de mangas con bordados llamativos, anaco, fachalina, faja, hualca, manillas y alpargatas. (Véase anexo 12).

4.3.5. Música Andina

Constituye una manifestación cultural propia del pueblo Kichwa la música y danza constituyen elementos indisolubles en el acervo cultural y nace en el seno familiar, la música viene acompañada del baile expresado y representado por los movimientos del sol. El principal instrumento utilizado es la flauta transversa con la cual se entonan maravillosas melodías. (Véase anexo 13).

4.3.6. Artesanías

Los pobladores de la comunidad de Tangalí son magníficos artesanos, la artesanía nace en la época colonial, las mujeres españolas inculcaron a las mujeres indígenas el arte del bordado y esto se ha mantenido de generación en generación. Los bordados son reconocidos a nivel nacional entre los productos elaborados están: vestidos, blusas, bolsos, manillas

que son confeccionados con hilo de lana, tela poliéster y telas de lienzo, productos que son comercializados en la reconocida plaza de ponchos. (Véase anexo 14).

4.3.7. Inty Raymi

Entre las fiestas más importantes que se celebra en la comunidad de Tangalí es el Inti Raymi o padre sol, celebrada en el mes de septiembre en esta fiesta se puede apreciar claramente el esquema mental de los hombres andinos porque sus bailes siempre se dan de manera circular hacia un lado y el otro en forma de agradecimiento al sol por el fruto germinado, el maíz que ha llegado a su punto de madurez.

Se realiza ritos muy vinculados a la naturaleza y a la integración de sus fuerzas, gastronomía auténtica, música y danza indígena, expresiones lingüísticas ancestrales, danzas religiosas, resistencia física al bailar este constituye un ritual masculino. (Véase anexo 15).

4.3.8. Fiesta del Coraza

El Coraza es una festividad ritual milenaria en las comunidades del cantón Otavalo y en Tangalí también es celebrada con gran entusiasmo, festividad que tradicionalmente se realiza en la Semana Santa en el mes de abril donde se da un agradecimiento a la Pacha-mama por los primeras germinaciones de los granos de maíz y en el mes de agosto que se festeja el descanso de la Pacha-mama.

En la festividad las comunidades viven la religiosidad ancestral centrada en el ciclo agrícola anual del maíz y las divinidades supremas hoy representadas en algunas imágenes de santos católicos como San Luis y la Virgen María, sincretismo de concepciones, que bien puede dar

ocasión a confusiones, dando origen a un Coraza diferente que tiene un alma andina y un cuerpo cristiano. (Véase anexo 16).

4.3.9. Cuyes de Tangalí

La comunidad es reconocida por su variada gastronomía dentro de la cual se destaca el cuy. El producto es garantizado por que los animales provienen de criaderos de los pobladores, después de sacrificar al cuy se lo aliña con sal y ajo por 15 minutos posteriormente se lo fríe o asa depende del gusto del turista, el cuy viene acompañado de papas, maíz tostado, arroz y ají. (Véase anexo 17).

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

1. La comunidad cuenta con varios recursos naturales como el río Tangalí indispensable para la actividad agropecuaria, la cascada Inga Chaca es un potencial natural famoso por su belleza paisajística, flora y fauna endémica, las aguas minerales es uno de los atractivos turísticos naturales más relevantes de la comunidad donde se practica turismo de salud y a sus aguas se le atribuye poderes curativos.
2. Los recursos culturales que posee Tangalí son caracterizados por las costumbres y tradiciones propias del pueblo Kichwa Otavalo que habita en la comunidad, la música y danza andina son elementos indisolubles en el acervo cultural y son protagonizadas en fiestas, ceremonias y rituales. La vestimenta conserva rasgos significativos de la etnia indígena, el 77% de los pobladores son bilingües es decir hablan kichwa y castellano, las festividades celebradas son el Inty Raymi, San Juanes y el Coraza actividades que orienta a la comunidad a convertirse en un destino turístico de gran interés.
3. Las actividades de carácter turístico que más desarrolla la comunidad de Tangalí, comprenden el turismo de naturaleza y el

turismo rural donde se realiza caminatas y cabalgatas observando la belleza paisajística del sector haciendo que el turista que visita la zona experimente las costumbres y tradiciones de los pobladores. El turismo de salud es desarrollado en las aguas minerales donde se realiza rituales de sanación espiritual por parte de un shaman o curandero del sector.

4. La gastronomía del sector es variable y se puede deleitar variedad de platos típicos en un ambiente familiar, el turismo deportivo se realiza en menor proporción a pesar de que existan las condiciones para efectuar otras actividades de carácter turístico aún no se las ejecuta pero están enmarcados en el plan de desarrollo local.
5. La oferta turística de la comunidad constituye las caminatas y paseos a caballo por los atractivos turísticos naturales más relevantes de Tangalí, campamentos vacacionales, ferias artesanales donde se expone artículos elaborados por grandes artesanos de la comunidad, fiestas populares, eventos deportivos, hospedaje y alimentación aspectos que la comunidad ofrece al turista para satisfacer sus necesidades e incentivar la visita periódica de los mismos. La demanda turística es caracterizada por turistas nacionales emisores de las ciudades de Quito, Otavalo e Ibarra.
6. El perfil del visitante comprende personas mayores a 15 años y son principalmente estudiantes y empleados. La frecuencia de visitas a la comunidad varía de una a dos veces por mes actividad motivada por la oferta turística del sector, suelen acompañar sus viajes con pareja, grupo de amigos y familiares. El principal medio de información utilizado por el turista para acceder a los destinos es el acceso a páginas web.

7. Existen aspectos de carácter turístico como la atención al turista, la promoción y publicidad que necesitan mejoras y así poder ofertar servicios y productos turísticos acordes al entorno natural y cultural de la comunidad de la zona, satisfagan las necesidades turísticas de la demanda y mejore la calidad de vida de los involucrados.

5.2. Recomendaciones

1. Ejecutar estrategias de promoción y publicidad para difundir los atractivos turísticos naturales – culturales, actividades y servicios de carácter turístico que oferta la comunidad de Tangalí acción que permita la afluencia de turistas nacionales y extranjeros hacia la comunidad y la convierta en un destino turístico referente de la sierra norte del país.
2. Incentivar la participación del gobierno seccional para emprender proyectos de desarrollo social y turístico mediante el uso sostenible de los recursos naturales y culturales, fomentando la participación activa de todos los involucrados.
3. Fomentar la participación de Agencias de Viajes de la ciudad de Otavalo para involucrar a la comunidad de Tangalí dentro de sus planificaciones de tours y promocionar nuevos destinos turísticos que satisfaga las expectativas del turista.
4. Impartir programas de capacitación turística en temas relacionados con manipulación de alimentos, guianza, atención al cliente y otros temas de carácter turístico, esto es determinante para mejorar la calidad de servicios que se ofrecen y permitan mejorar el nivel de satisfacción del turista durante su estadía.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la Propuesta.

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB QUE DIVERSIFIQUE Y PROMOCIONE LA OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE TANGALÍ.

6.2. Justificación e Importancia

En la última década se ha evidenciado un gran crecimiento de la actividad turística, miles de personas viajan cada año para disfrutar de los distintos entornos naturales y culturales, la actual demanda turística busca distintos tipos de experiencias y es atraída por los potenciales y servicios turísticos que oferte un determinado destino.

La comunidad de Tangalí está ubicada en un sitio geográficamente privilegiado rodeada de una diversidad de atractivos naturales y poseedores de una gran riqueza cultural, elementos que la convierten en un sitio ideal para el desarrollo de actividades y servicios turísticos que actualmente se están ejecutando acciones que satisfacen las expectativas del visitante. Sin embargo, la falta de ejecución de planes de promoción y publicidad turística, ha ocasionado que la afluencia de turistas al sector sea muy reducida.

La tecnología se va desarrollando día a día en todo el mundo, Ecuador no se ha quedado atrás las páginas web constituyen una herramienta virtual que ha permitido dar a conocer la diversidad de un atractivo, ayudando al crecimiento turístico, ecológico y económico del país, representa la forma más factible de esparcir publicidad.

Por lo expuesto anteriormente, es necesaria la elaboración de una página web que diversifique y promocióne la oferta turística de la comunidad de Tangalí, sector que pertenece a la parroquia de San José de Quichinche del cantón Otavalo. Mediante la elaboración de la página web se pretende promocionar los potenciales turísticos del sector, las actividades turísticas que se realizan en cada uno de los atractivos y los servicios que se brindan en ellos, de esta manera garantizar la aceptación del visitante, posicionarse en el mercado turístico y convertir a la comunidad en un referente turístico de la sierra norte del Ecuador.

Siendo Tangalí una comunidad que está equilibradamente organizada la presente propuesta enmarca un beneficio común, el apoyo comunitario es de esencial importancia para desarrollar la propuesta quienes participaran de forma activa, organizada y a medida de sus posibilidades en cada una de las acciones que se deba tomar para el desarrollo de la actividad turística en el sector, fomentando la unidad y el equilibrio de las dimensiones ambientales y culturales mejorando la calidad de vida de todos los involucrados.

6.3. Fundamentación

6.3.1. Fundamentación educativa

La presente propuesta constituye un apoyo en la planificación escolar y es una herramienta activa en la formación de los niños y adolescentes de la comunidad de Tangalí, no solo en el ámbito tecnológico sino también aportando en el desarrollo de valores humanos, la valorización de su identidad cultural, el conocimiento de su localidad, el desarrollo social y la preservación del medio ambiente en el que desarrollan sus actividades diarias.

6.3.2. Fundamentación social

Con la elaboración de la página web bilingüe los pobladores de la comunidad de Tangalí podrán acceder a información detallada de los atractivos naturales de su localidad, de las manifestaciones culturales que posee su pueblo natal y poder transmitirlos a los turistas quienes se enriquecerán de sus experiencias y conocimientos fomentando así la unidad e intercambio de culturas.

6.3.3. Fundamentación turística

El turismo sostenible es una de las tendencias más innovadoras y a la vez menos perjudiciales para la naturaleza, la presente propuesta contempla aspectos enmarcados dentro de este tipo de actividad, por lo tanto gracias a las características físicas y culturales que posee la zona, ésta se convierte en una alternativa interesante y atractiva para que los potenciales turistas visiten la comunidad de Tangalí satisfagan sus expectativas y motiven periódicamente su visita.

6.4. Objetivos

6.4.1. General

- Diseñar una página web que diversifique y promocióne la oferta turística de la comunidad de Tangalí.

6.4.2. Específicos

1. Determinar el soporte tecnológico que se va a utilizar en el diseño de la página web.
2. Estructurar la información, fotografías y datos turísticos que forman parte del esquema de diseño de la página web.
3. Sociabilizar el diseño de la página web a los actores involucrados en el desarrollo turístico de la comunidad de Tangalí.

6.5. Ubicación sectorial y física

La propuesta se llevará a cabo en Ecuador, en la provincia de Imbabura, cantón Otavalo, parroquia San José de Quichinche específicamente en la comunidad de Tangalí localizada a 12 km de Otavalo. La presente propuesta está dirigida a los pobladores de la comunidad y potenciales turistas que visiten la zona.

6.6. Desarrollo de la Propuesta

6.6.1. Introducción

Los orígenes del uso de las páginas web se sitúan desde la década de los noventa cuando un grupo de científicos comenzó a trabajar en un

sistema de documentación que permitiera intercambiar información entre los investigadores.

El objetivo consistía en lograr que los datos fuesen accesibles independientemente del tipo de computadora utilizada, sin importar su ubicación, configuración o sistema operativo. Como resultado se obtuvo un conjunto de normas y especificaciones técnicas para regular la transmisión de datos en red y garantizar que cada usuario pudiera leer y mostrar la información correctamente.

Aunque el destino inicial de la web era el intercambio de documentos científicos entre investigadores, pronto se convirtió en un instrumento para la publicación de todo tipo de información, comenzaron a asomar las primeras limitaciones de la web, ya que el interés de sus creadores había sido desarrollar una lógica estructural para la creación de documentos y dejaron de lado los aspectos visuales de la distribución de la información.

Las páginas generadas a partir del lenguaje html carecían de atractivo visual, y obviaban el progreso del diseño gráfico, desde su versión inicial hasta la actualidad esto ha ido evolucionado y adoptando nuevas funcionalidades para ampliar su capacidad en la presentación gráfica de la información. A la vez, los diseñadores de sitios web utilizan herramientas que permiten un mejor manejo de los elementos visuales. Entre ellas se encuentran programas como adobe, Macromedia dreamweaver y Microsoft frontpage.

Desde sus inicios, el desarrollo de páginas web ha sido homogéneo y ordenado, varias organizaciones especialmente empresas de carácter

turístico han puesto a disposición contenidos multimedia para promocionar y difundir un destino turístico.

6.6.2. Definición de página web

Una página web es un conjunto organizado y coherente de archivos en formato html, objetos, gráficos, animaciones, sonidos, videos, entre otros elementos; cuya temática puede ser variada y posee un diseño muy atractivo que logra atraer e interactuar con los potenciales clientes.

6.6.3. Componentes de la página web

La expresión de página web viene de world wide web siglas que se utilizan al comienzo de una dirección de página web, puede contener texto e imágenes además se le puede añadir sonido, animaciones o interactividad a las páginas, lo cual le da atractivo a una página web.

A diferencia de la publicación de un libro, o la producción de un material para ser emitido por televisión, la implementación de una página en la web, para que pueda ser visualizada eventualmente por millones de usuarios, es algo relativamente simple si se dispone de las herramientas adecuadas. Es importante destacar que el proceso de desarrollo de una página en la web se compone de tres etapas fundamentales que son:

a) Pre diseño o conceptualización

Etapa primordial en la cual se definen los objetivos básicos que darán sentido al hecho de conformar una página en la web y se establecen las características que tendrá la página, tanto en su contenido como en su estética.

b) Construcción

Constituye la etapa en la cual se da forma a la página, de modo tal que pueda ser interpretada convenientemente por un visualizador web, básicamente mediante las etiquetas correspondientes al lenguaje html.

c) Promoción de la página

En esta etapa se plantea las estrategias de difusión y presencia activa dentro de la Web.

6.6.4. Elementos de diseño de la página web.

Son considerados elementos de diseño todos aquellos que permitan elaborar la página web mismos que interactúen entre si y se condicionen mutuamente dentro de ellos tenemos: objetivos, público, estructura, y contenidos.

a) Objetivos

La falta de definición de objetivos ha sido una constante en el boom de los negocios en la web, antes de diseñar cualquier modelo de página web se recomienda definir objetivos y metas, analizar los recursos técnicos, financieros y humanos necesarios para su logro.

Además, es necesario precisar el alcance y profundidad de los contenidos a colocar en las páginas del sitio, en esta acción conviene que participen todas las personas que están interesadas en el éxito del proyecto.

b) Público

Una vez determinado el propósito del sitio surge la necesidad de definir y caracterizar su público. Es necesario identificar al público, el tipo de

interfaces, la estructura y las características del mercado a los cuales dirigimos nuestro producto.

Al hablar de público nos referimos a aquella parte de la población a la que pretendemos influir con el mensaje y está estrechamente vinculado con las necesidades, intereses, inclinaciones, gustos, preferencias de los potenciales clientes.

En su obra Modelos para el desarrollo de sitios web HORTON, Lynch (2000) caracteriza al público o usuarios en tres grandes grupos:

- ✓ **Internautas.** Aquellos que se deslizan por la red y hojean las páginas principales como si fueran portadas de revistas. Es posible captar su atención mediante la utilización de gráficos y enunciados claros acerca del contenido del sitio web.
- ✓ **Usuarios ocasionales.** Prefieren páginas de carácter general y que le permitan visualizar el conjunto de la información, buscan páginas que sean completas y claras. Los gráficos a utilizar deben ser susceptibles, es importante colocar mapas, glosario de términos técnicos y una sección donde se responda a las preguntas más frecuentes formuladas por los usuarios.
- ✓ **Usuarios expertos.** Este grupo lo constituyen quienes acceden a los sitios web con objetivos específicos y buscan acceder a la información en forma certera y rápida. Generalmente se impacientan ante múltiples menús gráficos con pocas opciones y prefieren menús de textos detallados, índices amplios con la información y un ágil acceso a los resultados de búsqueda.

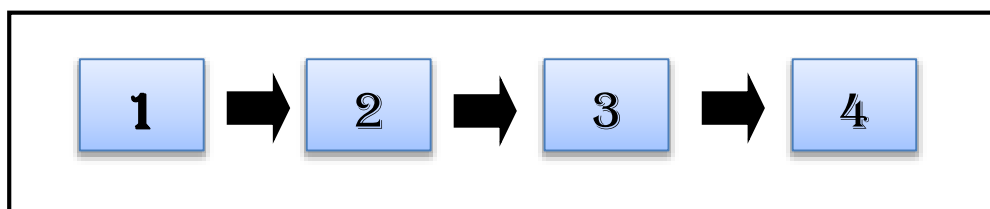
- ✓ **Usuarios internacionales.** Los lectores de una página web pueden estar en diferentes países con distintos lenguajes y pautas culturales. Si la intención es llegar a usuarios internacionales, además de traducir las principales páginas del sitio se debe tener cuidado con el uso de siglas u otro icono que pueden ser interpretadas en forma diferente.

c) Estructura

La organización de la información es uno de los aspectos más importantes en el proceso de desarrollo del diseño. La interacción básica del usuario con el sitio web es mediante el clic en los diferentes vínculos por lo cual es preciso estructurar la información de acuerdo con la lógica del usuario de acuerdo con los intereses y necesidades de los mismos.

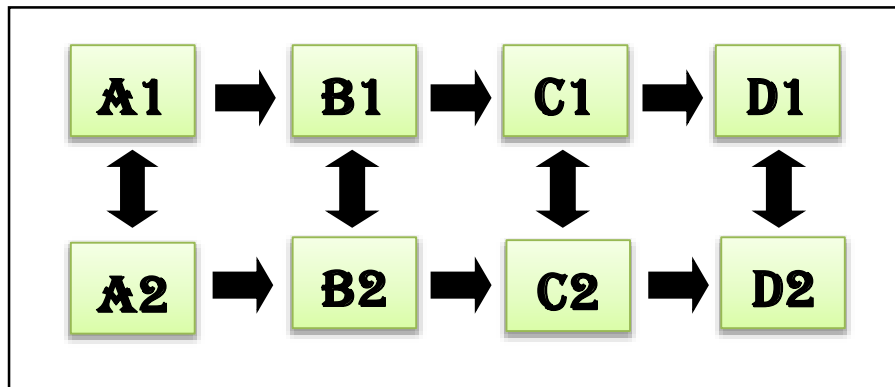
Una vez organizada la información es necesario trasladar esa organización a la estructura de la página web, HOROTN, Lynch (2000) señalan cuatro maneras de estructurar un sitio web:

- **Secuencial.** Es la forma más sencilla de organización, puede darse a partir de una cronología, un ordenamiento alfabético que vaya desde lo general hasta lo específico.



Cuadro 3: Estructura de navegación secuencial.
Fuente: Modelos de sitios web
Elaborado por: FLORES, A (2014)

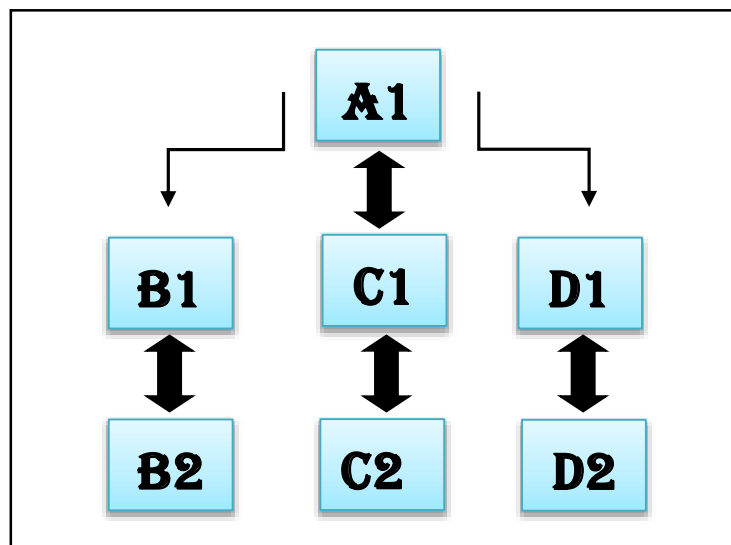
- **Retícula.** Se conectan dos o más líneas secuenciales para relacionar variables, las bases de datos accesibles desde la web presentan este tipo de estructura. Su principal punto débil es que la organización en retícula es de difícil comprensión, por lo cual es conveniente reservarla a usuarios más experimentados.



Cuadro 4: Estructura de navegación retícula.

Fuente: Modelos de sitios web
Elaborado por: FLORES, A (2014)

- **Jerarquía.** Es una estrategia para organizar cuerpos de contenidos complejos. Tiene la ventaja de que se adecua perfectamente a la organización de un sitio web ya que generalmente se accede a él desde una página que enlaza a los diferentes contenidos. Además, es una estructura en la que los usuarios se sienten cómodos.



Cuadro 5: Estructura de navegación jerárquica.

Fuente: Modelos de sitios web
Elaborado por: FLORES, A (2014)

Definir la estructura de navegación en un sitio web permite:

- ✓ Facilitar al usuario todos los enlaces que le puedan resultar necesarios, el usuario debe tener la sensación de estar avanzando cuando navega.
- ✓ Indicar el camino de vuelta para que el usuario pueda retornar al punto anterior sin necesidad de hacer clic en el botón “atrás” de su navegador.
- ✓ Permitir que los enlaces externos, es decir, al contenido de otros sitios, aparezcan en una nueva ventana para que el usuario pueda seguir recorriendo el sitio anterior si lo desea.

No existe ninguna norma que indique cómo debe distribuirse la información en el sitio Web, sino que debe adecuarse al proyecto que se lleva adelante. Sin embargo, recomienda definir módulos que agrupen conceptos, definiciones y términos que tengan una relación entre sí.

4. Contenidos

Es aquella información significativa, interesante y útil, para el público, se debe tomar en cuenta lo que a ellos les interesa, y no lo que a nosotros nos gustaría que les interese. El lenguaje utilizado para brindar la información en internet debe ser conciso, concreto y permita que el público escoja nuestras opciones.

Los contenidos básicamente son la gestión visual de información utilizando herramientas como la composición, la tipografía y la ilustración, para guiar el ojo del lector a través de la página, se debe organizar la

información utilizando elementos gráficos de acuerdo a una serie de principios que faciliten la lectura y ayuden a transmitir una idea.

Es importante prestar mucha atención de los elementos básicos a incorporar en cada página como color, ubicación de enlaces, tipografía, espacios en blanco, y gráficos para que las páginas web sean consistentes y previsibles en su estructura.

6.6.5. Contenidos de la página web de Tangalí

La recolección de los contenidos para la página web se realizó a través de un diagnóstico situacional de la población que desprendió información económica, política y social de la comunidad, a su vez se hizo un estudio y análisis de los atractivos, servicios y actividades turísticas que la comunidad de Tangalí ofrece al visitante.

Para la recolección de los contenidos de carácter turístico se procedió a realizar un inventario de atractivos turísticos, posteriormente, se evaluó y se designó los mejores elementos de carácter social, natural y cultural que actualmente forman parte de la propuesta. (Véase anexos 9 - 18).

6.6.6. Diseño de Página Web de Tangalí

a) Características generales.

La página principal del sitio se ha estructurado como menú y los enlaces se ofrecen a través de imágenes y texto, tiene una amplia área destinada a mostrar imágenes, mientras que el texto informativo se encuentra al final de la misma.



Ilustración 1: Página de inicio.
Fuente: Pagina web Tangalí (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)



Ilustración 2: Página de inicio inglés.

Fuente: Pagina web Tangali (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

El sitio web presenta en el fondo una fotografía del río que lleva el mismo nombre de la comunidad, con información en modo de texto, diseño creativo y llamativo para los potenciales clientes, el logotipo hace contraste con el diseño y se presenta un menú detallado de las actividades que se realiza en la zona.

La navegación y los gráficos tienen la misma apariencia en todo el sitio, con la opción de cambiar el idioma si así lo requiere el navegador; también se incluye archivos multimedia como música indígena de fondo, los vínculos o enlaces de la página están relacionados con entidades públicas que brindan información turística.

b) Imagen institucional

Existen algunas características y particularidades de la web derivadas tanto de su configuración tecnológica como de las prácticas de uso que hacen necesaria alguna referencia a la construcción de la imagen de una institución desde la web.

La Asociación de Turismo de la comunidad de Tangalí es una empresa dedicada a ofrecer servicios y actividades de carácter turístico a los visitantes de la zona, por ende constituye la única organización realiza estas acciones dentro de la comunidad. Se elaboró un logotipo que enmarca el acervo natural y cultural de Tangalí con el eslogan mágico encanto frase propuesta por los socios de la asociación antes mencionada.



Dentro del diseño, el color juega un rol primordial en la construcción de una imagen como elemento identificador, al diseñar la página y el logotipo se consideró importancia del atractivo como tal y del color como elemento expresivo y de significado. Se utilizó colores como el azul, verde, negro, amarillo y blanco a continuación se detalla el significado o sensaciones asociadas a los colores.

- **Blanco.** Representa honestidad, inocencia, paz y serenidad, el blanco se debe utilizar en letras nunca de fondo porque todos los colores, por fuerte que sean, pierden brillo y vida al ser utilizados sobre un fondo blanco.
- **Negro.** Fuerte, serio y sofisticación, al ser utilizado como fondo realza los colores.
- **Azul.** Calma, respeto, dignidad, cielo, dulzura, agua, y honradez. Este color acentúa los colores cálidos.
- **Amarillo.** Luminoso, vital, extrovertido, luz. Su uso moderado y contrastado aporta alegría.
- **Verde.** Naturaleza, salud, esperanza y tranquilidad. Se destaca con el azul y el amarillo y su mezcla invita a la calma y el reposo.

El uso adecuado de los colores en el diseño de un sitio web constituye una estrategia para la promoción del sitio en el internet. Se trata de recrear una experiencia de navegación agradable al usuario, poner a su alcance la información necesaria, y permitir la consulta del sitio web a la mayor cantidad de público.

c) Organización y contenidos

Uno de las características más llamativas de sitio, es la cantidad de vínculos que ofrece al usuario, ocho en el menú vertical de la izquierda, cada vínculo incluye información relevante de la comunidad, con una fotografía como fondo principal y cuatro imágenes adicionales en el centro que describe las actividades y servicios turísticos que oferta la comunidad.

1. Encabezamiento

El encabezamiento de la página web está formado por tres elementos: el logotipo de la asociación de turismo de la comunidad de Tangalí que

representa la imagen institucional y enmarca los atractivos naturales y culturales de la zona.

El menú principal donde se detalla aspectos como: quienes somos, atractivos naturales, atractivos culturales, servicios turísticos, que hacer, como llegar, galería y contactos vínculos que desprenden información importante de cada encabezado, una bandera que indica el cambio de idioma si así lo requiere el usuario.



Ilustración 3: Encabezado página web.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)



Ilustración 4: Encabezado página web inglés.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

La banda de color recupera los colores identificativos de la comunidad para marcar su identidad. Se conserva el verde, mientras que el blanco asume una tonalidad cálida, el color negro es adecuado para diferentes navegadores y sistemas operativos.

2. Enlaces

Los enlaces de navegación básica constituyen elementos indispensables en la arquitectura informativa del sitio. Permiten al usuario recorrer el sitio y acceder a cada una de sus secciones.



Ilustración 5: Enlaces página web.
Fuente: Pagina web Tangalí (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

En la presente página web los enlaces son claros, funcionales y consistentes que proporcionan un menú de navegación básica que permite el acceso a cada sección. El diseño del menú simula una botonera, los enlaces están ubicados dentro de recuadros y el conjunto

está titulado de acuerdo a la opción que el usuario desea obtener información.

El título aparece en la pantalla cuando el usuario coloca el puntero del mouse sobre el hipertexto. Al hacer clic en los vínculos se desprenden enlaces como: quienes somos, atractivos naturales, atractivos culturales, servicios turísticos, que hacer, como llegar, galería y contactos.



Ilustración 6: Enlaces página web inglés.

Fuente: Pagina web Tangali (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

La utilización de enlaces de hipertexto en el diseño de un sitio web es indispensable pues se descargan más rápidamente y pueden ser modificados con facilidad, son lo suficientemente claros para evitar las dudas acerca del contenido.

3. Cuerpo de la página

Es la zona de la página donde se incluye la información específica que se quiere mostrar. Constituye la parte más dinámica y la que se modifica con más frecuencia, por lo tanto debe ser sencilla de actualizar. Es importante que la información se muestre claramente y se oriente al usuario con títulos y subtítulos que describan claramente el contenido.

Los títulos y subtítulos empleados en el sitio web de Tangalí están en formato de texto y se destacan por su tamaño y el uso de negrita.

A continuación se detalla la información que posee página web de la comunidad de Tangalí y aspectos relevantes de cada vínculo.

Quienes somos: los usuarios pueden conocer aspectos generales de la comunidad localización, actividades económicas a las que se dedican, información generalizada acerca de atractivos naturales, atractivos culturales propias de un pueblo kichwa, datos sobre la asociación de turismo. En la parte derecha hay dos párrafos que sintetizan aspectos de carácter turístico.

Comunidad de Tangali

"Somos una comunidad de la etnia indígena Kichwa Otavalo localizada a 17km de la ciudad de Otavalo vía a Selva Alegre, a una altura de 2723 msnm, con una temperatura promedio de 12°C.

Gran parte de los pobladores se dedican a la agricultura que constituye la principal actividad económica. La zona se caracteriza por tener una belleza natural única con paisajes geográficos destacados y variedad de ecosistemas envidiables y apreciados por los turistas que nos visitan.

Al ser una etnia Kichwa gran parte de los pobladores conservan rasgos significativos como son la vestimenta, el idioma, la música, danza, festividades y rituales propios de la etnia que conforme pasa el tiempo se siguen revalorizando y cultivando de generación en generación.

Hace aproximadamente 3 años se enfocó como objetivo primordial el desarrollo de la actividad turística en el sector, al analizar que el turismo podría constituir un ingreso económico extra y permitiría dar a conocer los encantos de la comunidad y a su vez preservarlos se constituyó la asociación de turismo "Tangali Mágico Encanto" quienes a través de sus esfuerzos han desarrollado esta ardua labor, actualmente se encarga de ofrecer servicios y actividades turísticas que permiten una estancia agradable y placentera a los turistas.

Tangali es una comunidad llena de riqueza natural y cultural, quien visita la zona queda maravillado con las experiencias que aquí ofrecemos, te animamos a conocer este paisaje lleno de encanto y misterio te aseguramos que no te arrepentirás."

Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★★★★★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."

★★★★★

Ilustración 7: Cuerpo de página.
Fuente: Pagina web Tangalí (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Atractivos Naturales: información recabada acerca de los potenciales turísticos naturales dentro de ellos tenemos la cascada inga chaca, el rio Tangalí y las fuente de agua minerales.

Tangali
Mágico Encanto

Quiénes Somos **Atractivos Naturales** **Atractivos Culturales** **Servicios Turísticos**

¿Qué Hacer?

Cascada Aguas Minerales

Río Tangali

Ilustración 8: Enlaces Atractivos naturales.
Fuente: Pagina web Tangalí (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

CASCADA INGA CHACA

"A solo 8 kilómetros del centro de Tangali esta localizada la cascada "Inga Chaca" denominada así por los comuneros aborígenas de la zona, antiguamente, este lugar era utilizado únicamente para hacer rituales propios de la etnia Kichwa Otavalo, la persona de mayor prestigio y nivel social dentro de la comunidad celebraba ritos religiosos como el matrimonio donde el agua de la cascada representa fortaleza, unión y prosperidad para la pareja."

"Para llegar a este lugar se realiza una caminata o cabalgata de unos 45 minutos por un sendero interpretativo, durante el trayecto se puede apreciar de la belleza paisajística de la comunidad apreciando un sin número de especies de plantas y animales de granja. Al llegar al lugar observará una caída de agua de aproximadamente 15 metros de altura donde puede practicar deportes extremos, ingresar a tomar un baño, tomar fotografías o simplemente descansar y llenarse de la energía que emana este sitio."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★★★★★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."

★★★★★

Ilustración 9: Cuerpo de página cascada.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Río Tangali

"Tangali se caracteriza por tener una hermosa natural línea con paisajes geográficos destacados, al estar localizada al occidente es atravesada por el río que lleva el mismo nombre y constituye motor indispensable en el proceso de riego para cultivos de varios productos propios de la zona como maíz, frijol, cebada, arveja y papa."

"El río tiene 13 metros de ancho la calidad de agua es turbia con una temperatura de 10°C, posee una diversidad de flora y fauna, sus riberas están cubiertas por exótica vegetación. Las aguas de este río son aptas para la práctica de deportes acuáticos como el rafting y tubing actividad que es preferida por las jóvenes en busca de diversión y adrenalina."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★★★★★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."

★★★★★

Ilustración 10: Cuerpo de página río Tangali.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

AGUAS MINERALES

"Considero uno de los atractivos turísticos naturales más relevantes de la comunidad donde se practica turismo de salud, son aguas subterráneas localizadas a 25 minutos del centro de Tangali. El agua se encuentra a una temperatura de 14°C, su coloración es amarilla y no presenta turbiedad."

"Alrededor del lugar existen especies como chichas, aliso y cholón que embellican el complejo, dentro de éste hay 4 piscinas de diferentes dimensiones a las cuales el turista ingresa a bañarse con el propósito de sanar ciertas enfermedades."

"Según las comensuras, al llegar a este lugar se siente la energía que proviene de estas aguas a las cuales se les atribuye poderes curativos en cuanto a enfermedades de la piel y enfermedades reumáticas. Si el turista desea, hay el servicio adicional de shamanismo que consiste en ingresar a las piscinas de aguas minerales donde hacen una ceremonia especial de curación del cuerpo y alma. Post según la cosmovisión indígena aunque el cuerpo sea sanado es indispensable la purificación del alma para complementar y convertirse en un ser espiritualmente limpio."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★★★★★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta atípica con estalactitas en forma de tubos."

★★★★★

Ilustración 11: Cuerpo de página aguas minerales.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Atractivos Culturales: en esta opción el usuario puede informarse de las actividades de carácter cultural que la comunidad ofrece, música, danza, artesanías, rituales y fiestas como el Inti Raymi, San Juanes y el Coraza a su vez se detalla las fechas en las que se realiza estas festividades.



Tangali
Quiénes Somos **Atractivos Naturales** **Atractivos Culturales** **Servicios Turísticos**

¿Qué Hacer? **¿Cómo Llegar?** **Galera**

Música y Danza
Artesanías
Rituales

Inti Raymi
San Juanes
Coraza

Ilustración 12: Enlaces atractivos culturales.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

MUSICA Y DANZA

"La música y danza constituyen elementos indisolubles del acervo cultural de la etnia Kichwa Otavalo que habita la comunidad de Tangalí. La música es interpretada por cuartos indígenas que aprenden este arte en el seno familiar, estas melodías son interpretadas en fiestas populares, en ceremonias y rituales o simplemente para escucharla y llenarse de paz, tranquilidad y felicidad."

"El principal instrumento utilizado para la música andina es la flauta travesera, que según los indígenas tiene sexo masculino y femenino que posee fuerza natural para expresar su sentimiento y dialogar con el indígena a través de la música. En cuanto a los instrumentos de cuerdas estos deben pasar un proceso ceremonial consiste en dejar a la intemperie el instrumento desafinado, y dentro de poco, inexplicablemente el instrumento está afinado con una admirable precisión donde de ellas emana maravillosas melodías."

"La música andina viene acompañada del baile expresado a través de los cuerpos de los indígenas, algunas con ritmos propios y otras realizando coreografías circulares que representan el movimiento del sol, según su cosmovisión, al sentir la melodía el cuerpo se fusiona con ella y permite alcanzar la plenitud con la naturaleza."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★★★★★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."

★★★★★

Ilustración 13: Cuerpo de página música y danza.

Fuente: Pagina web Tangalí (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Artesanías

"Los campesinos de Tangalí también son grandes artesanos que plasman su arte en la elaboración de maravillosas artesanías, sus hábiles manos realizan todo tipo de artesanías confeccionadas con materiales propios de la zona, procesados y elaborados en sus hogares."

"Algunas pobladoras de Tangalí poseen maquinaria que sirve para procesar la lana y convertirla en hilo al mismo que es utilizado en la elaboración de cobijas, ponchos, blusas y bufandas. Otras se dedican exclusivamente al tejido a mano dándole realce a accesorios como boleros, mantitas, gorros y otros artículos que son comercializados dentro de la zona donde sus precios varían dependiendo del producto, además, al ser artículos bien elaborados son distribuidos en la famosa Plaza de Pallas de la ciudad de Otavalo."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★★★★★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."

★★★★★

Ilustración 14: Cuerpo de página artesanías.

Fuente: Pagina web Tangalí (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

RITUAL DE CURACION DEL MAL VIENTO

"Los indígenas Kichwa Otavalo también son creyentes de las malas energías una de esta energía negativa es denominada "mal viento" que únicamente lo puede curar o limpiar una persona hombre o mujer dotado por la pachamama con cualidades curativas.

Para las limpiezas del mal viento el yachak o curandero utiliza varias plantas que según su conservación poseen propiedades curativas que permite que la energía negativa se desprenda del cuerpo y emerja en las plantas para que no afecte a un ser con alma, plantas como: hortiga macho, hortiga hembra, marea, chilka blanca, además utiliza huevo de gallina, mazorca de maíz, tabaco, prenda de vestir, y el cuy estas elementos son pasados por todo el cuerpo del individuo acompañado de una serie de cánticos y rezos por parte de la persona que hace la limpieza.



Ilustración 15: Cuerpo de página ritual.

Fuente: Pagina web Tangali (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Inti Raymi

"El pueblo Kichwa Otavalo, como toda comunidad humana tiene sus propias particularidades en su filosofía, visión del mundo, sus valores sobre la vida, así como también sus propias manifestaciones culturales.

La comunidad de Tangali es un pueblo destacado porque han conservado ciertas apreciaciones que se manifiestan en la forma de apreciar el mundo, el universo y sus festinanzas. Todo esto se puede apreciar y simplificar en el proceso agrícola del maíz, este se da en un año y todo su proceso desde la siembra, aflojamiento, cosecha y preparación de la tierra están relacionados con las cuatro posiciones importantes de la tierra en relación con el Sol. Las fiestas más importantes de los Kichwa se dan con relación a estas posiciones de la tierra y el sol.

Entre las fiestas más importantes que se celebra en la comunidad de Tangali es el Inti Raymi o Padre Sol, celebrada en el mes de septiembre, en esta fiesta se puede apreciar claramente el esquema montal de las hembra andinos, por que sus bailes siempre se dan de manera circular, hacia un lado y el otro en forma de agradecimiento al sol por el fruto generoso, el maíz que ha llegado a su punto de madurez. Se realiza ritos muy vinculados a la naturaleza y a la integración de sus fuerzas, gastronomía autóctona, música y danza indígena, expresiones lingüísticas ancestrales, danzas religiosas, resistencia física al bailar este constituye un ritual masculino. Todos los indígenas forman parte de esta celebración que constituye todo el vivir, el pensar y actuar del indígena de Cotacachi.



Ilustración 16: Cuerpo de página Inty Raymi.

Fuente: Pagina web Tangali (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."



Atención

"El campaje es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."



SAN JUAN

"Desde épocas remotas la fiesta de San Juan ha sido uno de los hechos folclóricos más importantes en el que toman parte todas las comunidades indígenas de las Andes, en Otavalo lógicamente esta celebración se efectúa con variantes y de acuerdo a la parroquia o comunidad donde se realiza.

En Tangali es celebrado como un carnaval indio andino, tiene origen en la ceremonia de solsticio de verano y coincide con la recolección del maíz, luego de la llegada de los españoles la fiesta se efectúa bajo un sincretismo camélico es decir una mezcla de lo tradicional y el catolicismo.

Llegado el día 24 de junio las indígenas forman grupos de danzantes, todas ellas disfrazadas con caretas, polluelos, máscaras de Aya Hana, sombreros grandes y otros accesorios que con su respectivo acompañamiento musical bailan en círculos, los grupos de danzantes visitan durante 3 noches todas las casas de la comunidad y llegan al centro de Tangali para en actitud simbólica tomarse las pluma y cañas con su baile.



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."



Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con verbenales de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alíptica con estalactitas en forma de tubos."



Ilustración 17: Cuerpo de página San Juan.

Fuente: Pagina web Tangali (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Coraza

"El Coraza es una festividad ritual milenaria en las comunidades del cantón Otavalo y en Tangali también es celebrada con gran entusiasmo, festividad que tradicionalmente se realiza en la Semana Santa en el mes de abril donde se da un agradecimiento a la Pachamama por las primeras germinaciones de los granos de maíz y en el mes de agosto que se festeja el descanto de la Pachamama.

En la festividad ritual de El Coraza, las comunidades viven la religiosidad ancestral centrada en el ciclo agrícola anual del maíz y las divinidades supremas: Atzil-Pachakamak y Pacha-Mama, hoy representadas en algunas imágenes de santos católicos como San Luis y la Virgen María, sincretismo de concepciones, que bien puede dar ocasión a confusiones, dando origen a un Coraza diferente que tiene un alma andina y un cuerpo cristiano.

Esta festividad está llena de cantos indígenas de alegría, de vida y color, de integración, encuentros, matrimonios y aceptación de la vida.



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."



Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con verbenales de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alíptica con estalactitas en forma de tubos."



Ilustración 18: Cuerpo de página El Coraza.

Fuente: Pagina web Tangali (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Servicios turísticos: detalla el tipo de hospedaje y alimentación que la comunidad de Tangalí brinda a los turistas. Dentro del hospedaje se puntualiza: tipo de habitaciones, capacidad, número de habitaciones y opciones varias para cada tipo de visitantes. En cuanto a la alimentación detalla el tipo de alimentación y los productos que se usa para la preparación de platos y bebidas típicas.



Ilustración 19: Enlaces servicios turísticos.

Fuente: Pagina web Tangalí (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Hospedaje

"Tangali posee un maravilloso encanto natural acompañado de maravillosas costumbres propias del pueblo Kichwa que hacen de esta comunidad un lugar turístico que no puede dejar de visitar. El hospedaje que brinda Tangali es cómodo, accesible y apto para todo tipo de turistas. Los distintos hospedajes responden a las necesidades de los visitantes en el centro de la comunidad se encuentra la principal casa rural que brinda hospedaje, cuenta con 9 habitaciones distribuidas en matrimoniales y familiares, 4 baños, cocina, sala, chimenea, y un salón de eventos que habitualmente lo utilizan en reuniones de la comunidad. Las cobijas calentitas al sector tienen una capacidad menor y reciben grupos no mayores a 15 personas. Para si le gusta el aire libre y la naturaleza también se ofrece el servicio de camping, cerca de la casa rural se ha establecido un área de 50 metros para realizar esta acción. El precio del hospedaje varía según la temporalidad y número de personas."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★★★★★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."

★★★★★

Ilustración 20: Cuerpo de página hospedaje.
 Fuente: Pagina web Tangali (2014)
 Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Alimentación

"Tangali es una comunidad donde siempre ha existido la cocina familiar del buen saber, aquí hay una diversidad de platos que se ofrece al turista platos de comida típica, nacional y vegetariana depende del gusto. La comida típica es la más apreciada por los turistas que nos visitan, dentro de esta arte culinaria tenemos a: las cuyas que son preparadas fritas o asadas acompañadas de papa, mote y ensalada, el hervado, el pollo alimento consumido en el diario vivir éste puede ser asado, cocido o hecho en caldo. En cuanto a bebidas se prepara el Tumor que es una chicha fermentada con bajo poder alcohólico que se obtiene del fermento de los siete granos del maíz, se acompaña esta bebida con un succulento plato de fritada con mote, tortillas y empanadas. En finados es común servir un plato de champú que es una calada de harina de maíz con mote y papa, acompañadas de paucos de pan. Usted puede degustar varias comidas típicas de la zona que conservan costumbres heredadas de las tradicionales comidas andinas y satisfacen hasta el paladar más exigente."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★★★★★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."

★★★★★

Ilustración 21: Cuerpo de página alimentación.
 Fuente: Pagina web Tangali (2014)
 Elaborado por: FLORES, A. (2014)

¿Qué hacer?: en este enlace se detalla las actividades turísticas que la comunidad desarrolla entorno al turismo como: cabalgatas, caminatas, aviturismo, barranquismo, tubing y canopy.



Ilustración 22: Enlaces ¿qué hacer?
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)



Ilustración 23: Cuerpo de página cabalgatas.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Caminatas

"Una buena opción para los amantes del deporte al aire libre son las caminatas. Tangali ofrece este servicio a todos los turistas y depende del lugar a donde quieran dirigirse. Equipados con los implementos adecuados se arman grupos depende del número de personas, acompañados por el guía podrán realizar caminatas de 45 minutos hasta 3 horas a diferentes sectores de la comunidad. Durante el trayecto el guía hará paradas para narrar la historia de la comunidad, de los lugares a visitar, de flora y fauna del sector y despejará todas sus inquietudes haciendo de su estancia una experiencia única."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★★★★★

Atención


"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que llenan un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta atípica con estalactitas en forma de tubos."

★★★★★

Ilustración 24: Cuerpo de página caminatas.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Aviturismo

"Tangali es una zona privilegiada por su belleza paisajística y dueña de maravillosas atractivos naturales, si desea relajarse y observar las diferentes especies de aves que posee la zona el aviturismo es su mejor opción. Equipado con larga vistas y ropa adecuada usted podrá realizar caminatas donde se puede admirar la avifauna local en su entorno natural observando especies de aves propias de la comunidad, experiencia que le permite valorar la naturaleza y los seres que en ella habitan. Esta modalidad de turismo tiene cada vez más demanda entre los turistas, sobre todo de países de Europa, que están acudiendo a zonas especiales de protección de aves y a lugares con poblaciones importantes de aves en peligro de extinción."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★★★★★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta atípica con estalactitas en forma de tubos."

★★★★★

Ilustración 25: Cuerpo de página aviturismo.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Barranquismo

"Para las amantes de la aventura la comunidad de Tangali ofrece algunos deportes extremos que hará que afluere su adrenalina. La escalada se realiza en la cascada "Inga Chaca" que posee una caída de agua de 11 metros de altura. Durante el trayecto se realiza la caminata respectiva hacia la cascada, posteriormente se empieza a descender la cascada con ayuda de los guías y con el equipamiento adecuado. Por seguridad se practica habitualmente en grupo, el guía da una charla breve sobre el desarrollo de este deporte y entrega a los turistas el equipo adecuado que comprende: casco, traje de neopreno, calzado adecuado, arnés, cables de anclaje, un descensador (ochka) cuerda y mosquetones. El trayecto del descenso dura aproximadamente 20 minutos por persona, desde allí podrá observar la flora y fauna propia del lugar y experimentar la adrenalina de este deporte."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★ ★ ★ ★ ★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."

★ ★ ★ ★ ★

Ilustración 26: Cuerpo de página barranquismo.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Tubing

"El tubing es un deporte extremo que Tangali oferta hace aproximadamente un año, haciendo de éste una alternativa nueva y preferida por muchos turistas, se lo practica en el río Tangali que tiene 13 metros de ancho y una temperatura de de 10°C, sus aguas corrientosas permiten disfrutar a los turistas del tubing que son boyas amarradas entre sí que forman un pequeño bote apto para 5 personas debidamente equipadas con casco y chaleco salva vidas. Al estar en el bote las aguas del río permiten arrastrar al grupo por varios kilómetros permitiéndoles vivir una increíble aventura. El tubing es uno de los deportes de aventura en el que los turistas podrán disfrutar de emociones, adrenalina y juegos acuáticos."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★ ★ ★ ★ ★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."

★ ★ ★ ★ ★

Ilustración 27: Cuerpo de página tubing.
Fuente: Pagina web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Canopy

"El canopy es una polea suspendida por cables diseñada para que sean impulsadas por gravedad y deslizarse desde la parte superior hasta el fondo, en la comunidad de Tangalí usted podrá recorrerse en las diferentes tiras que se encuentran distribuidas en toda la zona. El canopy posee una altura de 53 metros y un diámetro de 75 metros. Para acceder a este deporte es necesario equiparse con casco, arnés, mosquetos y guantes, al momento de descender disfrutará del paisaje de la comunidad, sentirá correr el viento por sus mejillas y si desea experimentar un nivel más alto de adrenalina al soltar sus manos del arnés sentirá que está volando."



Atención

"Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."

★ ★ ★ ★ ★

Atención

"El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpica con estalactitas en forma de tubos."

★ ★ ★ ★ ★

Ilustración 28: Cuerpo de página canopy.
Fuente: Pagina web Tangalí (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

¿Cómo llegar?: esta opción está enlazada a google maps y permite a los potenciales clientes crear una ruta desde el lugar de residencia hasta el destino en este caso a la comunidad de Tangalí. La aplicación traza una ruta de color morado que permite al usuario el traslado seguro detallando vías de acceso hacia el lugar de visita.



Tangalí
 espacio ancestral.

Quiénes Somos **Atractivos Naturales** **Atractivos Culturales** **Servicios Turísticos**

¿Qué Hacer? **Rutas** **¿Cómo Llegar?** **Galería** **Contactos**

Ilustración 29: Enlaces ¿Cómo llegar?
Fuente: Página web Tangalí (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)



Ilustración 30: Cuerpo de página como llegar.

Fuente: Pagina web Tangali (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Rutas Turísticas: se presenta tres tipos de rutas turísticas las mismas que tienen su respectivo nombre, descripción y diseño de ruta las mismas que permitan a turista escoger la mejor opción de acuerdo a sus necesidades.



Ilustración 31: Enlaces Rutas

Fuente: Página web Tangali (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)



Ilustración 33: Cuerpo de página ruta 2.
Fuente: Página web Tangali (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Ruta: Viviendo Tangali

Nombre de Ruta: Viviendo Tangali.
Duración: Dos días una noche.
Carácter: Natural - Cultural.
Mercaado Objetivo: Turista Nacional- Extranjero
Descripción de la Ruta

Día uno:
Iniciaremos nuestra visita a la Cascada Inga Chaca denominada así por los comuneros aborígenes de la zona utilizada para la realización de rituales propios de la etnia Kichwa Otavalo, caminaremos hacia el lugar aproximadamente 1 hora y 30 minutos donde usted puede disfrutar de la belleza paisajística y de un baño en las aguas de la cascada que tiene una caída de 15 metros de altura, y si es amante de la adrenalina el barranquismo es su mejor opción.
Almuerzo: Posteriormente nos dirigiremos al centro de la comunidad a degustar de un exquisito almuerzo preparado por las manos laboriosas de los pobladores de la comunidad.
En la tarde nuestra ruta continúa hacia los hogares de pobladores artesanos de la comunidad a observar y participar del proceso de elaboración de artesanías confeccionadas con materiales propios de la zona, procesados y elaborados en sus hogares.
Algunos pobladores de Tangali poseen maquinaria que sirve para procesar la lana y convertirla en hilo el mismo que es utilizado en la elaboración de cobijas, ponchos, blusas y bufandas. Otros se dedican exclusivamente al tejido a mano dándole realce a accesorios como bolsos, manillas, gorros y otros artículos que son comercializados en la famosa Plaza de Pochos de la ciudad de Otavalo.

Atención
 "Este sitio tiene una riqueza natural y ancestral, porque es allí donde se realizan los rituales sagrados, invocando a la Pachamama y durante las fiestas del Inti Raymi, se llevan a cabo las ceremonias y baños de purificación."
 ★★★★★

Atención
 "El complejo es de seis hectáreas y media, con cinco kilómetros de senderos. Cuenta con vertientes de agua que tienen un alto contenido de azufre. Además, existe una gruta alpíca con estalactitas en forma de tubos."
 ★★★★★



Ilustración 34: Cuerpo de página ruta 3.

Fuente: Página web Tungalí (2014)
 Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Galería: conjunto de imágenes de la comunidad de Tungalí.

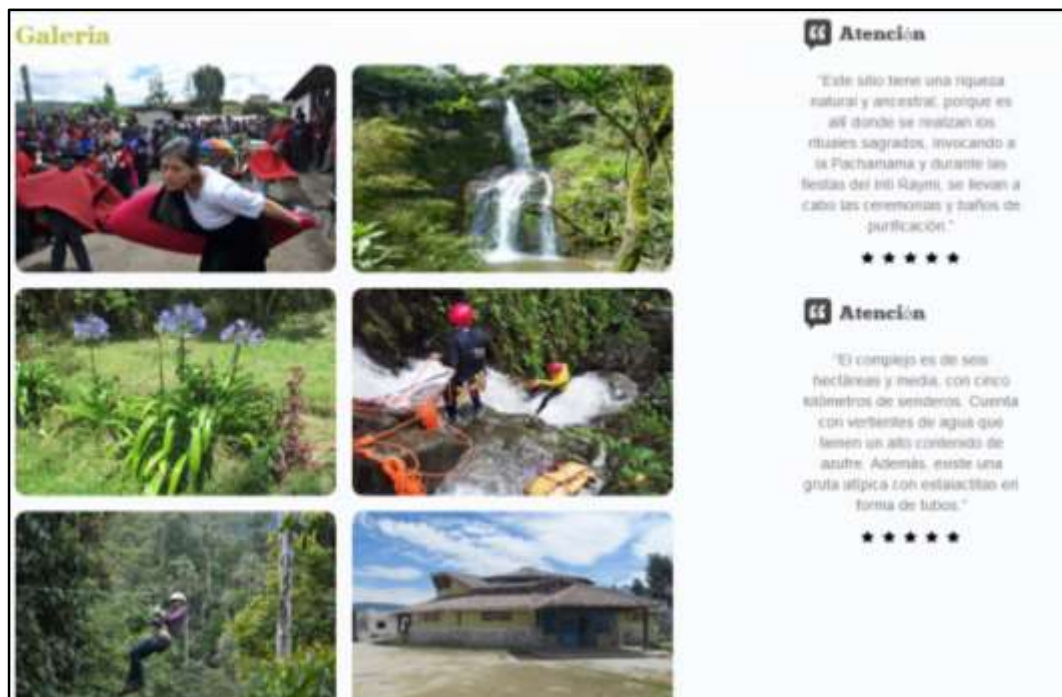


Ilustración 35: Cuerpo de página galería.
 Fuente: Pagina web Tungalí (2014)
 Elaborado por: FLORES, A. (2014)

Contactos: en esta opción los potenciales clientes pueden contactarse directamente con representantes de la comunidad de Tangalí donde les ayudarán con información acerca de precios y reservas.



Ilustración 36: Cuerpo de página contactos.

Fuente: Pagina web Tangalí (2014)

Elaborado por: FLORES, A. (2014)

4. Pie de página

El pie de página es la parte final de la página principal del sitio web, indica el año de elaboración, derechos de autor e información relevante y adicional para el usuario, en este caso se optó por incluir vínculos relacionados con el desarrollo de la actividad turística como: Imbabura es turismo, Gobierno Provincial de Imbabura y Ministerio de Turismo

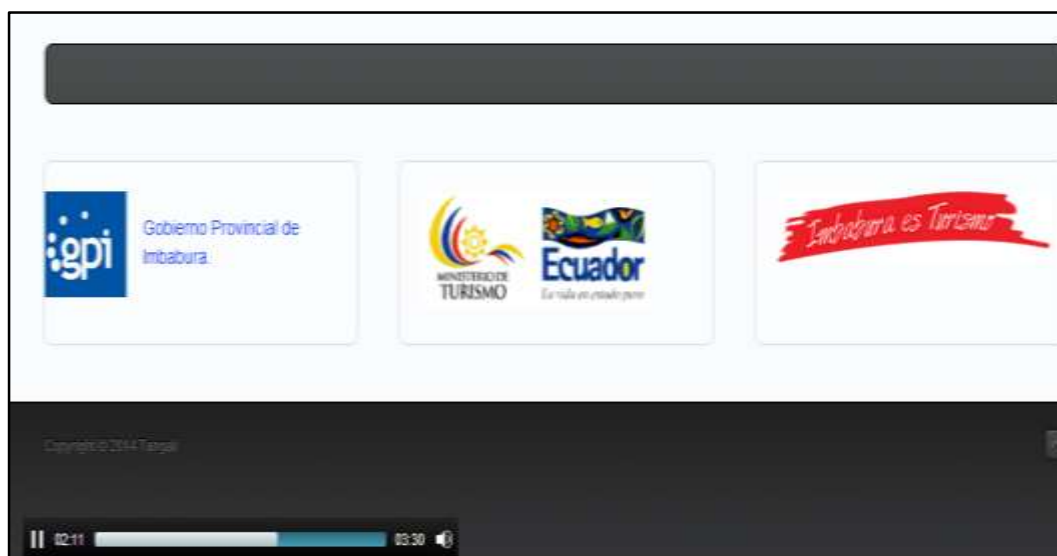


Ilustración 37: Pie de página web.
Fuente: Pagina web Tangalí (2014)
Elaborado por: FLORES, A. (2014)

El pie de página está separado del cuerpo mediante una línea negra horizontal, hay variaciones en el texto para diferenciar el pie del resto del contenido mediante el uso de un cuerpo más pequeño y una tonalidad más oscura.

6.7. Impactos

6.7.1. Impacto Social

La presente propuesta pretende y tiene como meta desarrollar y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad de Tangalí, comuna habitada por indígenas de la etnia kichwa Otavalo mismos que aún conservan rasgos significativos de su pueblo aspectos que permiten trabajar de manera conjunta.

A través del diseño de la página web, la comunidad logrará promocionar la oferta turística de su zona, los pobladores participaron durante la ejecución de la propuesta, a su vez, se sintieron reflejados e involucrados con el desarrollo de la actividad turística de su localidad, es

importante que la comunidad trabaje en conjunto para poder lograr la solución de problemas, asumir responsabilidades y alcanzar objetivos comunes.

6.7.2. Impacto Ecológico

El turismo es un consumidor de recursos naturales, ya que éstos son la base del desarrollo de la actividad turística, sin embargo, al tratarse del diseño de una página web que diversifique y promocioe la oferta turística de la comunidad de Tangalí en ella se ha reflejado la generación de actividades turísticas sustentables que destaca la preservación del potencial natural, a su vez permite crear conciencia en moradores y visitantes acerca de la importancia de manejar adecuadamente los recursos satisfaciendo las necesidades actuales sin poner en peligro las necesidades futuras, estimulando el desarrollo económico y mejorando el bienestar de la comunidad receptora.

6.7.3. Impacto Turístico

El impacto turístico en la comunidad de Tangalí es significativo y de gran importancia, ya que, la presente propuesta constituye una estrategia de planificación turística que pretende asegurar los objetivos perseguidos por la comunidad en diversificar y promocionar la oferta turística de su zona evaluando los costes y beneficios que radica la aplicación del proyecto, asignando los recursos necesarios para el mismo.

La página web constituye un canal de distribución y promoción turística que contiene elementos y características detalladas que resultan atractivas al consumidor, permite poner en contacto a la demanda con la oferta, generando un beneficio.

Mediante el diseño de la página los turistas que pretendan visitar la zona podrán acceder a un sitio dinámico donde la información que se muestra como imágenes, sonidos, servicios y actividades turísticas que oferta la comunidad es verídica, de igual manera es un sitio interactivo donde el usuario puede interactuar con el entorno y comprobar el grado de conformidad turística del destino.

6.7.4. Impacto Educativo

La educación y formación turística debe ser un proceso integrado que forjen seres humanos capaces de adaptarse a los retos que el sector turístico actualmente demanda. La página web colabora directamente con la educación de los pobladores de Tangalí, ya que constituye un elemento de apoyo en consultas e investigaciones de temas ambientales, turísticos y culturales, les permite conocer más sobre su comunidad y mejora la formación y conocimientos de los involucrados en el desarrollo de la actividad turística.

6.8. Difusión

Para la difusión de la propuesta se entabló un conversatorio con los pobladores de la comunidad de Tangalí, donde se expuso la implementación de la página web como alternativa de promoción turística y los beneficios e impactos que la acción generará.

En su totalidad los comuneros estuvieron de acuerdo, evaluaron costos y asignaron los recursos necesarios para el mismo con la promesa de ser actores participativos en el desarrollo de la actividad turística del sector.

6.9. Glosario de términos

1. **Actividades Turísticas.-** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista.
2. **Atractivos turísticos.-** Lugares con cualidades físicas, naturales, culturales, potencialmente turísticas que atraen a los visitantes.
3. **Conservación.-** Acción y efecto de conservar, guardar y preservar cualquier cosa de una forma cuidadosa, en razón de mantener su permanencia dentro del medio que nos rodea y la vida del planeta.
4. **Demanda Turística.-** Es el conjunto de servicios solicitado efectivamente por el consumidor. Está constituida por el conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos.
5. **Desarrollo Sustentable.-** Es el mejoramiento de la calidad de la vida humana dentro de la capacidad de carga de los ecosistemas; implican la satisfacción de las necesidades actuales sin comprometer la satisfacción de las necesidades futuras.
6. **Destino Turístico.-** Lugar dotado de oferta, recursos y servicios que le confieren productos para la demanda turística, es un lugar objetivo del viaje del turista.
7. **Diversidad Cultural.-** Conjunto de manifestaciones modos de vida, costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial que se expresa la vida tradicional de un pueblo.

8. **Ecosistemas.-** Unidades naturales, de componentes vivos e inertes que interactúan entre sí.
9. **Impacto Ambiental.-** Es la alteración positiva o negativa del medio ambiente, provocada directa o indirectamente por un proyecto o actividad en un área determinada.
10. **Infraestructura Turística.-** Conjunto de elementos o servicios turísticos que se consideran necesarios para la creación y funcionamiento de la actividad turística.
11. **MINTUR.-** Siglas del Ministerio de Turismo entidad que lidera la actividad turística en el Ecuador, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.
12. **Oferta Turística.-** Conjunto integrado por bienes, prestaciones y atractivos turísticos de diferentes tipos que permiten satisfacer las necesidades de los turistas.
13. **Producto Turístico:** Conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen al mercado, con el propósito de satisfacer los deseos o la expectativas de los turistas.
14. **Recursos Naturales.-** Elementos de la naturaleza susceptibles de ser utilizados por el hombre para la satisfacción de sus necesidades o intereses económico, social y espiritual.
15. **Servicio Turístico.-** Actividad o beneficio que una parte ofrece a otra y que es esencialmente intangible y no resulta en la propiedad de nada.

6.10. Bibliografía

1. Altes M. (2006). *Introducción al marketing de empresas y destinos Turísticos*. Madrid: Tourism Management.
2. Altes, C. (2010). *Tecnología, ventaja competitiva*. España: Síntesis.
3. Álvarez, W. (2008). *Creando un sitio Web*. Chile: Egraf.
4. Barrado, D. (2005). *Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos*. Murcia: Amate.
5. Bordón, E. (2001). *Revista de estudios turísticos*. México: Trillas.
6. Boullon, R. (1999). *Metodología de inventario turístico*. Perú: Amate.
7. Cabello, A. (2005). *Turismo y medio ambiente*. España: Egraf.
8. Chías, J. (2006). *Oferta turística y nuevas tecnologías*. Ecuador: Santillán.
9. Conferencia mundial de turismo sostenible. (1995). *Carta del turismo sostenible*. España: Tomado de <http://www.eumed.net/libros-gratis/turismo.htm>.
10. Cooper, A. (2005). *Ventajas competitivas del turismo*. México: Trillas.
11. Farfán K. (2006). *Recreaciones medioambientales en el turismo rural*. Costa Rica: Enrico.
12. Fayos, E. (1998). *Nueva era del turismo*. Ecuador: Síntesis.

13. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador. (2007). *Guía de turismo comunitario del Ecuador*. Quito: Síntesis.
14. Fullana, P. y Ayuso S. (2002). *Turismo sostenible*. Barcelona: Tomado de <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-316.htm>.
15. Gonzales, P. (2010). *El producto turístico*. México: Trillas.
16. Gonzales, S. (2007). *Producto turístico*. Argentina: Tomado de <http://www.semarnat.gob.mx/programas/Documents/PECC>.
17. Hernández, E. (2011). *Proyectos turísticos*. España: Greenpeace.
18. Horton, L. (2000). *Modelos para el desarrollo de sitios web*. Canadá: Enrico.
19. Kotler, H. (2000). *Marketing mix*. Perú: Trillas.
20. Ministerio de turismo, (2004). *Manual de formulación para inventarios de recursos turísticos*. Quito: Trillas.
21. Ministerio de turismo. (2005). *Plan estratégico de turismo*. Quito: Santillán.
22. Molina, S. (1998). *Turismo y ecología*. México: Trillas.
23. Montaner, J. (1998). *Diccionario del turismo*. Murcia: Amate.
24. Organización mundial del turismo. (2005). *Desarrollo turístico sostenible*, España: Síntesis.

25. Organización mundial del turismo. (2007). *Introducción al turismo*. España: Egraf.
26. Organización mundial del turismo. (1993). *Tendencias del turismo*. Madrid: Síntesis.
27. Oyarún, E. (2009). *Fortalecimiento de la gestión en destinos turísticos*. Ecuador: Síntesis.
28. Pearce, D. (2003). *Economía de los recursos naturales y del medio ambiente*. Madrid: Amate.
29. Prieto, F. (2003). *Ecología y economía para un desarrollo sostenible*. Valencia: Greenpeace.
30. Rodríguez, A. (1999). *Turismo comunitario en el Ecuador*. Quito: Santillán.
31. Rozo, E. (2005). *Turismo sostenible como promotor de desarrollo*. Ecuador: Trillas.
32. Ruiz, E. (2006). *Desarrollo y sostenibilidad social*. Ecuador: Síntesis.
33. Taylor, G. (2005). *El marketing y las nuevas demandas turísticas*. Suecia: Mc Graw.
34. Universidad de Murcia. (2010). *Manual básico de creación de páginas web*. Murcia: Greenpeace.
35. Valls, J. (2003). *Claves del mercado turístico*. Guadalajara: Trillas.

- 36.** Wearing, S. (1999). *Ecoturismo, impacto, tendencias y posibilidades*. Madrid: Enrico.
- 37.** Zamorano, F. (2004). *Turismo alternativo*. Costa Rica: Sintesis.

ANEXOS

Anexo 1: Mapa de San José de Quichinche.

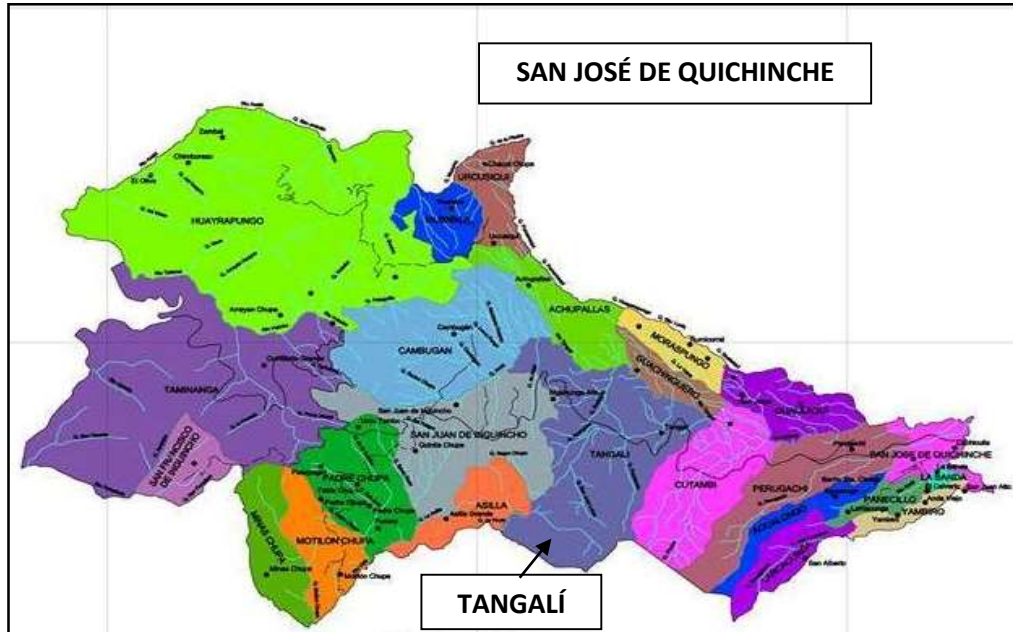


Imagen 1: Mapa de San José de Quichinche.

Fuente : FLORES, A. (2014)

Anexo 2: Cascada Inga Chaca.



Imagen 2: Cascada Inga Chaca.

Fuente: FLORES, A. (2014)

Anexo 3: Rio Tangalí.



Imagen 3: Rio Tangalí.
Fuente: FLORES, A. (2014)

Anexo 4: Aguas Minerales de Tangalí.



Imagen 4: Aguas Minerales.
Fuente: FLORES, A. (2014)

Anexo 5: Artesanías de Tangalí.



Imagen 5: Artesanías.
Fuente: FLORES, A. (2014)

Anexo 6: Festividades de Tangalí.



Imagen 6: El Coraza.
Fuente: FLORES, A. (2014)

Anexo 7: Festividades de Tangalí.




Imagen 7: Inty Raymi.
Fuente: FLORES, A. (2014)


Anexo 8: Matriz Categorical.

CONCEPTO	CATEGORÍA	DIMENSIONES	INDICADORES
Conjunto de productos y servicios turísticos puestos a disposición del usuario en un destino determinado.	Oferta turística	Alojamiento Alimentación Transporte	Hoteles, cabañas, campamentos, casas rurales. Típica, extranjera, vegetariana. Urbano, automóvil, moto, bicicleta.
Conjunto de consumidores de bienes y servicios turísticos que satisfaga las necesidades.	Demanda turística	Procedencia Gustos y Preferencias	Turista nacional y extranjero. Educación, aventura, descanso, salud, negocios.
Conjunto de actividades realizadas en los potenciales turísticos que satisfacen las necesidades de ocio del visitante.	Actividades Turísticas	Tipo de Actividades Turísticas	Caminatas guiadas Campamentos Cabalgatas Deportes extremos Música y Danza Aviturismo
Constituyen la materia prima necesaria con características propias que atraen el interés del visitante, componentes indispensables para efectuar la actividad turística.	Potenciales Turísticos	Recursos Turísticos Naturales Recursos Turísticos Culturales	Ríos, lagos, lagunas, cascadas. Flora y fauna endémica. Parques/ Reservas Naturales. Aguas Minerales. Fiestas, costumbres, creencias, vestimenta, música y danza, gastronomía.

Anexo 9: Ficha de Inventario Turístico.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo: Cascada Inga Chaca		
Fotografía:		
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Ríos	Sub Tipo: Cascadas
Altura: 2846	Latitud: 22211 N	Longitud: 801130 E
Estado de Conservación: Alterado	Temperatura: 12° C	Accesibilidad: 365 días
VALOR INTRÍNSECO	DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
	<p>Tamaño El salto es de 15 metros en donde forma un vado pequeño de 1 metro, el ancho de 1.50 metros.</p> <p>Calidad del agua El agua es transparente sin turbiedad con una temperatura de 9°C.</p> <p>Flora: pumamaqui, guayusa de monte, moquillo, pino, aliso, laurel de cera y varias especies de melastomatáceas como paja son especies que abundan en los alrededores romerillo, cacho de venado.</p> <p>Fauna: colibríes, torcazas, tortolitas, chiguacos, lobos.</p> <p>Descripción del paisaje Se encuentra rodeada de escasa vegetación natural; sin embargo predominan las chilcas. La cascada se encuentra en una pendiente abrupta, y en sus alrededores se encuentran cultivos de eucaliptos que son parte de un relieve ondulado con pendientes moderadas y suaves.</p>	
VALOR EXTRÍNSECO	Usos (Simbolismo) Ecoturismo, Fotografía, Senderismo, Turismo de Aventura: Barranquismo.	

Anexo 10: Ficha de Inventario Turístico.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo: Río Tangalí		
Fotografía:		
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Ríos	Sub Tipo: Raudales
Altura: 2725	Latitud: 31113 N	Longitud: 779244 E
Estado de Conservación: Alterado	Temperatura: 12° C	Accesibilidad: 365 días
VALOR INTRÍNSECO	DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
	<p>Tamaño Tiene 13 m de ancho.</p> <p>Calidad del agua El agua es algo turbia debido al arrastre de sedimentos.</p> <p>Descripción del paisaje Sus aguas llegan a formar el río Intag, rodeado en su en su mayoría por montañas con pendientes fuertes y abruptas. Observamos cultivos de maíz, fréjol, cebada, arveja, papas, entre otros productos.</p> <p>Descripción de riberas y vados Las riberas del río se encuentran cubiertas por escasa vegetación, en sus márgenes hallamos cultivos y pastizales, existen diferentes vados que los habitantes ocupan para su recreación.</p> <p>Actividades varias Las aguas de este río son aptas para la práctica de rafting y tubing, deportes preferidos por jóvenes que buscan diversión y adrenalina.</p>	
VALOR EXTRÍNSECO	<p>Usos (Simbolismo) Ecoturismo, Senderismo, Fotografía, Turismo de Aventura: Rafting y Tubing.</p>	

Anexo 11: Ficha de Inventario Turístico.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo: Aguas Minerales.		
Fotografía:		
Categoría: Sitios Naturales	Tipo: Aguas Subterráneas	Sub Tipo: Aguas Minerales.
Altura: 2725	Latitud: 27398 N	Longitud: 796354 E
Estado de Conservación: Alterado	Temperatura: 14° C	Accesibilidad: 365 días
VALOR INTRÍNSECO	DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO Origen: Son aguas subterráneas Calidad del agua El agua es de coloración amarillo tenue, no presenta turbiedad. Propiedad de las aguas Se les atribuye propiedades curativas en cuanto a enfermedades de la piel, enfermedades reumáticas. No existen contraindicaciones. Descripción del paisaje Este lugar presenta en sus alrededores pendientes fuertes, se encuentra con poca vegetación por lo que sus matorrales se extienden en las riberas de la quebrada cercana a la vertiente. Existen especies como chilcas, aliso y cholán. El río Tangalí forma parte del paisaje del lugar. El relieve es montañoso con suelos arenosos derivados de suelos volcánicos con escombros y flujos de lava del volcán Cotopaxi del periodo cuaternario.	
	VALOR EXTRÍNSECO	Usos (Simbolismo) Turismo de salud, Turismo místico.

Anexo 12: Ficha de Inventario Turístico.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo: Grupo étnico Kichwa Otavalo		
Fotografía:		
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Etnografía	Sub Tipo: Grupos Étnicos
Altura: 2550	Latitud: 25035 N	Longitud: 804552 E
Estado de Conservación: Alterado	Temperatura: 12° C	Accesibilidad: 365 días
VALOR INTRÍNSECO	<p>Aspectos notables</p> <p>Al igual que el conjunto de pueblos de la nacionalidad Kichwa, los Otavalo se encuentran organizados, en su mayoría, en comunidades; unas relacionadas fundamentalmente con actividades agropecuarias, otras de tejedores y comerciantes. La familia es monogámica; sin embargo, debido a la actividad comercial que realizan en el ámbito nacional e internacional han adoptado otras formas de organización familiar por contrato o unión libre.</p> <p>En cuanto a sus actividades sociales, las mingas son ocasiones en donde se expresa el espíritu de cooperación Su desarrollo económico y su apertura al comercio nacional e internacional lo ha colocado como uno de los pueblos con mayor prosperidad económica en el país. El éxito económico alcanzado por los primeros grupos de músicos, incentivó a muchos otros que se fueron multiplicando en las comunidades. Se experimenta un proceso de profesionalización de músicos y una consolidación de la profesión musical como fuente de ingresos.</p>	

VALOR EXTRÍNSECO	<p>Actividades económicas</p> <p>La economía es prioritariamente, el comercio de los productos artesanales, la música, el turismo; en pequeña proporción se dedican a la agricultura.</p> <p>El pueblo Otavalo siempre vio en la artesanía una alternativa de sobrevivencia y ha hecho de ella la base fundamental de su economía en los actuales días. A finales de la década de los setenta se comienza a experimentar el inicio del auge en la producción y comercialización de artesanías, provocándose una masiva tendencia a viajar al extranjero en la perspectiva de la comercialización de artesanías.</p> <p>En la década de los ochenta, la música se constituye en una actividad económica importante. Algunos grupos de música comienzan a viajar al extranjero, principalmente a países de Europa y Norteamérica.</p>
	<p>Comidas y bebidas tradicionales</p> <p>La base de la alimentación indígena de la Sierra norte es el maíz, entre la comida y bebida tradicionales se destacan: Chicha de maíz, cuyes con papas, yamor, champús, colada de choclo con churos, papas con berros.</p>
	<p>Indumentaria</p> <p>Hombre: Camisa y pantalón blanco ancho y a media pierna, poncho bicolor liso o a cuadros, alpargatas blancas, llevan una trenza doble para la cual utiliza un cordón y un sombrero de paño negro o café.</p> <p>Mujer: Camisa blanca grande sirve a la vez de blusa y enagua, la pechera y los bordes de las mangas son bordados con llamativos colores y diseños, anaco negro o azul oscuro, fachalina de lana de color negro o blanco, mama chumbi que es una faja grande de cabuya y lana roja, hualcas, manillas y alpargatas</p>
	<p>Usos (Simbolismo)</p> <p>Turismo étnico, Turismo cultural.</p>

Anexo 13: Ficha de Inventario Turístico.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo: Música Andina		
Fotografía:		
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Etnografía	Sub Tipo: Música y Danza
Altura: 2550	Latitud: 25035 N	Longitud: 804552 E
Estado de Conservación: Alterado	Temperatura: 12° C	Accesibilidad: 365 días
VALOR INTRÍNSECO	<p>Significado</p> <p>La música y danza constituyen elementos indisolubles del acervo cultural y nace en el seno familiar, estas melodías son interpretadas en fiestas populares, en ceremonias y rituales o simplemente para escucharla y llenarse de paz, tranquilidad y felicidad.</p> <p>Estructura musical</p> <p>La música andina viene acompañada del baile expresado a través de los cuerpos con ritmos propios representado el movimiento del sol, según su cosmovisión, al sentir la melodía el cuerpo se fusiona con ella y permite alcanzar la plenitud con la naturaleza.</p> <p>Instrumentos utilizados</p> <p>El principal instrumento utilizado es la flauta traversa, y tiene sexo masculino y femenino, posee fuerza natural para expresar su sentimiento, los instrumentos de cuerda deben pasar un proceso ceremonial dejando a la intemperie el instrumento desafinado, y dentro de poco, inexplicablemente el instrumento está afinado con una admirable precisión.</p>	
	VALOR EXTRÍNSECO	<p>Usos (Simbolismo)</p> <p>Turismo cultural, Turismo étnico.</p>

Anexo 14: Ficha de Inventario Turístico.


FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo: Artesanías		
Fotografía:		
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo : Etnografía	Sub Tipo: Bordados
Altura: 2550	Latitud: 25035 N	Longitud: 804552 E
Estado de Conservación: Conservado	Temperatura: 12º C	Accesibilidad: 365 días
VALOR INTRÍNSECO	<p>Procedencia La artesanía nace en la época colonial. Las mujeres españolas inculcaron a las mujeres indígenas el arte del bordado, quienes prontamente aprendieron este oficio, y se ha mantenido de generación en generación.</p> <p>Calidad del producto Los bordados son reconocidos a nivel local y nacional. Son de buena calidad, ya que los acabados son finos, llamativos y de larga duración.</p> <p>Tipos de productos Las hábiles manos de las mujeres indígenas de la zona elaboran artículos como: vestidos, blusas, bolsos, manillas, gorros, pantalones.</p> <p>Volumen de productos y ventas El volumen varía de acuerdo al tamaño de las productos, promediando de tres a cinco confecciones diarias, es decir de 25 a 30 prendas semanales.</p> <p>Materiales utilizados Hilo de lana de diferentes colores, tela poliéster, encajes, telas de lienzo, agujas, moldes redondos de vitela.</p>	
	VALOR EXTRÍNSECO	<p>Usos (Simbolismo) Turismo cultural, Turismo de compras.</p>

Anexo 15: Ficha de Inventario Turístico.


FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo: Inty Raymi		
Fotografía: 		
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Etnografía	Sub Tipo: Tradiciones
Altura: 2550	Latitud: 25035 N	Longitud: 804552 E
Estado de Conservación: Alterado	Temperatura: 12° C	Accesibilidad: 21 junio -11 agosto
VALOR INTRÍNSECO	<p>Descripción del evento</p> <p>En todas las comunidades indígenas del cantón Otavalo, se realizan actos similares para la celebración del Inti Raymi.</p>	
	<p>Baño Ritual</p> <p>Este ritual se lo realiza el 21 de junio, día del solsticio de verano. Su práctica se debe precisamente al reconocimiento del poder de la naturaleza quien ha llegado a su clímax. Las cascadas, ríos y vertientes poseen sitios especiales donde se concentra la energía durante el año, y el baño ritual trata de captarlas a fin de cargarse de nuevas fuerzas, eliminar energías negativas acumuladas en el año y empezar así con la celebración del Inti Raymi.</p>	
	<p>La Rama de Gallos</p> <p>La Rama de gallos consiste en que una persona de la comunidad se compromete a hacer una fiesta en honor a las deidades andinas y asume la responsabilidad de un sacerdote. Este es un momento aprovechado para compartir con familiares, vecinos y amigos quienes acuden a la casa del sacerdote con un gallo y continuar con el ritual.</p>	

	<p>Los Cantos y las Danzas</p> <p>En horas de la noche durante todos los días de celebración, el ambiente se inunda de música y por calles y chaquiñanes asoman comparsas. La conformación de los grupos de música es relativamente similar entre las diversas comparsas. La danza y el zapateo tratan de mantener despierta a la madre tierra para que pueda recibir el regalo a través del ritual del randi o reciprocidad.</p> <p>El Aumento, el Castillo y la Comida Ritual</p> <p>Dentro de la cosmovisión andina existe el karana o regalo sagrado ofrecido en este caso a las deidades cósmicas y terrenales. Durante el Inti Raymi, las comunidades Kichwa Otavalo y Kayampi preparan un karana muy especial al que se lo conoce como castillo. El castillo es una enramada bien elaborada con carrizos en la cual se cuelgan diferentes clases de frutas, algunos panes, botellas de licor, dinero y ají.</p> <p>Los sacerdotes preparan el castillo cada año y de generación en generación y la persona que desea ser el sacerdote del año próximo arranca un poco el contenido del castillo.</p> <p>Vestuario</p> <p>Los participantes a más de utilizar su indumentaria tradicional, llevan puesto caretas, sombreros, pañuelos, zamarros.</p> <p>Estado de conservación de la tradición</p> <p>Desde la época incásica se ha mantenido esta tradición, pero en la actualidad se aprecia la influencia de varias culturas y elementos ajenos a la celebración tradicional.</p>
<p>VALOR EXTRÍNSECO</p>	<p>Usos (Simbolismo)</p> <p>Turismo cultural, Turismo místico.</p>

Anexo 16: Ficha de Inventario Turístico.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo: Fiesta de San Juan		
Fotografía:		
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo : Etnografía	Sub Tipo: Tradiciones
Altura: 2550	Latitud: 25035 N	Longitud: 804552 E
Estado de Conservación: Alterado	Temperatura: 12° C	Accesibilidad: 29-30 junio
VALOR INTRÍNSECO	<p>Descripción del evento</p> <p>La fiesta inicia con la largada de San Juanes donde se reúnen los grupos de músicos y danzantes provenientes de distintas comunidades, y desde ese lugar salen a recorrer el sector tocando y bailando.</p> <p>Procesión de San Pedro</p> <p>La procesión es encabezada por la imagen del Santo llevada en andas, detrás caminan el sacerdote y los priostes. San Pedro, carga sobre su espalda un gallo que es un presente de los priostes para el párroco.</p> <p>Danzas</p> <p>Forman varios grupos compuestos de 15 a 20 personas, mujeres, niños y varones, que tocan y bailan rotando alrededor, los grupos ya no luchan y únicamente se esfuerzan por realizar la mejor actuación.</p> <p>Vestuario</p> <p>Los participantes llevan la indumentaria característica del grupo étnico además se cubren con caretas de malla, algunos hombres van disfrazados de mujer.</p>	
	VALOR EXTRÍNSECO	<p>Usos (Simbolismo)</p> <p>Turismo cultural.</p>

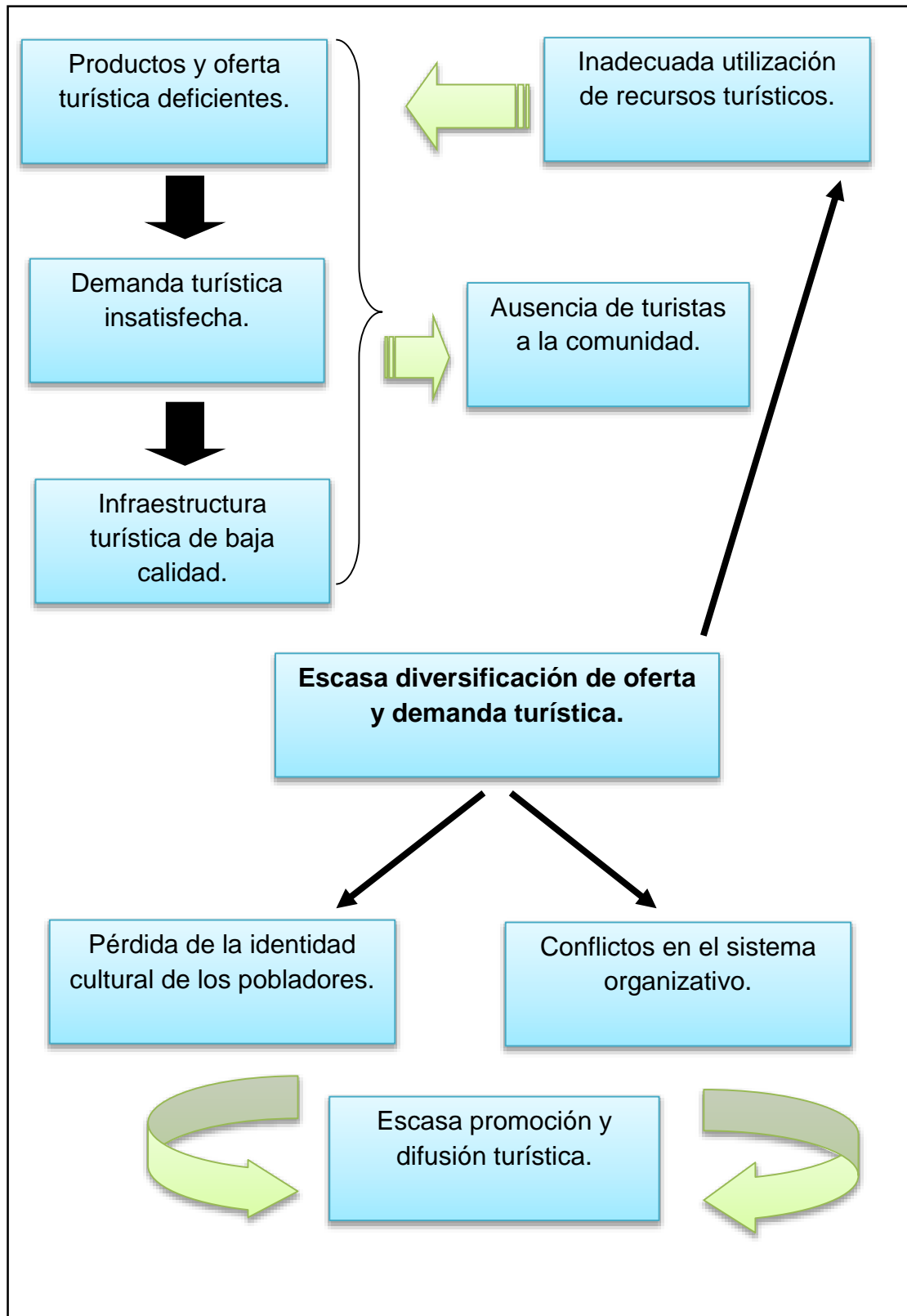
Anexo 17: Ficha de Inventario Turístico.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo: Cuyes de Tangalí.		
Fotografía:		
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Etnografía	Sub Tipo: Comidas y Bebidas Típicas
Altura: 2550	Latitud: 25035 N	Longitud: 804552 E
Estado de Conservación: Conservado	Temperatura: 12° C	Accesibilidad: 365 días
VALOR INTRÍNSECO	<p>Calidad y presentación del producto</p> <p>El producto es garantizado ya que los animales provienen de criaderos propios, cuando los cuyes llegan a la edad de tres meses, tienen un peso de 1 kg están listos para ser sacrificados. Se prepara el cuy según el gusto unos lo prefieren frito y otros asados, el plato se acompaña con papa, ensalada, maíz tostado, ají de piedra y arroz. El precio varía desde 8-15 dólares.</p> <p>Instalaciones existentes</p> <p>Dentro de los hogares de la comunidad de Tangalí se puede apreciar y degustar la preparación de este apetecido platillo.</p> <p>Forma de preparación</p> <p>Se sacrifica al cuy, se lo pela en agua caliente, se lo aliña con sal y ajo por el lapso de diez a quince minutos. A continuación se lo fríe o se lo asa según el gusto y deleite de cada paladar.</p> <p>Ingredientes</p> <p>Cuy de 600 gramos, ajo, sal, aceite, papa chola, ají, maíz tostado y arroz.</p>	
	VALOR EXTRÍNSECO	<p>Usos (Simbolismo)</p> <p>Turismo gastronómico.</p>

Anexo 18: Ficha de Inventario Turístico.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo: Chicha del Yamor		
Fotografía:		
Categoría: Manifestaciones Culturales	Tipo: Etnografía	Sub Tipo: Comidas y Bebidas Típicas
Altura: 2550	Latitud: 25035 N	Longitud: 804552 E
Estado de Conservación: Conservado	Temperatura: 12° C	Accesibilidad: agosto-septiembre
VALOR INTRÍNSECO	<p>Origen La chicha del inca o chicha de la sabiduría se originó hace más de 5 siglos con afán social de congregación y fiesta, desde ese entonces ya se utilizaban 7 clases diferentes de maíz.</p> <p>Calidad y presentación del producto La chicha del Yamor tradicionalmente se sirve en recipientes denominados Pilches.</p> <p>Forma de preparación Inicia con la cosecha del maíz y selección de los granos, se recopila siete tipos de maíz: negro, blanco, amarillo, canguil, morocho, chulpe y jora. Se ponen a secar al sol, posteriormente se los tuesta y luego se los muele; cada una de las harinas obtenidas son cocidas en grandes ollas a leña por más de 12 horas, luego se cierne, por último se agrega la miel de la panela para endulzarla.</p> <p>Ingredientes Maíz negro, blanco, canguil, morocho, chulpe, jora, miel de panela.</p>	
	VALOR EXTRÍNSECO	<p>Usos (Simbolismo) Turismo gastronómico.</p>

Anexo 19: Árbol de Problemas.



Anexo 20: Matriz de Coherencia

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
Escasa diversificación de oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí.	
FORMULACIÓN DE PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
¿Cuál es la situación actual de la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí?	Diagnosticar la situación actual de la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí.
INTERROGANTES DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
¿Cuáles son los atractivos turísticos naturales y culturales existentes en Tangalí?	Inventariar los recursos turísticos naturales y culturales existentes en Tangalí.
¿Qué actividades turísticas se desarrollan en la comunidad de Tangalí?	Establecer las actividades turísticas que se desarrollan en Tangalí.
¿Cuál es la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí?	Identificar la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí.
¿Cómo es el perfil del visitante de Tangalí?	Determinar el perfil del visitante de Tangalí.
¿Cuál es la propuesta alternativa que permitirá dinamizar la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí?	Diseñar una propuesta alternativa para diversificar la oferta y demanda turística de la comunidad de Tangalí.

Anexo 21: Modelo de Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos.

FICHA DE INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
Nombre del Atractivo:		
Fotografía:		
Categoría:	Tipo:	Sub Tipo:
Altura:	Latitud:	Longitud:
Estado de Conservación:	Temperatura:	Accesibilidad:
VALOR INTRÍNSECO	DESCRIPCIÓN DEL ATRACTIVO	
VALOR EXTRINSECO		

Anexo 22: Encuesta dirigida a los pobladores.

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA: INGENIERÍA EN TURISMO

ENCUESTA DIRIGIDA A LOS POBLADORES DE LA COMUNIDAD DE TANGALI.

La presente encuesta tiene por objeto conocer la percepción que tiene los pobladores sobre la oferta y demanda turística de la comunidad. Gracias por su colaboración.

1. Género

Masculino

Femenino

2. Edad

Entre 15 - 25

Entre 46 - 55

Entre 26 - 35

Entre 56 -65

Entre 36 - 45

Más de 65

3. ¿Cuál es su procedencia?

.....

4. ¿Qué nivel de instrucción tiene Ud.?

Primaria

Postgrado

Secundaria

Ninguna

Superior

Otra

Especifique.....

5. ¿Cuál es su profesión u ocupación?

Jornalero

Carpintero

Albañil

Estudiante

Ama de Casa

Profesor

Ing. Agrónomo

Otra

Especifique.....

OFERTA TURÍSTICA

6. Señale el tipo de alojamiento que ofrece la Comunidad de Tangalí

Hoteles

Cabañas

Campamentos

Casas Rurales

Ninguna

Albergues Comunitarios

Otra

Especifique.....

7. Indique el tipo de alimentación que se ofrece al turista que visita la comunidad.

Comida Típica del lugar

Comida Internacional

Comida vegetariana

Ninguna

Otra

Especifique.....

8. Señale que servicio de carácter turístico ofrece usted al visitante.

Alimentación

Hospedaje

Transporte

Actividades Recreativas

Ninguno

Otro Servicio

Especifique.....

DEMANDA TURÍSTICA

9. Señale la frecuencia de visitas de los turistas a la comunidad.

- Una vez al mes Dos a tres veces al mes
Cuatro o más veces al mes Desconoce
Otra frecuencia
Especifique.....

10. Indique por lo menos dos razones del porque según Ud. los turistas visitan la comunidad.

- Comida típica del lugar Ocio y Descanso
Visita familiares y amigos Salud
Negocios Eventos deportivos
Eventos culturales Fiestas populares
Otra
Especifique.....

11. ¿La calidad de los servicios y actividades turísticas que la comunidad ofrece al visitante según su criterio son?

- Alta calidad Mediana Calidad Baja Calidad
Porque.....

ACTIVIDADES TURÍSTICAS

12. Indique por lo menos dos tipos de turismo que se desarrollan en la comunidad.

- Turismo en el área rural Turismo de Salud
Deportes extremos Turismo de naturaleza
Turismo Religioso Turismo Deportivo
Turismo Gastronómico
Ninguno
Otro
Especifique.....

13. Señale por lo menos dos actividades turísticas se efectúan en la comunidad.

- | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------|----------------|--------------------------|
| Caminatas | <input type="checkbox"/> | Campamentos | <input type="checkbox"/> |
| Paseos a caballo | <input type="checkbox"/> | Pesca | <input type="checkbox"/> |
| Deportes extremos | <input type="checkbox"/> | Música y Danza | <input type="checkbox"/> |
| Ferias gastronómicas y/o artesanales | <input type="checkbox"/> | Ninguna | <input type="checkbox"/> |
| Otra | | | |
| Especifique..... | | | |

14. ¿Qué otras actividades turísticas considera Ud. que deberían implementarse se en la comunidad?

- | | | | |
|---------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|
| Eventos deportivos | <input type="checkbox"/> | Eventos musicales | <input type="checkbox"/> |
| Obsr. Flora y fauna | <input type="checkbox"/> | Obsr. de aves | <input type="checkbox"/> |
| Excursiones | <input type="checkbox"/> | Paseos en bicicleta | <input type="checkbox"/> |
| Aguas Minerales | <input type="checkbox"/> | | |
| Otra | | | |
| Especifique..... | | | |

POTENCIALES TURÍSTICOS

15. Indique los recursos turísticos naturales que posee su comunidad.

- | | | | | | |
|--------------------|--------------------------|---------------|--------------------------|---------|--------------------------|
| Ríos | <input type="checkbox"/> | Lagos | <input type="checkbox"/> | Lagunas | <input type="checkbox"/> |
| Cascadas | <input type="checkbox"/> | Flora y fauna | <input type="checkbox"/> | Aguas | <input type="checkbox"/> |
| Minerales | <input type="checkbox"/> | | | | |
| Espacios naturales | | Montañas | <input type="checkbox"/> | | |
| Todos | <input type="checkbox"/> | Otro | <input type="checkbox"/> | | |
| Especifique..... | | | | | |

16. Señale los recursos turísticos culturales que posee su comunidad.

- | | | | | | |
|--------------|--------------------------|---------------|--------------------------|--------|--------------------------|
| Festividades | <input type="checkbox"/> | Comida típica | <input type="checkbox"/> | Idioma | <input type="checkbox"/> |
| Creencias | <input type="checkbox"/> | Vestimenta | <input type="checkbox"/> | Música | <input type="checkbox"/> |
| Danza | <input type="checkbox"/> | Todos | <input type="checkbox"/> | | |
| Otro | <input type="checkbox"/> | | | | |

Especifique.....

17. Indique según su criterio que servicios turísticos debe mejorar la comunidad.

- | | | | |
|-------------------------|--------------------------|------------------------|--------------------------|
| Alimentación | <input type="checkbox"/> | Hospedaje | <input type="checkbox"/> |
| Actividades de descanso | <input type="checkbox"/> | Identidad Cultural | <input type="checkbox"/> |
| Publicidad Turística | <input type="checkbox"/> | Señalización Turística | <input type="checkbox"/> |
| Atención al Turista | <input type="checkbox"/> | | |
| Otros | <input type="checkbox"/> | | |

Especifique.....

18. ¿Estaría Ud. de acuerdo que se desarrolle la Actividad Turística dentro de la comunidad de Tangalí?

- Sí No

Porque.....
.....

Anexo 23: Entrevista dirigida a líderes comunitarios.

FACULTAD DE EDUCACIÓN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

CARRERA: INGENIERÍA EN TURISMO

La presente entrevista tiene por objeto conocer la percepción que tiene sobre la oferta y demanda turística de la comunidad. Gracias por su colaboración.

Nombre.....

Ocupación.....

Cargo que desempeña en la comunidad.....

1. Conocimientos de la comunidad.

- ✓ ¿Desde cuándo vive usted en Tangalí?
- ✓ ¿Conoce usted la historia de la comunidad?
- ✓ ¿Cuáles han sido los avances más significativos que ha tenido la comunidad en los últimos años?
- ✓ ¿Se ha ejecutado usted proyectos de desarrollo turístico en la comunidad?

2. Recursos naturales

- ✓ ¿Cuáles son los recursos naturales que posee la comunidad?
- ✓ ¿Considera usted que estos lugares son atractivos Turísticos?
- ✓ ¿Qué lugares de recreación visita usted dentro de la comunidad?

3. Manifestaciones culturales

- ✓ ¿Cuáles son las fiestas más representativas que se festejan en la Parroquia?
- ✓ ¿Cuál es la comida típica que oferta la comunidad?
- ✓ ¿Cuál es la vestimenta étnica de los pobladores?
- ✓ ¿Considera usted que se ha perdido la identidad cultural?
- ✓ ¿Cree usted que la identidad cultural es atractiva a los turistas?

4. Demanda Turística

- ✓ ¿Recibe turistas la comunidad de Tangalí?
- ✓ ¿Con cuanta frecuencia reciben turistas?
- ✓ ¿Qué tipo de turistas visitan la zona?
- ✓ ¿Le gustaría que se incremente el número de visitas de turistas?

5. Oferta Turística

- ✓ ¿Qué ofrece la comunidad de Tangalí al turista?
- ✓ ¿Qué tipo de actividades turísticas ofrece la comunidad al visitante?
- ✓ ¿Qué tipo de alimentación se brinda al turista?
- ✓ ¿Qué tipo de hospedaje se ofrece al turista?
- ✓ ¿Considera usted que se debe mejorar algunos aspectos de la comunidad, cuáles?
- ✓ ¿Está usted dispuesto a colaborar en el desarrollo de la actividad turística de su comunidad, de qué forma?



**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:	171718886-4		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Flores Velasco Carmen Abigail		
DIRECCIÓN:	Ibarra, Ciudadela la Victoria Manuel Zambrano 12-21		
EMAIL:	abyto_bb@hotmail.com		
TELÉFONO FIJO:	062-616-031	TELÉFONO MÓVIL:	0979047278

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE TANGALÍ, PARROQUIA SAN JOSE DE QUICHINCHE, CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”
AUTOR (ES):	Flores Velasco Carmen Abigail
FECHA: AAAAMMDD	2015/04/16
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Turismo
ASESOR /DIRECTOR:	Ing. Gabriel Tapia

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, FLORES VELASCO CARMEN ABIGAIL, con cedula de identidad N°. 171718886-4, en calidad e autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectiva en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archive digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos para ampliar la disponibilidad de material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 144.

3. CONSTANCIAS

La autora manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrollo sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que es el titular del derecho patrimonial, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros

Ibarra, a los 16 días del mes de abril del 2015.

EL AUTOR:

(Firma).....

Nombre: Carmen Flores

Cédula: 171718886-4

ACEPTACIÓN:

(Firma).....

Nombre: Ing. Bethy Chávez

Cargo: Jefe de Biblioteca



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DE TRABAJO DE GRADO

A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

Yo, **FLORES VELASCO CARMEN ABIGAIL**, con cédula de identidad Nro. 171718886-4, 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 autora de la obra o trabajo de grado denominado: **“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE TANGALÍ, PARROQUIA SAN JOSE DE QUICHINCHE, CANTÓN OTAVALO PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de: **Ingeniera 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 abril del 2015.

(Firma):.....

Nombre: Carmen Flores

Cédula:171718886-4