



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA INGENIERÍA EN TURISMO

TEMA:

“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN FRANCISCO, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”

TRABAJO DE GRADO PREVIO LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA EN
TURISMO

AUTORA: Flores Haro María Michelle

DIRECTOR: MSc. Álvaro Gabriel Tapia González

IBARRA, 2016

AUTORÍA

Yo **María Michelle Flores Haro** portadora de la cedula de ciudadanía Nro. **100388264-2** declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, **“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN FRANCISCO, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.



María Michelle Flores Haro

C.I 100388264-2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

**AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD
TÉCNICA DEL NORTE**

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 dejamos sentada nuestra voluntad de participar en este proyecto, para lo cual ponemos a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100388264-2		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Flores Haro María Michelle		
DIRECCIÓN:	Cotacachi, Sector Talchigacho		
EMAIL:	mishu_flores@hotmail.com		
TELEFONO FIJO:	O63-017-239	TELEFONO MÓVIL	0983631579
DATOS DE LA OBRA:			
TÍTULO:	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN FRANCISCO, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA		
AUTORA:	Flores Haro María Michelle		
FECHA DE GRADUACIÓN	2016-07-26		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	PREGRADO	X	POSGRADO
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Título de Ingeniera en Turismo.		
ASESOR/DIRECTOR:	MSc. Gabriel Tapia		

Autorización de uso a favor de la Universidad

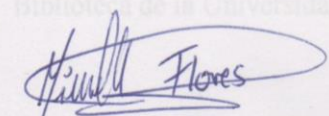
Yo, **FLORES HARO MARIA MICHELLE**, con cédulas de ciudadanía Nro. **100388264-2**, en calidad de autora y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

Constancias

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

Ibarra, 26 días del mes de Julio 2016

LA AUTORA:



María Michelle Flores Haro

C.I 100388264-2



FACULTADO POR RESOLUCIÓN DEL CONSEJO UNIVERSITARIO

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **FLORES HARO MARIA MICHELLE**, con cédula de ciudadanía Nro. **100388264-2**, 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 del trabajo de grado denominado: **“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN FRANCISCO, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de **INGENIERA EN TURISMO**, en la Universidad Técnica del Norte, quedando ésta facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autora me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que realizo la entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Director

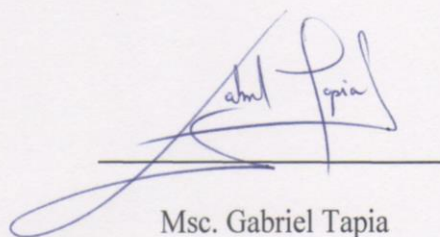
María Michelle Flores Haro

C.I 100388264-2

CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado presentado por la egresada FLORES HARO MARIA MICHELLE, para optar por el título de Ingeniera en Turismo, cuyo tema es **“ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA DEL TURISMO COMUNITARIO DE LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA PERTENECIENTE A LA PARROQUIA SAN FRANCISCO, CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA”**. Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de tribunal examinador que se designe.

Dado, en la ciudad de Ibarra a los 4 días del mes de Julio del 2016

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gabriel Tapia', is written over a horizontal line. The signature is stylized and includes a large loop at the end.

Msc. Gabriel Tapia

Director

Michelle Flores H.

AGRADECIMIENTO

Mi profundo agradecimiento a Dios por brindarme la fuerza, fortaleza, y por ser mí guía en el transcurso de mi vida.

Agradezco con infinito cariño a la Universidad Técnica del Norte, por haberme abierto sus puertas en mi formación académica, y a todos mis docentes en especial a mi tutor MSc. Gabriel Tapia, de quienes me llevo un lindo recuerdo mil gracias por compartirme sus conocimientos que sin lugar a duda es de mucha utilidad para mi formación como profesional.

Al señor Antonio Morales presidente de la comunidad de Chilcapamba, quien con sus conocimientos y experiencia colaboró con la investigación, proporcionando información útil para el desarrollo de la misma.

Michelle Flores H.

DEDICATORIA

El presente trabajo de grado dedico a mi familia en especial a mis padres Ramiro y Narciza, quienes fueron mi más gran fuente de inspiración, fortaleza y aliento, siempre me apoyaron en cada paso de mi carrera, y a mis hermanos Diana y Ramiro.

A la Comunidad Chilcapamba, a sus dirigentes y miembros comunitarios, de quienes recibí un gran apoyo, y con su valiosa confianza y optimismo aportaron en la culminación de este trabajo.

Michelle Flores H.

ÍNDICE GENERAL

AUTORÍA.....	ii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD	
TÉCNICA DEL NORTE	iii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA	
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE.....	v
CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR	vi
AGRADECIMIENTO	vii
DEDICATORIA	viii
ÍNDICE GENERAL	ix
ÍNDICE DE TABLAS	xiv
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRACT.....	xix
INTRODUCCIÓN	xx
CAPÍTULO I	22
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	22
Presentación	22
Antecedentes	22
Planteamiento del problema.....	23
Formulación del problema	24
Delimitación.....	24
Unidades de observación	24
Delimitación espacial.....	24
Delimitación temporal	24
Objetivos	25
Objetivo general.....	25
Objetivos específicos	25
Justificación	25
CAPÍTULO II.....	27
MARCO TEÓRICO.....	27
Presentación	27

Fundamentación teórica	27
Turismo	27
Turismo sostenible	28
Turismo comunitario.....	30
Conceptualización.....	30
Características del turismo comunitario.....	31
Origen del turismo comunitario	33
Turismo comunitario en América Latina.....	33
Turismo comunitario en Ecuador.....	35
Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE).....	37
Objetivo	37
Misión	37
Visión	37
Turismo comunitario en la Costa Ecuatoriana.....	38
Caso Comuna Agua Blanca	38
Turismo comunitario en los Andes	39
Caso Runa Tupari	39
Visión	40
Turismo comunitario en la Amazonía.....	40
Caso Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y Ecoturismo (RICANCIE).....	41
Marco legal del turismo comunitario en el Ecuador	41
Ley de turismo	43
Turismo comunitario en la provincia de Imbabura.....	43
Mercado turístico	45
Oferta turística	45
Producto turístico.....	45
Recursos turísticos	46
Atractivos turísticos	47
Planta turística.....	47
Servicios complementarios	48
Medios de transporte.....	48
Demanda turística	48
División de la demanda turística.....	49

Tipología de la demanda.....	49
Viajeros	49
Visitantes.....	49
CAPITULO III.....	51
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	51
Presentación	51
Tipos de investigación	51
Investigación bibliográfica.....	51
Investigación de campo.....	51
Investigación descriptiva	52
Métodos de investigación	52
Método analítico- sintético	52
Método deductivo - inductivo.....	53
Método cuantitativo - cualitativo.....	53
Técnicas	54
Encuesta	54
Entrevista	54
Fichaje	54
Instrumentos.....	55
Cuestionario	55
Cuestionario para encuesta	55
Cuestionario para entrevista.....	55
Fichas	55
Población.....	56
Muestra	57
CAPITULO IV.....	59
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS	59
Presentación	59
Análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la ficha de observación sobre la Planta turística de la comunidad.	59
Análisis e interpretación de los resultados obtenidos del inventario de atractivos de la comunidad.....	60
Análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la ficha de observación sobre las actividades del turismo comunitario dentro de la comunidad.	61

Análisis	63
Cuestionario Uno: Encuesta dirigida a pobladores comunitarios	63
Cuestionario dos: Encuesta dirigida a turistas extranjeros	82
Instrumento tres: Análisis de los resultados de las entrevistas	100
Discusión de resultados.....	102
CAPITULO V.....	106
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	106
Presentación	106
Conclusiones	106
Recomendaciones	108
CAPITULO VI.....	109
PROPUESTA ALTERNATIVA	109
Presentación	109
Título de la propuesta.....	109
Justificación	109
Fundamentación.....	110
Fundamentación Turística.....	110
Fundamentación Educativa.....	110
Objetivos	111
General	111
Específicos	111
Ubicación sectorial y física.....	111
Desarrollo de la Propuesta	112
La web	112
Página web.....	112
Elementos de una página web.....	113
Contenidos de la página web de Chilcapamba	114
Este sitio web permitirá:	114
Diagrama en Adobe Muse CC (2015)	115
Características principales	116
Diseño de la Página Web de Chilcapamba	117
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	130
ANEXOS	135
Anexo 1 <i>Árbol de problemas</i>	135

Anexo 2 <i>Matriz de Coherencia</i>	136
Anexo 3 <i>Matriz Categorical</i>	137
Anexo 4 <i>Análisis de plagio URKUND</i>	138
Anexo 5 Encuesta Dirigida a Miembros comunitarios	139
Anexo 6 Encuesta dirigida a los Turistas Extranjeros	144
Anexo 7 Cuestionario para entrevista dirigida miembros del Cabildo Comunitario.....	149
Anexo 8 Ficha de inventario de atractivos turísticos de la cascada Tupino Wayko.....	150
Anexo 9 Ficha de Inventario de atractivos turísticos del volcán Cotacachi	153
Anexo 11 Ficha de Inventario de atractivos turísticos del trueque de productos	159
Anexo 12 Ficha de Inventario de atractivos turísticos del Inti Raymi.....	162
Anexo 13 Ficha de Inventario de atractivos turísticos de música y danza	165
Anexo 14 Ficha de Inventario de la planta turística Ayllu Kawsay	168
Anexo 15 Ficha de Inventario de planta turística de Kuri Wasy	169
Anexo 16 Ficha de Inventario de planta turística del albergue 3.....	170
Anexo 17 Ficha de Inventario de la planta turística del albergue 4.....	171
Anexo 18 Ficha de Inventario de la planta turística Comedor 1.....	172
Anexo 19 Ficha de Inventario de la planta turística del comedor 2.....	173
Anexo 20 Formato ficha de inventario de atractivos	174
Anexo 21 Formato ficha de Inventario de la planta turística - alojamiento.....	177
Anexo 22 Formato ficha de Inventario de la planta turística - alimentación.....	178
Anexo 23 <i>Certificado de socialización</i>	179
Anexo 24 <i>Evidencias fotográficas</i>	180

ÍNDICE DE TABLAS

1. Características del Turismo Comunitario	32
2. Etapas del turismo comunitario	36
3. Emprendimientos de Turismo Comunitario.....	44
4. Registro Comunitario.....	56
5. Turistas extranjeros	56
6. Resumen de la planta turística	60
7. Resumen del Inventario de Atractivos	61
8. Resumen de las actividades de la comunidad	62
9. Edad	63
10. Género.....	64
11. Idioma	65
12. Etnia	66
13. Ocupación	67
14. Nivel de instrucción	68
15. Promedio de ingreso familiar.....	69
16. Transporte de movilización.....	70
17. Señalización Vial	71
18. Señalización Turística.....	72
19. Medios de comunicación	73
20. Procedencia del agua de consumo	74
21. Sistema de alcantarillado	75
22. Eliminación de excretas	76
23. Eliminación de la basura	77
24. Establecimientos de salud.....	78
25. Establecimientos educativos	79
26. Participación de turismo comunitario	80
27. Participación en turismo comunitario	81
28. Edad	82
29. Género.....	83
30. Nivel de instrucción	84
31. Ocupación	85
32. País de procedencia.....	86

33. Promedio de Ingresos.....	87
34. Gasto en servicios turísticos.....	88
35. Medio de planificación de viaje.....	89
36. Frecuencia realiza turismo comunitario.....	90
37. Cuándo viaja usted lo hace	91
38. Existencia de la Comunidad.....	92
39. Actividades que realiza.....	93
40. Tiempo de permanencia.....	94
41. Motivo de visita	95
42. Servicios turísticos.....	96
43. Le gustaría retornar a la comunidad.....	97
44. Recomendaría a otras personas a visitar la comunidad	98
45. Cómo le gustaría obtener información de la comunidad	99

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. <i>Edad</i>	63
Figura 2. <i>Género</i>	64
Figura 3. <i>Idioma</i>	65
Figura 4. <i>Etnia</i>	66
Figura 5. <i>Ocupación</i>	67
Figura 6. <i>Nivel de instrucción</i>	68
Figura 7. <i>Promedio de ingreso familiar</i>	69
Figura 8. <i>Transporte de movilización</i>	70
Figura 9. <i>Señalización Vial</i>	71
Figura 10. <i>Señalización Turística</i>	72
Figura 11. <i>Medios de comunicación</i>	73
Figura 12. <i>Procedencia del agua de consumo</i>	74
Figura 13. <i>Sistema de alcantarillado</i>	75
Figura 14. <i>Eliminación de excretas</i>	76
Figura 15. <i>Eliminación de la basura</i>	77
Figura 16. <i>Establecimientos de salud</i>	78
Figura 17. <i>Establecimientos educativos</i>	79
Figura 18. <i>Participación de turismo comunitario</i>	80
Figura 19. <i>Participación en turismo comunitario</i>	81
Figura 20. <i>Edad</i>	82
Figura 21. <i>Género</i>	83
Figura 22. <i>Nivel de instrucción</i>	84
Figura 23. <i>Ocupación</i>	85
Figura 24. <i>País de procedencia</i>	86
Figura 25. <i>Promedio de Ingresos</i>	87
Figura 26. <i>Gasto en servicios turísticos</i>	88
Figura 27. <i>Medio de planificación de viaje</i>	89
Figura 28. <i>Frecuencia realiza turismo comunitario</i>	90
Figura 29. <i>Con quien viaja</i>	91
Figura 30. <i>Existencia de la Comunidad</i>	92
Figura 31. <i>Actividades que realiza</i>	93
Figura 32. <i>Tiempo de permanencia</i>	94

Figura 33. <i>Motivo de visita</i>	95
Figura 34. <i>Servicios Turísticos</i>	96
Figura 35. <i>Le gustaría retornar a la comunidad</i>	97
Figura 36. <i>Recomendaría a otras personas a visitar la comunidad</i>	98
Figura 37. <i>Cómo le gustaría obtener información de la comunidad</i>	99
Figura 38. <i>Mapa de ubicación de la Comunidad Chilcapamba</i>	111
Figura 39. <i>Estructura de la página web</i>	115
Figura 40. <i>Programa de Adobe Muse CC 2015</i>	116
Figura 41. <i>Diagramación en Adobe Muse CC 2015</i>	117
Figura 42. <i>Diseño de la página de Inicio</i>	117
Figura 43. <i>Diseño de la marca de la comunidad Chilcapamba</i>	118
Figura 44. <i>Diseño de la página principal</i>	119
Figura 45. <i>Diseño del encabezado de la página principal</i>	119
Figura 46. <i>Diseño del cuerpo de la página principal</i>	120
Figura 47. <i>Diseño del pie de página</i>	120
Figura 48. <i>Cuerpo de página -Conoce Chilcapamba</i>	121
Figura 49. <i>Cuerpo de página - Volcán Cotacachi</i>	122
Figura 50. <i>Cuerpo de página- Cascada Tupino Wayko</i>	122
Figura 51. <i>Cuerpo de página- Aguas minerales de Yanayacu</i>	123
Figura 52. <i>Cuerpo de página- Trueque de productos</i>	123
Figura 53. <i>Cuerpo de página - Inti Raymi</i>	124
Figura 54. <i>Cuerpo de página - Artesanías</i>	124
Figura 55. <i>Cuerpo de página - Música y danza</i>	125
Figura 56. <i>Cuerpo de página - Alimentación</i>	125
Figura 57. <i>Cuerpo de página - Alojamiento</i>	126
Figura 58. <i>Cuerpo de página - Agricultura</i>	126
Figura 59. <i>Cuerpo de página - Feria artesanal</i>	127
Figura 60. <i>Cuerpo de página - Huerto de plantas medicinales y frutales</i>	127
Figura 61. <i>Cuerpo de página - Feria de productos orgánicos</i>	128
Figura 62. <i>Cuerpo de página - Galería</i>	128
Figura 63. <i>Cuerpo de página - Contáctanos</i>	129

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo comunitario en el Ecuador se ha convertido en una estrategia de desarrollo social, económico y cultural, el cual ha permitido por un lado el progreso equitativo de la comunidad, además del cuidado especial a la conservación ambiental y el rescate de su cultura y tradiciones. Por lo cual el presente trabajo se desarrolló con el fin de analizar la oferta y demanda del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba, perteneciente al cantón Cotacachi. Es así que las bases teóricas fueron sustentadas a través de la revisión bibliográfica de varios autores. En lo que respecta a la metodología, se empleó la investigación bibliográfica, campo, descriptiva, junto al método analítico-sintético, deductivo-inductivo, cualitativa-cuantitativa y a su vez se empleó la técnica de la encuesta, la entrevista y el fichaje. Los resultados obtenidos permitieron conocer que dentro de la oferta turística, la comunidad cuenta con recursos naturales, culturales y con planta turística, aspectos que convierten a la comunidad en un lugar apto para el desarrollo de actividades turísticas; los turistas que visitan la comunidad son en su totalidad extranjeros, gran parte de ellos jubilados y tienen inclinación al turismo comunitario, sin embargo la escasa innovación en estrategias de promoción y difusión de la oferta no permiten el auge turístico deseado. En base a los resultados obtenidos se diseñó una página web que promueva la oferta turística de Chilcapamba y de esa manera posicionarse en el mercado turístico y tener el desarrollo socio-económico esperado dentro de la comunidad.

Palabras clave: Turismo comunitario, oferta turística, demanda turística

ABSTRACT

The community tourism in Ecuador has become strategy of social, economical and cultural development which for one site has enable and equitable progress of the community. It has also enable special care to the environmental conservation and the rescue of their culture and traditions. Therefore this present task was developed with propose of analyze the offer and demand of the community tourism of Chicapamba's community which belong to the city of Cotacachi. This is why the theoretical bases were supported by bibliographic review of several authors, with regard to methodology the research methods that were used as follows; bibliographic, field, descriptive, analythic-sintetic deductive-inductive, quantitative-qualitative, also the interview and signing technique were implied as well. The results obtained allowed us to know that with in the tourism offer the community counts with natural and cultural resources. This aspects make the community a suitable place for the development a tourism activities; Most of the tourist that visit the community are foreigners. A great number of those tourists are retired and have inclination for community tourism, however little innovation in promotion strategies and dissemination of the offer does not allow the desired tourist boom. Based on the results obtained of the researches, a web page that promotes tourism in Chilcapamba was created and thereby help position this community in the tourism market and have the appropriate socio-economic development that is expected within the community.

Keywords: Community tourism, offer, demand

INTRODUCCIÓN

El turismo comunitario se ha convertido en los actuales momentos en un elemento importante dentro del país, sobre todo para la zona rural, puesto que esta actividad permite obtener nuevas formas de ingresos, y con ello tener un desarrollo local turístico de la población.

Pero no todas las comunidades corren con la misma suerte de un desarrollo en el turismo comunitario, lo cual es una total pérdida puesto que se tiene los recursos necesarios para llevar a cabo dicha actividad, por esta razón se originó la realización de esta investigación con el objetivo de analizar la oferta y demanda de la comunidad de Chilcapamba ubicada en el cantón Cotacachi, para que desde ese punto partir con el desarrollo de la comunidad.

El **Capítulo I** describe los antecedentes del turismo comunitario, el planteamiento del problema donde se expone las causas y efectos del mismo, la formulación del problema, la delimitación del problema el objetivo general y los específicos, y finalmente la justificación de la investigación.

El **Capítulo II** cita el marco teórico el cual sustenta con fundamentación teórica al tema de investigación de forma clara, lógica y precisa.

El **Capítulo III** detalla la metodología utilizada en la investigación, especificando el tipo de investigación, los métodos, técnicas e instrumentos, además la población y muestra utilizada en el presente trabajo investigativo.

El **Capítulo IV** compila el análisis e interpretación de resultados, mediante tablas y figuras estadísticas que se aplicaron a turistas extranjeros y miembros comunitarios.

El **Capítulo V** detalla las conclusiones y recomendaciones generadas del análisis e interpretación de los resultados de la investigación.

El **Capítulo VI** presenta la propuesta alternativa en el cual se detalla el título, justificación, fundamentación, objetivo general y específicos, ubicación sectorial, desarrollo de la propuesta y finalmente la bibliografía general del documento.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Presentación

En el presente capítulo se dará a conocer el problema de investigación, que abordan los siguientes aspectos: antecedentes, planteamiento del problema, formulación y delimitación del mismo, el objetivo general, los objetivos específicos y la justificación, de esa manera se muestra una descripción evidente de la investigación.

1.2. Antecedentes

El turismo comunitario en Ecuador se desarrolló a partir de los años 80, como una alternativa que permite a las comunidades obtener nuevas formas de ingresos, de ese modo reducir los niveles de pobreza y valorizar su cultura e identidad, además de la conservación del medio ambiente. Por lo cual varias de estas se integraron para generar emprendimientos de turismo comunitario, para ejercer un adecuado manejo de sus tierras y territorios, la revalorización cultural, fortalecimiento organizativo y distribución equitativa de los beneficios generados por la actividad turística.

En la provincia de Imbabura se ha venido implementando el turismo comunitario como una actividad complementaria a las actividades productivas tradicionales de la comunidad como: la agrícola, pecuaria y artesanal, para generar fuentes de trabajo dentro de la misma. Como resultado se han desarrollado varios emprendimientos de turismo comunitario con el fin de obtener un turismo sostenible basado en la convivencia, respetando las costumbres y tradiciones de los miembros comunitarios.

En el cantón Cotacachi se encuentra la comunidad de Chilcapamba, perteneciente a la parroquia San Francisco, a una distancia aproximada de 4km de la cabecera cantonal, donde se ha iniciado con la actividad del turismo comunitario a través de emprendimientos propios por miembros y dirigentes de la misma, además de ayudas externas, dentro de la comunidad se brindan los servicios de alojamiento, alimentación y actividades en turismo de cultura y naturaleza, sin embargo aún no se evidencia un desarrollo exitoso de la comunidad mencionada.

1.3. Planteamiento del problema

En los últimos años, el turismo comunitario se ha incrementado en diferentes lugares del país, por la diversidad de experiencias que ofrecen en el Ecuador; los turistas en la búsqueda de nuevos estímulos, intereses y deseos de estar en contacto con la naturaleza y la población comunitaria, ha dinamizado las diversas modalidades de turismo en las zonas rurales; pues cada día es más difícil encontrar estos tipos de experiencias en muchos países de origen de la demanda turística, de ese modo el turismo comunitario se ha convertido en una (marca internacional) y un elemento de creciente interés en la oferta y demanda turística.

Es así que varias comunidades de la sierra norte del país resaltan la importancia de desarrollar esta actividad turística, una de ellas es Chilcapamba ubicada en el cantón Cotacachi, puesto que permitirá obtener nuevos ingresos económicos para la comunidad y por ende el desarrollo local.

El problema de la escasa innovación en la oferta de las actividades turísticas de la comunidad de Chilcapamba, esta originado por la carencia de estrategias en la difusión y promoción de la oferta turística que tiene la comunidad, este a su vez está ligado a una ausencia de variedad de actividades que se ofrecen a los turistas, es decir en casi todas las comunidades ofrecen lo mismo sin tener cosas nuevas que mostrar que sin lugar a duda sería una ventaja

competitiva sobre las demás comunidades, de igual manera el limitado interés de las autoridades responsables a nivel nacional, provincial, cantonal sobre turismo comunitario ha llevado al bajo compromiso e interés de dirigentes y miembros comunitarios, además de la ausencia de información sobre el perfil del turista que visita la comunidad.

Como consecuencia a esta problemática se visualiza una baja afluencia de turistas extranjeros y ausencia de turistas nacionales, provocando la reducción de oportunidades de trabajo y un limitado desarrollo local, por otra parte los habitantes de la comunidad se ven obligados a buscar otras fuentes de trabajo que les permita mejorar su nivel de vida es decir emigrar a las ciudades dando como resultado el fraccionamiento familiar y la pérdida de cultura y tradiciones.

1.4. Formulación del problema

¿Cuál es la oferta y la demanda del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba perteneciente a la parroquia San Francisco, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura?

1.5. Delimitación

1.5.1. Unidades de observación

Pobladores comunitarios, dirigentes de la comunidad y turistas extranjeros.

1.5.2. Delimitación espacial

La investigación se desarrolló en la Comunidad Chilcapamba, perteneciente a la parroquia San Francisco, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

1.5.3. Delimitación temporal

La presente investigación se realizó desde marzo del 2015 hasta julio del 2016.

1.6. Objetivos

1.6.1. Objetivo general

Analizar la oferta y demanda del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba perteneciente a la parroquia San Francisco, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

1.6.2. Objetivos específicos

- Identificar la situación socioeconómica actual de la comunidad de Chilcapamba.
- Determinar la oferta y la demanda actual del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba.
- Diseñar una estrategia que permita el desarrollo de la oferta y demanda de la comunidad de Chilcapamba.

1.7. Justificación

El turismo comunitario se ha convertido en los actuales momentos en un elemento de creciente interés de la oferta y demanda turística especialmente en América Latina, tal es el caso de Ecuador que tiene un gran peso cuantitativo y cualitativo de experiencias de turismo comunitario; de ese modo se convierte en una estrategia de desarrollo social, económico y cultural, el cual ha permitido por un lado el desarrollo de la comunidad, el cuidado especial a la conservación ambiental y el rescate de su cultural y tradiciones.

El turismo comunitario se encuentra posicionado en el Ecuador gracias a la organización y gestión de sus pueblos y nacionalidades, que en la actualidad se encuentran agrupados en la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), y al reconocimiento del turismo comunitario como uno de los programas a desarrollar en el Plan Estratégico de Desarrollo Turístico Sostenible del Ecuador, PLANDETUR 2020, herramienta de planificación diseñada, en forma participativa, por el MINTUR.

El presente estudio del turismo comunitario en la comunidad de Chilcapamba, posibilitará el desarrollo integral para la comunidad mencionada, identificando su oferta y demanda, lo que permitirá tener un instrumento de gestión para la toma de decisiones futuras de las autoridades comunales con miras al desarrollo turístico, beneficiando a los miembros de la comunidad, determinando las estrategias socioeconómicas que ayudará a la comunidad en el desarrollo local, de esa manera elevar el nivel de vida y frenar la emigración. Por consiguiente esta investigación es completamente factible en cuanto a disponibilidad y disposición por parte de la comunidad estudiada y la investigadora.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Presentación

En el presente capítulo sintetiza la fundamentación teórica que aborda los conceptos más relevantes y necesarios que sin lugar a duda aportan al entendimiento de la investigación, iniciando por definiciones, características que sustenten a la investigación del turismo comunitario, además se muestra ejemplos de los emprendimientos de turismo comunitario más importantes.

2.2. Fundamentación teórica

2.2.1. Turismo

Existen varias definiciones de turismo, las cuales presentan enfoques muy variados por los investigadores, puesto que cada uno considera aspectos y elementos diferentes ya sean económicos, ecológicos o sociológicos, que se han venido dando en el tiempo, para lo cual en el siguiente trabajo se tomó en cuenta las siguientes definiciones:

Según Burkart y Medlik (citado por Crosby & Adela, 1996) mencionan que “El turismo son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”, mientras que para Mathieson y Wall (1982) “El turismo es el movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas” (p.10).

A pesar de los años que tienen estas dos definiciones de turismo, los autores desprenden algunas características comunes, como el desplazamiento de personas a destinos fuera del lugar de residencia, abarcando aspectos de estancia que sean cortos es decir inferior a un año.

Sin embargo pese a la dificultad de establecer una definición concreta, puesto que esta actividad abarca varios sectores y disciplinas, se opta por la definición expuesta por la Organización Mundial del Turismo (OMT), el consenso internacional que siguió, en forma de las Recomendaciones internacionales aprobadas por Naciones Unidas, un esfuerzo que duró casi tres años (2005-2007).

Es así que para la (OMT, 2005) “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales”.

Como tal, el turismo tiene efectos en la economía, en el entorno social y cultural de la población local de los lugares visitados y en los visitantes propiamente dichos, pues genera directa e indirectamente un aumento de la actividad económica en los lugares visitados, debido a la demanda de bienes y servicios que deben producirse y prestarse.

El turismo es una de las actividades más importantes que se llevan a cabo en un país o región en los últimos años, tanto en la parte económica como cultural, puesto que genera el desplazamiento de personas, por lo tanto se abren plazas de trabajo en infraestructura y servicios turísticos.

2.2.2. Turismo sostenible

El desarrollo turístico se proyecta en un contexto de sostenibilidad o sustentabilidad, donde nace la necesidad de cuidar al máximo los recursos naturales, la belleza del paisaje en bosques, montañas; la calidad del agua en ríos, lagos, en sí todo lo que tenga que ver con la

biodiversidad, se convierten en la base para futuros planes turísticos, ofreciendo además un desarrollo económico más justo para las comunidades locales, promoviendo su participación activa y permitiendo que los recursos generados por esta actividad mejoren la calidad de vida de millones de personas.

El turismo sostenible ha ido avanzando con mayor énfasis en el transcurso de los años al igual que sus conceptos de los cuales se menciona a continuación: Según la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo, en el informe de Brundtland, menciona que el turismo sostenible es aquél “desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias” (CMMAD, 2014). Concepto que para la comisión autora daba a conocer las tres dimensiones: el crecimiento económico, la inclusión social y el equilibrio medioambiental, importantes en el turismo sostenible.

La Organización Mundial de Turismo, menciona que turismo sostenible es “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (OMT, 2012). De acuerdo a lo dicho, se refieren a los aspectos medioambientales, económicos y socioculturales que abarca el desarrollo turístico, por lo que se debe promover un equilibrio adecuado entre estos tres aspectos, para que de esa manera se pueda garantizar la sostenibilidad a largo plazo.

Por tanto, el turismo sostenible debe:

- 1) Dar un uso óptimo a los recursos medioambientales, que son un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades anfitrionas, conservar sus activos culturales y arquitectónicos y sus valores tradicionales, y contribuir al entendimiento y la tolerancia intercultural.
- 3) Asegurar unas actividades económicas viables a largo plazo, que reporten a todos los agentes, unos beneficios socio-económicos bien

distribuidos, entre los que se cuenten oportunidades de empleo estable y de obtención de ingresos y servicios sociales para las comunidades anfitrionas, y que contribuyan a la reducción de la pobreza. (OMT, 2012)

Surge el turismo sostenible como un importante factor para la conservación de los recursos medioambientales, buscando la participación comunitaria y activa del visitante, tratando de responder las exigencias de un creciente número de turistas internacionales que buscan un contacto más cercano, activo y directo con la biodiversidad y las culturas locales comunitarias que tiene ese país o región; a la vez lograr la satisfacción del turista, de manera que tome conciencia de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos las buenas prácticas turísticas sostenibles.

2.3. Turismo comunitario

2.3.1. Conceptualización

El turismo comunitario se ha convertido en un elemento de importancia en cada país o región, como estrategia de desarrollo, por lo cual es un objeto de estudio, es así que existen varias definiciones de turismo comunitario, las cuales se darán a conocer a continuación algunas de ellas.

La Federación de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE) menciona que:

Turismo Comunitario es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados. (FEPTCE, 2013)

Es decir, el turismo comunitario es una actividad socioeconómica, que tiene la participación de sus pobladores en la planificación, gestión de las actividades, como la convivencia diaria, cultura, tradiciones autóctonas, entre otras cosas que se dan a conocer a los

turistas que los visitan, así también en la distribución equitativa de los beneficios generados por dicha actividad.

Por lo expuesto se puede manifestar que, el Turismo Comunitario se ha convertido en una estrategia de desarrollo para la comunidad receptora de este tipo de turismo, pues las actividades agrícolas tradicionales que se realizan en el ámbito rural, han venido disminuyendo a causa de la emigración hacia las grandes ciudades en busca de empleos que les permita tener mayores ingresos que garanticen una buena calidad de vida para sus familias.

Por otro lado, de la Oficina Internacional del Trabajo (OIT) en su publicación de Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTURS).

Maldonado (2005) menciona que:

Se entiende por turismo comunitario toda forma de organización empresarial sustentada en la propiedad y la autogestión de los recursos patrimoniales comunitarios, con arreglo a prácticas democráticas y solidarias en el trabajo y en la distribución de los beneficios generados por la prestación de servicios turísticos, con miras a fomentar encuentros interculturales de calidad con los visitantes (p.5).

Esta conceptualización hace referencia a la definición expuesta anteriormente, teniendo algunas características en común como, la distribución equitativa de los beneficios generados por la actividad turística y a la organización que se debe tener con todos los miembros de la comunidad, además del manejo adecuado de los recursos naturales y patrimoniales de la comunidad receptora.

2.3.2. Características del turismo comunitario

Lo dicho anteriormente en la conceptualización del turismo comunitario, en la Tabla 1 se muestra las características más importantes que debe tener dicha actividad, y de esa manera se tendrá un mejor entendimiento de que se está tratando.

Tabla 1*Características del Turismo Comunitario*

Participativo	Los miembros de la comunidad son los actores principales de las actividades turísticas comunitarias, en la cual todos cumplen un rol que efectuar.
Asociativo	El turismo comunitario, implica la agrupación de los miembros de la comunidad y también de organizaciones o establecimientos que permitan una buena apertura hacia los mercados turísticos, además de la equidad en los beneficios generados.
Cultural	El turismo comunitario permite el contacto cultural directo, puesto que la cultura, las tradiciones, artesanía, gastronomía, son parte de la vida cotidiana de los habitantes de las comunidades.
Ecológico	Para obtener mejores resultados en este tipo de turismo es importante tener los paisajes preservados, flora y fauna protegida dentro de su hábitat natural, ya que el turista le interesa observar aquellos detalles rurales.

Fuente: FEPTCE (2006)

Elaborado: Flores, M

De acuerdo a lo expuesto, estas cuatro características son importantes e indispensables para llevar a cabo dicha actividad turística, en este sentido si no se efectuara alguna de las características mencionadas como la cultura, equidad, participación de la comunidad, cuidado de los recursos naturales, ya no estaríamos hablando de turismo comunitario.

2.3.3. Origen del turismo comunitario

El Turismo Comunitario se origina en Europa por la crisis que se efectúa en la agricultura iniciada en los años 60, la cual llevo a la emigración masiva de los agricultores, campesinos de los lugares rurales a las ciudades grandes ocasionando el despoblamiento de espacios rurales, estos factores llevaron a tomar medidas que ayuden a obtener ingresos. Es así que en los años 80, a través de los Programas de desarrollo rural, se buscaron alternativas productivas a las familias campesinas. El 90% de los recursos de la política de subsidios se aplicó a proyectos de turismo rural, realizando importantes aportes a la recuperación de la calidad de vida rural europea (Leal de Rodríguez, 2008).

Es así que Ciano (citado por Juárez & Ramírez, 2007) manifiesta que, en países de Europa como por ejemplo en Francia el turismo rural comunitario, favorece en actividades entre las cuales se encuentra ayudar a las pequeñas haciendas agrícolas generándoles un ingreso. En Austria, las disposiciones legales para el agroturismo fijan un máximo de lugares para pernoctar por hacienda y utilizan personal perteneciente a la misma para otorgar este servicio. En Alemania las vacaciones son en haciendas agrícolas, siendo una alternativa para las familias ante las dificultades en la agricultura.

2.4. Turismo comunitario en América Latina

El Turismo Comunitario en América Latina se ha venido desarrollando desde las dos últimas décadas, como una modalidad turística en la cual la comunidad local es participe de forma directa en las actividades y estas a la vez puedan generar un ingreso que reducirá la pobreza y los movimientos migratorios en las áreas involucradas de los países Latinoamericanos (CORDTUCH, 2012).

Es así que en toda América Latina, el Turismo Comunitario se va cada día posicionando dentro de la oferta turística, siendo como uno de los múltiples productos turísticos que se ofrecen en el mercado, puesto que la población urbana quiere salir de su rutina diaria y tener nuevas experiencias como estar en contacto con la naturaleza y cultura, observación de flora y fauna, convivencia con la población, aprendizaje de sus tradiciones, actividades como el senderismo, caminatas, cabalgatas, que se realizan en la mayoría de países donde se oferta esta clase de turismo.

Según (Ruiz & Solis, 2007) dentro de “América Latina, se suele destacar a Ecuador como el país pionero, por el peso cuantitativo y cualitativo de sus experiencias de turismo comunitario. Así, desde los años ochenta, el turismo comunitario se ha convertido en Ecuador en una actividad estratégica para muchas comunidades” (p.12).

Por otro lado (Medía, 2007) manifiesta que “En América Latina, este modelo turístico se está desarrollando con rapidez. Pocos son los países que no cuentan ya con redes de turismo comunitario de ámbito nacional o regional” (p.16).

Es así que se encuentra a REDTURS (Red de Turismo Comunitario de América Latina), siendo “una red de comunidades indígenas y rurales, las instituciones y las habilidades profesionales de los recursos humanos dedicados a apoyar el desarrollo sostenible del turismo. Animamos a la autogestión del turismo como una forma para que las comunidades asuman el liderazgo en la planeación, operación, supervisión y desarrollo de sus negocios” (REDTURS, 2007).

El objetivo de REDTURS es “el fomento de oportunidades de negocios de las comunidades de América Latina, para mejorar sus condiciones de vida y de trabajo” y su principal misión es “apoyar a los procesos de fortalecimiento y desarrollo de las redes de

turismo comunitario a nivel local, nacional y regional, con el fin de diversificar sus fuentes de empleo e ingreso, valorar su cultura y afianzar la cohesión social” (REDTURS, 2007).

De esa manera la actividad turística y las redes a nivel nacional como internacional contribuye al fortalecimiento de las comunidades rurales de una manera que sea beneficioso para todos sus miembros, además de ser económicamente viable, socialmente solidaria, culturalmente enriquecedora y ambientalmente responsable.

2.5. Turismo comunitario en Ecuador

Según (Ruiz, et al., 2007) “El turismo en Ecuador inicia su desarrollo moderno en los años 50 del siglo XX, es en las tres últimas décadas, en donde empieza a consolidarse como actividad económica y socio-cultural de importancia” (p. 29).

Por consiguiente en Ecuador se refleja el desarrollo del Turismo Comunitario desde los años 80, llegando a ser un sector importante para no menos de 100 comunidades (FETCE, 2006); como una alternativa económica puesto que este tipo de turismo permite a las comunidades obtener nuevas formas de ingresos, empleo y reducir los niveles de pobreza. Además valorizar su cultura e identidad y el manejo adecuado de los recursos naturales como estrategia fundamental para seguir con el desarrollo del turismo comunitario.

La actividad comunitaria desarrolla el turismo con una visión diferente, una filosofía y acción que en determinados momentos choca con el sector empresarial privado convencional. En las comunidades, el turismo no sustituye a la principal fuente de ingresos, que suelen ser las actividades agrícolas, ganaderas, artesanales, gastronómicas, entre otras, que son a las que se han dedicado a toda su vida, sino que se presenta como una alternativa para aumentar sus ingresos, convirtiéndose en un valor en alza, socialmente solidario ya que reduce las desigualdades, además de ser culturalmente enriquecedor y ambientalmente respetuoso, al

permitir que las comunidades rescaten y den a conocer su cultura, tradiciones, entre otras cosas (FETCE, 2006).

Existen cuatro etapas en las cuales se puede dar a conocer en breve recorrido histórico del turismo comunitario en el Ecuador:

Tabla 2

Etapas del turismo comunitario

<p>- Inicios 1980-2000</p>	<p>Estos años se encontraron marcados internacionalmente debido a que hubo una sensibilización por la conservación ambiental, así también se planteó una relación entre turismo y conservación de los recursos naturales de esa manera la demanda a destinos naturales incremento.</p>
<p>- 2000-2003</p>	<p>Para estos años hubo un gran crecimiento de demanda en turismo comunitario, también se difundieron varias iniciativas en las comunidades indígenas con un impulso del turismo comunitario y su organización (FEPTCE), sobre todo se puso las bases para una gestión turística planificada desde una perspectiva de Estado con la Ley de Turismo del 2002.</p>
<p>2004- 2005</p>	<p>Fue un año de estancamiento debido a que hubo una rotación de tres Ministros de Turismo en solo dos años, por lo cual no hubo un gran avance en el desarrollo turístico.</p>
<p>- 2005 en adelante</p>	<p>Años en los cuales se dan a conocer la existencia de 62 operaciones de turismo comunitario, la solidez organizativa de la FEPTCE como gremio de turismo comunitario.</p>

Fuente: Ruiz & Solis (2007). Turismo Comunitario en Ecuador (p. 32).

Elaborado: Flores, M

2.6. Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE)

Dentro del Ecuador el organismo gremial representativo del turismo comunitario es la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador (FEPTCE), que es una organización comunitaria sin fines de lucro regulada por ley, genera propuestas estratégicas encaminadas a mejorar el nivel de participación de las poblaciones indígenas, campesinas, montubias y negras del Ecuador en el desarrollo del turismo, “obteniendo más de 60 experiencias en gestión comunitaria de dichas poblaciones y nacionalidades” (Heredia, 2007).

2.6.1 Objetivo

Para la FEPTCE:

Nuestro objetivo es no solo posicionar al turismo Comunitario en los diferentes sectores del estado Ecuatoriano, través de políticas públicas claras que motiven la inversión del estado, sino generar una conciencia nacional e internacional de que experiencias como las que venimos implementado van más allá de la simple oferta turística, para nosotros es una forma de vida con identidad, con responsabilidad, con conciencia y compromiso no solo con nuestra futuras generaciones sino con la vida de todo el planeta (FEPTCE, 2007).

2.6.2 Misión

“Contribuir al posicionamiento del turismo comunitario como una alternativa económica y social para la generación de ingresos y empleo en las comunidades de nuestros Pueblos y Nacionalidades del Ecuador” (FEPTCE, 2007).

2.6.3 Visión

En cinco años el turismo comunitario se ha convertido en una actividad sustentable, generando beneficios económicos para las comunidades involucradas, contribuyendo a la conservación de su patrimonio natural y fortaleciendo su diversidad étnica y cultural (FEPTCE, 2007).

Por lo cual la FEPTCE, quiere tener como producto el buen vivir de las comunidades, el manejo sustentable de los territorios, con la implementación de iniciativas al turismo comunitario, revitalizar la identidad cultural de los diferentes pueblos y nacionalidades. Dentro de la FEPTCE se encuentran registradas más de “100 comunidades en todo el Ecuador, específicamente 16 en la Costa, 33 en la Amazonia y 52 en la Sierra del Ecuador” (FEPTCE, 2007).

2.7. Turismo comunitario en la Costa Ecuatoriana

En la costa ecuatoriana se encuentran seis de las veinticuatro provincias que tiene que tiene el país entre ellas están: Esmeraldas, Manabí, Guayas, Santa Elena, Los Ríos y El Oro. Desde el norte hasta el sur se puede observar hermosas playas que ofrecen al turista todo lo necesario para una estadía confortable con descanso y diversión. Esta región tiene un clima cálido y seco al sur, y tropical húmedo al norte. Además posee varios Parques Nacionales como Machalilla y Manglares-Churute, que son de gran interés por los turistas para el turismo comunitario (Tsaitami, s.f).

2.7.1 Caso Comuna Agua Blanca

Esta comuna se localiza en la provincia de Manabí, cantón Puerto López, parroquia Machalilla, a 12 km hacia el norte de Puerto López. Tiene una población de 300 habitantes, los cuales dependen del turismo comunitario; aproximadamente reciben anualmente a 16.000 turistas nacionales y extranjeros. Entre las actividades que puede realizar en esta comunidad son conocer la cultura Manteña, caminatas por los bosques seco y tropical, visita a la laguna de azufre y beneficiarse de las propiedades medicinales, paseos en bicicleta, entre otras actividades (Comunidad Agua Blanca, s.f).

Agua Blanca es la primera comunidad eco turística de la costa ecuatoriana, tiene una historia y cultura de más de 5000 años, siendo de gran importancia debido al potencial

arqueológico que posee con ruinas prehistóricas perteneciente a la cultura Manteña, la última de la prehistoria ecuatoriana. Dicha comunidad cuenta con 25 guías de Agua Blanca, acreditados por el Parque Nacional Machalilla, quienes narran cada una de las historias de los vestigios arqueológicos que se encuentran en la zona (ECOSTRAVEL, s.f).

2.8. Turismo comunitario en los Andes

En los Andes se encuentran once de las veinticuatro provincias que tiene el país. Con tierras altas, conformado por cadenas montañosas con su singular belleza, es una región sorprendente por la multiplicidad de paisajes, lagos, bosques nublados, y climas que van desde los 2.000 m.s.n.m hasta los 6.000 m.s.n.m, algo extraordinario pues se puede realizar una gran variedad de actividades y aventura, que sin lugar a duda será de agrado para los turistas que visiten esta región (Tsaitami, s.f).

Además de contar con gran cantidad de comunidades rurales en toda la sierra del país, que ofrecen variedad de actividades para el turismo comunitario como: conocimiento de sus costumbres, cultura, convivencia con la comunidad en actividades diarias de agricultura, cosecha, artesanía, música y danza.

2.8.1 Caso Runa Tupari

Runa Tupari Native Travel, se encuentra en la provincia de Imbabura, cantón Cotacachi, siendo una operadora de turismo rural comunitario formada en el año 2001 por la Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi (UNORCAC) y cuatro comunidades indígenas del Cantón Cotacachi, comunidades en las cuales se encuentran los alojamientos para los turistas que deseen compartir con la comunidad (costumbres, naturaleza), es decir turismo comunitario (RunaTupari, s.f).

Runa Tupari en el idioma Kichwa significa (Encuentro con Indígenas) con el “objetivo de facilitar un intercambio cultural entre los visitantes y la población de la región. Este encuentro le permite al huésped experimentar un contacto directo con la naturaleza y, sobre todo, enriquecerse de una convivencia intercultural” (RunaTupari, s.f).

2.8.1.1 Visión

El desarrollo de un turismo sostenible y responsable en la región requiere la participación activa de las comunidades rurales. El turismo comunitario rural no solamente ayuda en crear nuevos fuentes de ingreso y empleo para las familias en los sectores rurales; además agrega valor a su cultura, sus tradiciones y su patrimonio (RunaTupari, s.f).

Es así que Runa Tupari es una de las operadoras de Turismo más importantes en el Norte del país, dentro de la actividad de turismo comunitario, quien se encarga de establecer el contacto con el turista que desee visitar una de las comunidades con las que trabaja la operadora, de esa manera son beneficiadas varias familias, por esta actividad.

2.9. Turismo comunitario en la Amazonía

La Amazonía Ecuatoriana, comprende las provincias de Orellana, Pastaza, Napo, Sucumbíos, Morona Santiago, Zamora Chinchipe, esta región es conocida por su gran biodiversidad, en la cual se puede encontrar alrededor de “ocho mil especies de plantas medicinales, 85 especies de peces, 47 anfibios y reptiles, 95 aves y 80 especies de mamíferos en peligro de extinción, donde vive el 70 por ciento de las 25 mil especies de plantas vasculares que existen en el planeta” (Visita Ecuador, s.f).

Es así que para preservar la selva Amazónica y obtener ingresos económicos que ayuden a los pobladores de las comunidades de la Amazonía, a través del aprovechamiento

sustentable de los recursos naturales y culturales que poseen, se abren sus puertas a turistas para que puedan apreciar la belleza y tesoros naturales que ofrece esta región.

2.9.1. Caso Red Indígena de Comunidades del Alto Napo para la Convivencia Intercultural y Ecoturismo (RICANCIE)

Es una Red que se encuentra conformada por ocho comunidades kichwas del Alto Napo, ubicada dentro de la reserva de Biosfera Sumaco, Napo Galeras, a 186 Km desde Quito. En el año 2007, RICANCIE se convierte en una Corporación Provincial de Turismo Comunitario de Napo, como líder y pionero en la prestación de servicios turísticos comunitarios en la Amazonía, a nivel nacional e internacional (RICANCIE, s.f).

Las comunidades de RICANCIE, proponen un programa auto gestionado y alternativo, basado en la participación de sus miembros, manejo responsable de los recursos naturales y culturales, con el fin de garantizar la filosofía milenaria de respeto y cuidado a la “PACHAMAMA”, madre tierra, con la cual se tiene vínculos sagrados (RICANCIE, s.f).

De esa manera esta Red, a través del turismo comunitario, crea fuentes de trabajo que permite aumentar de manera equitativa, los ingresos económicos de las familias, fomentando proyectos sociales, de salud, educación y cultura, y fortalecimiento organizativo.

2.10. Marco legal del turismo comunitario en el Ecuador

Dentro del turismo comunitario la construcción legal fue diferente pues “empezó como una actividad no reconocida que con un esfuerzo constante y una lucha basada en los territorios, llegó a ser legalizada y reivindicada por varios actores sociales y políticos del país” (Estrella, 2007, p. 51).

El marco legal del turismo comunitario en el Ecuador se basa en las leyes, reglamentos, estatutos, normas legalmente establecidos a nivel tanto nacional como internacional. Además

de convenios que impulsan la actividad del turismo comunitario en Ecuador tal es el caso del Convenio No. 169 sobre Pueblos Indígenas y Tribales en Países Independientes, de la Organización Internacional del Trabajo (OIT); este convenio “propone conceptos básicos relativos al respeto, al reconocimiento y a la participación de dichos pueblos. El respeto a la cultura, idiomas, la religión, organización social y económica, y a la identidad propia constituye la premisa de la existencia perdurable de los pueblos indígenas y tribales” (OIT, 2007).

De esa manera este convenio se convierte en un instrumento jurídico internacional, que de una u otra forma garantiza el respeto, igualdad de oportunidades a aquellos grupos que no se encuentran en igual de condiciones que otros, siendo así uno de los paradigmas fundamentales para la erradicación de la pobreza y un desarrollo sustentable.

Por otro lado en el año 2009 el MINTUR dio a conocer el Instructivo para Registro de Centros de Turismo Comunitario (CTC), y en el siguiente año el Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, dando énfasis en que “apoyar a las comunidades en el desarrollo local del turismo como una alternativa de lucha contra la pobreza” (MINTUR, 2010).

Dentro del Plan del Buen Vivir 2013-2017, se menciona en el Objetivo 8, numeral 8.9. Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario, literal k) “Fomentar el turismo comunitario y el turismo social” (SENPLADES, 2013). Por otra parte, en el PLANDETUR 2020, se da a conocer dos programas relacionados con el turismo comunitario el primero “Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Comunitario para el turismo de Ecuador”, y el segundo “Turismo de Naturaleza y Comunitario” (MINTUR, 2007). Estos dos programas dan a conocer la importancia de tener un turismo comunitario en buenas condiciones, con una sociedad solidaria y responsable, para tener la mejor de las experiencias turísticas.

2.11. Ley de turismo

De acuerdo al Artículo 3 de la Ley de Turismo que se encuentra vigente desde el 27 de diciembre del 2002, menciona lo siguiente (MINTUR, 2002):

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país.
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

2.12. Turismo comunitario en la provincia de Imbabura

El turismo comunitario se ha convertido en una alternativa para muchas familias de comunidades rurales de Imbabura puesto que esta actividad les ha permitido generar ingresos locales, mientras rescatan y valoran sus prácticas culturales.

A continuación se da a conocer algunos emprendimientos de turismo comunitario dentro de la provincia de Imbabura.

Tabla 3

Emprendimientos de Turismo Comunitario

Nombre	Comunidad	Dirección	Detalles
Turismo Comunitario Agato	Comunidad kichwa Agato, Parroquia Miguel Egas Cabezaz, Cantón Otavalo	A 3,5 km. de Otavalo, entre la cascada de Peguche y la laguna de Imbakocha, faldas del volcán Imbabura	Convivencia comunitaria, caminatas, excursión a la cascada de Peguche y ceremonia de carga de energía, visita a talleres artesanales de bisutería con mullos de tagua, fabricación de prendas en telares de cintura y preparación de lana
Turismo Comunitario Junín	Comunidad de la Parroquia García Moreno, Cantón Cotacachi, valle de Íntag.	Desde Otavalo 4 horas en bus hasta García Moreno y luego 1h30min. Zona de amortiguamiento de la Reserva Natural Cotacachi-Cayapas	Recorridos por bosque subtropical nublado primario con miradores y cascadas, visitas a fincas orgánicas de café y actividades de voluntariado, observación de flora y fauna, vivencias culturales y cabalgatas.
Turismo Comunitario Manduriacos	Comité de Ecoturismo de la Parroquia García Moreno, zona de Intag, Cantón Cotacachi	A 3 horas de Quito por la vía Calacalí-Nanegalito o 4 horas desde Otavalo o Cotacachi	Caminata al bosque húmedo tropical primario, avistamiento de aves y flora, visita a la Reserva Los Cedros, con bosques, ríos y cascadas para bañarse y pescar; cultivo, cosecha y proceso de cacao y café.
Turismo Comunitario Runa Tupari Native Travel	Agencia de Viajes comunitaria de la Unión de Organizaciones Campesinas de Cotacachi (Unorcac) y las comunidades kichwas de Morochos, La Calera, Tunibamba y Santa Bárbara, en el Cantón Cotacachi	Otavalo	Visita al lago Cuicocha, y cascada de Peguche; excursión a las lagunas de Mojanda y la montaña Fuya-Fuya, ascenso a los volcanes Cotacachi e Imbabura; caminata al bosque nublado de Íntag y lagunas de Piñán; talleres artesanales de totora, instrumentos musicales andinos, tejido de tapices y hamacas, convivencia con familias y aprendizaje de cultura, programas de voluntariado.
Turismo Comunitario Sumak Pacha	Comunidad Pijal, Parroquia González Suárez - Otavalo, Cantón Otavalo	Pijal Bajo	Caminatas a ríos, cascadas, bosques y sitios sagrados; terapias con plantas medicinales, baños, rituales, convivencia en la comunidad. Tours a la Laguna de Mojanda y visita al Complejo Turístico La Rinconada.

Fuente: FEPTCE (2007)

Elaborado: Flores, M

2.13. Mercado turístico

Un mercado turístico está compuesto de compradores y vendedores, es decir los demandantes y oferentes que dan a conocer productos y servicios que se pueden ajustar a las diferentes necesidades y motivos de los demandantes.

Para (Socatelli, 2013):

Se define como mercado turístico la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos. Además, de incluir los elementos, medios, actividades y flujos de interacción, diseñados para facilitar el intercambio de las propuestas de los oferentes y la satisfacción de las necesidades de los consumidores. (p. 10)

2.13.1 Oferta turística

Según (García & Olmos, 2011) manifiestan al respecto que:

Es el total de servicios y productos turísticos disponibles para ser facilitados por las empresas o profesionales del sector, los recursos turísticos utilizados como elementos de atracción, hacia una zona turística y las infraestructuras necesarias que permiten el desarrollo de la actividad turística, todos ellos disponibles para que puedan ser utilizados por el visitante. (p.23)

Por otra parte para (Pozos, 2011, parr1) “La oferta turística es el conjunto de bienes, productos y servicios, de recursos turísticos e infraestructuras que se encuentran en un determinado lugar de manera que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas”.

Los dos autores mantienen concordancia en la conceptualización de oferta turística, al hablar de los bienes, productos y servicios puestos a disposición del turista, al igual que las infraestructuras necesarias para que se lleve a cabo dicha actividad en un destino determinado, para su disfrute y consumo.

2.13.2 Producto turístico

Según (González, 2002):

Un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen: recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades

recreativas e imágenes y valores simbólicos. Todo esto ofrece una gran variedad de servicios para atraer a un determinado número de consumidores y en la aceptación del mercado. (p. 16)

Es decir un producto turístico es el conjunto de bienes y servicios puestos a disposición del consumidor en un destino determinado, de esa forma poder satisfacer un deseo o necesidad.

El producto turístico se encuentra compuesto de:

- a. Recursos turísticos.
- b. Atractivos turísticos.
- c. Planta turística.
- d. Servicios complementarios.
- e. Medios de transporte.

2.13.2.1. Recursos turísticos

Los recursos turísticos son “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda” (Esparcia, Noguera, & Pitarch, 2011).

Por otro lado es “Todo elemento natural, toda actividad humana o resultado de la misma que puede generar un desplazamiento turístico y satisfacer las necesidades de la demanda” (Marín, 2012).

Los recursos pueden estar divididos en recursos naturales como: bosques, lagos, ríos, montañas, entre otros; entre los recursos culturales se encuentra tradiciones, costumbres, herencia de un pueblo, música y los recursos históricos- monumentales como: ciudades, edificios, arquitectura local, sitios sagrados, entre otros. De esa manera los recursos se

encuentran categorizados por sitios naturales, manifestaciones culturales, artes del espectáculo, tradiciones y expresiones orales, técnicas artesanales tradicionales.

2.13.2.2. Atractivos turísticos

Los atractivos turísticos “son aquellos que motiva y genera los desplazamientos de las personas hacia un lugar, son considerados la materia prima del turismo” (Quesada, 2010).

Por lo tanto los atractivos turísticos son aquellos lugares, o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico, y estos a la vez cuentan con las condiciones necesarias para que el turista pueda disfrutar de la mejor manera del lugar escogido por el mismo.

2.13.2.3. Planta turística

La planta turística “Es el conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin” (Quesada, 2010).

Se encuentra integrado por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones.

El equipamiento según (Torrejón, 2004), de la Universidad Nacional de Patagonia, Argentina, lo define como: “Conjunto de instalaciones, instrumentos, sistemas necesarios para la elaboración del producto turístico”. Mientras que las Instalaciones son “Todas las construcciones especiales (distintas a las del equipamiento) cuya función es facilitar la práctica de actividades netamente turísticas” (Cárdenas, Durandal, & Durán, 2004).

La planta turística es una consecuencia de la modernidad y la tecnología, pues en épocas pasadas los elementos del producto turístico entre ellos la planta turística, funcionaba de una manera no planificada, ahora se desarrolla de acuerdo a las características del lugar y a los deseos y necesidades que tenga el turista.

2.13.2.4. Servicios complementarios

Son los servicios complementarios a la actividad turística, requeridos o empleados por los turistas, tales como: Sistema bancario, servicios de transporte, servicios de salud, comercio en general, otros (policía, bomberos, etc.).

De esa manera el turista se pueda sentir de una manera cómoda en el lugar, sin tener que preocuparse de nada, simplemente de disfrutar del entorno.

2.13.2.5. Medios de transporte.

Son los medios que permiten al turista acceder a los destinos elegidos.

Se clasifican en: a) Transporte terrestre. b) Transporte acuático, c) Transporte aéreo.

Siendo estos indispensables dentro de la actividad turística, para tener una fácil y rápida movilización de un destino a otro.

2.14. Demanda turística

Mathieson y Wall 1982 (citado por Gómez, 2002) desde un punto de vista geográfico, consideran a la demanda como:

El número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual. Por consiguiente se ven influenciados por dos tipos de factores, el interno, que es la motivación de viaje y el factor externo que hace mención a la economía, cambios demográficos y sociales, tecnología, política. (p.15)

Por otro lado la demanda es el “conjunto de consumidores o de bienes y servicios turísticos que buscan satisfacer sus necesidades de viaje. Sean éstos los turistas, viajeros y visitantes, independientemente de las motivaciones que les animan a viajar y del lugar que visitan o planean visitar” (Socatelli, 2013).

2.14.1 División de la demanda turística

Demanda Turística Potencial: Es el grupo de consumidores de similares características que desean adquirir un bien o servicio pero que aún no lo han realizado.

Demanda Turística Actual: Es el grupo de personas de similares características que ya adquieren un producto o servicio turístico.

2.14.2 Tipología de la demanda

2.14.2.1. Viajeros

Los viajeros Según la Organización Mundial de Turismo, a la serie de personas que se movilizan de un lado a otro, dentro o fuera de su lugar de residencia.

Sin embargo, no todos los viajeros pueden ser cuantificados en el sistema estadístico de turismo. Los viajeros no cuantificados en las estadísticas turísticas son:

- Trabajadores fronterizos.
- Inmigrantes temporales y permanentes
- Pasajeros en tránsito (que no abandonan el área de tránsito del aeropuerto).
- Refugiados.
- Miembros de las fuerzas armadas.
- Diplomáticos.

2.14.2.2. Visitantes

El término visitante se refiere al conjunto de estadísticas de turismo: los cuales se dividen en:

- **Visitante que pernocta o turista:** Es el que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el país o destino visitado.

- **Visitante del día o excursionista:** Es el que no pernocta en un alojamiento colectivo o privado del país visitado, incluyendo a cruceros.

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Presentación

En el presente capítulo de la metodología, se describen los tipos, métodos, técnicas e instrumentos utilizados en la investigación, además de la población y muestra a quienes se les aplicó las técnicas y los instrumentos de investigación, con la finalidad de recabar información que aporte al estudio de esta investigación.

3.2 Tipos de investigación

3.2.1 Investigación bibliográfica

Para Posso (2011):

Es aquella investigación que se utiliza para recoger y analizar información secundaria contenida en diversas fuentes bibliográficas; es decir, se apoya en las consultas análisis y crítica de documentos. Estas investigaciones pueden realizarse de forma independiente o como parte constitutiva de otro tipo de investigaciones, teniendo su aplicación más latente en áreas como la filosófica, lógica, historia, literatura etc. (p. 20)

Este tipo de investigación se utilizó para obtener información de fuentes bibliográficas como libros con autores reconocidos en el ámbito turístico, textos de documentos electrónicos, páginas web institucionales y revistas de turismo comunitario, por medio de una lectura comprensiva con datos claros y precisos, que ayude en la fundamentación del Capítulo II (Marco Teórico).

3.2.2 Investigación de campo

Según (Fidias, 2012):

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos

(datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental. (p. 31)

La investigación de campo fue utilizada para obtener información directa con datos verídicos de la comunidad, en aspectos como: el reconocimiento y caracterización de los recursos naturales y culturales, además de un contacto con la población, cabildo comunitario y turistas extranjeros mediante encuestas y entrevistas que aportaron datos significativos a la investigación.

3.2.3 Investigación descriptiva

Posso (2011) menciona que:

La investigación descriptiva, permite decir como es o como se manifiesta el objeto, fenómeno o problema motivo de estudio; son investigaciones o estudios que buscan especificar y/o particularizar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Este tipo de investigaciones tiene mucha aplicación en el ámbito educativo. (p. 21)

Este tipo de investigación se aplicó con el fin de extraer datos significativos de la población, oferta y demanda como objeto de estudio que contribuyan al desarrollo de la investigación; obteniendo la información evidente que permita determinar la problemática de la investigación.

3.3 Métodos de investigación

3.3.1 Método analítico- sintético

Según (Bernal, Correa, Pineda, Lemus, Fonseca, Muñoz, 2014) el método analítico-sintético “Estudia los hechos, partiendo de la descomposición del objeto de estudio en cada una de sus partes para estudiarlas en forma individual (análisis), y luego se integran esas partes para estudiarlas de manera holística e integral (síntesis)” (p. 39).

El método analítico – sintético aplicado permitió desarrollar el planteamiento del problema y la problemática de la investigación existente en la comunidad deduciendo causas y efectos.

3.3.2 Método deductivo - inductivo

El método deductivo, parte de lo general a lo particular, iniciando con análisis de leyes, principios (...), para aplicarlo a hechos particulares; en cambio el método inductivo va de lo particular a lo general, es así que parte de hechos particulares para llegar a conclusiones de carácter general (Bernal et al., 2014, p.38).

La aplicación de este método permitió realizar el análisis sistemático para obtener apreciaciones personales de aspectos generales o particulares, que ayudaron a formular el planteamiento del problema; análisis de los resultados, conclusiones y recomendaciones de la investigación.

3.3.3 Método cuantitativo - cualitativo

Los métodos cuantitativos se fundamentan en la medición de las características de los fenómenos sociales, valores cuantificables que pueden ser frecuencias, porcentajes, costos, tasas y magnitudes, entre otros; y los métodos cualitativos son utilizados para hacer interpretaciones y análisis de experiencias, percepciones y valores donde se profundiza en el contenido (Jubb, s.f).

El método cuantitativo se aplicó para obtener información numérica, medible de los cuestionarios del trabajo de investigación y el cualitativo para obtener el análisis e interpretación de los resultados obtenidos por medio de los instrumentos de la investigación.

3.4 Técnicas

3.4.1 Encuesta

Según (Grasso, 2006)

La encuesta es un procedimiento que permite explorar cuestiones que hacen a la subjetividad y al mismo tiempo obtener esa información de un número considerable de personas, así por ejemplo: Permite explorar la opinión pública y los valores vigentes de una sociedad, temas de significación científica y de importancia en las sociedades democráticas (p. 13).

Se aplicó la técnica de la encuesta para obtener información por medio de preguntas escritas organizadas en un cuestionario impreso, a los turistas extranjeros como referencia a la demanda y a los pobladores comunitarios sobre aspecto socioeconómico.

3.4.2 Entrevista

La entrevista es la técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. La información versará en torno a acontecimientos vividos y aspectos subjetivos de la persona tales como creencias, actitudes, opiniones o valores en relación con la situación que se está estudiando (Murillo, s.f, p.6).

La entrevista se realizó, teniendo un diálogo directo con dos miembros del cabildo, quienes proporcionaron información importante desde su punto de vista, en cuanto a la oferta y demanda actual de la comunidad.

3.4.3 Fichaje

El fichaje es una técnica que consiste en registrar los datos que se van obteniendo en los instrumentos llamados fichas, las cuales son debidamente elaboradas y ordenadas contienen la mayor parte de la información que recopila en una investigación por lo cual constituye un valioso auxiliar en esa tarea, al ahorra mucho tiempo, espacio y dinero (Falcón, 2007).

El fichaje utilizado para recolectar y registrar datos de la información obtenida en cuanto a la oferta, de los recursos naturales y culturales turísticos obteniendo el inventario de atractivos, planta turística, actividades y servicios que posee la comunidad Chilcapamba.

3.5 Instrumentos

3.5.1 Cuestionario

“El cuestionario es un conjunto de preguntas diseñadas para generar los datos necesarios para alcanzar los objetivos propuestos del proyecto de investigación. El cuestionario permite estandarizar e integrar el proceso de recopilación de datos” (Galán, 2009, parr1).

Los cuestionarios fueron utilizados para el cumplimiento de las encuestas y entrevistas, con preguntas cerradas, abiertas de opción múltiple, en función a la información requerida para cumplir con los objetivos planteados en la investigación.

3.5.2 Cuestionario para encuesta

Los cuestionarios realizados para la encuesta de turistas extranjeros y miembros comunitarios fueron preguntas cerradas y abiertas de opción múltiple que enmarcaron variantes del tema de investigación tales como: oferta turística, datos informativos, aspectos socioeconómicos, actividades, además de la posible solución al problema (Ver Anexos 6,7).

3.5.3 Cuestionario para entrevista

El cuestionario para la entrevista, fueron realizadas con preguntas estructuradas, aplicadas a dos miembros del cabildo de la comunidad, siendo actores claves para obtener información acerca de la oferta y demanda turística actual de la comunidad Chilcapamba (Ver Anexo 7).

3.5.4 Fichas

Se usó el formato de la ficha ya establecida por el Ministerio de Turismo (MINTUR), para el inventario de atractivos naturales y culturales, ficha de la cual se obtiene la información correspondiente al atractivo que se quiere inventariar con aspectos como: datos generales, valor intrínseco, valor extrínseco (Ver Anexo 20).

Además se elaboró una ficha en la cual se recaba información necesaria correspondiente a la planta turística que posee la comunidad de Chilcapamba (Ver Anexo 21,22).

3.6 Población

La población de la comunidad de Chilcapamba se encuentra conformada por 125 familias dando un total de 500 habitantes de acuerdo al censo comunitario del año 2014, se aplicó la encuesta con el objetivo de obtener información del aspecto socioeconómico actual.

Tabla 4

Registro Comunitario

Comunidad	Familias	Total de la Población
Chilcapamba	125 familias	500

Fuente: Registro Comunitario (2014)

Elaborado: Flores, M

En cuanto a los turistas extranjeros que visitan la comunidad durante el primer semestre del año 2015 son aproximadamente 387, a continuación se detalla el número de turistas por meses:

Tabla 5

Turistas extranjeros

MES	TURISTAS EXTRANJEROS
Enero	46
Febrero	51
Marzo	60
Abril	70
Mayo	70
Junio	80
Total	387

Fuente: Estadísticas de turistas extranjeros de la casa comunal (2015)

Elaborado: Flores, M

3.7 Muestra

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

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

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

o = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del encuestador.

e = Límite aceptable de error muestra que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Muestra a pobladores de la comunidad

$$n = \frac{500 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{(500 - 1) \cdot 0,09^2 + 0,5^2 \cdot 1,96^2}$$

$$n = \frac{500 \cdot 0,25 \cdot 3,8416}{499 \cdot 0,0081 + 0,25 \cdot 3,8416}$$

$$n = \frac{480,2}{4,0419 + 0,9604}$$

$$n = \frac{480,2}{5,0023}$$

$$n = 95$$

Muestra a turistas extranjeros

$$n = \frac{387 \cdot 0,5^2 \cdot 1,96^2}{(387 - 1) \cdot 0,09^2 + 0,5^2 \cdot 1,96^2}$$

$$n = \frac{387 \cdot 0,25 \cdot 3,8416}{386 \cdot 0,0081 + 0,25 \cdot 3,8416}$$

$$n = \frac{371,6748}{3,1266 + 0,9604}$$

$$n = \frac{371,6748}{4,087}$$

$$n = 90$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Presentación

El presente capítulo se muestran los resultados de la investigación, los cuales se obtuvieron mediante la aplicación de los instrumentos como fueron: encuesta dirigida a pobladores comunitarios y turistas extranjeros, además de la entrevista a dirigentes de la comunidad.

Los datos obtenidos se dan a conocer en una tabla con su respectiva figura estadística, posteriormente serán analizados e interpretados, de esa manera dar respuesta a las interrogantes de investigación.

4.2 Análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la ficha de observación sobre la Planta turística de la comunidad.

La comunidad de Chilcapamba en cuanto al servicio de alojamiento tiene 4 casas rurales tipo albergues familiares dando un total de 13 habitaciones compartidas de tres a cuatro camas por habitación, teniendo una capacidad total para 38 personas, además cuenta con: energía eléctrica, baño, agua caliente de modo que el turista se sienta cómodo, y sobre todo en un ambiente familiar; es así que el turista puede visualizar y experimentar de una manera más directa el vivir diario de la gente de la comunidad. (Ver anexos 14-17)

El servicio de alimentación, la comunidad posee dos comedores cada uno con una mesa familiar con capacidad para 18 y 20 personas dando un total de 38 sillas, la comida se basa en el uso de productos ancestrales andinos con producción orgánica propia del lugar como: quinua, maíz, cebada, cuy, gallina de campo, entre otros (Ver anexos 18, 19).

A continuación en la Tabla 6, se presenta un resumen de la planta turística.

Tabla 6

Resumen de la planta turística

Servicio de Alojamiento			
Establecimiento	No. Hab	No. Plazas	Categoría
Ayllu Kawsay	4	12	Única
Kury Wasy	4	10	Única
Albergue 3	3	12	Única
Albergue 4	2	4	Única
Total	13	38	

Servicio de Alimentación		
Establecimiento	No. Mesas	No. Sillas
Comedor 1	1 mesa familiar	18
Comedor 2	1 mesa familiar	20
Total	2	38

Fuente: Investigación de campo (2015)

Elaborado: Flores, M

4.3 Análisis e interpretación de los resultados obtenidos del inventario de atractivos de la comunidad.

La comunidad de Chilcapamba posee tres atractivos turísticos naturales, además de no tener accesibilidad todo el año a ellos sino en temporadas, posiblemente esto se deba a las características físicas del lugar, sin embargo se puede mencionar los siguientes: Cascada Tupino Wayko, Volcán Cotacachi, aguas mineral de Yanayacu, (Ver anexos 8 -10)

En el caso de manifestaciones culturales se puede mencionar los siguientes: Trueque de productos, Inty Raymi, feria artesanal, música y danza. (Ver anexos 11- 13)

Tabla 7

Resumen del Inventario de Atractivos

Atractivo	Categoría	Tipo	Subtipo
Cascada Tupino	Sitios Naturales	Ríos	Cascada
Wayko			
Volcán Cotacachi	Sitios Naturales	Montañas	Volcanes
Aguas Minerales de Yanayacu	Sitios Naturales	Aguas Subterráneas	Aguas Minerales
Trueque de productos	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Tradiciones
Inti Raymi	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Manifestaciones religiosas, Tradiciones
Música andina, danza	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Música y danza
Artesanías	Manifestaciones Culturales	Etnografía	Tradiciones

Fuente: Investigación de campo (2015)

Elaborado: Flores, M

4.4 Análisis e interpretación de los resultados obtenidos de la ficha de observación sobre las actividades del turismo comunitario dentro de la comunidad.

Las actividades que se realizan en la comuna e integradas al aprovechamiento del desarrollo comunitario, están plasmadas en el vivir diario de muchas familias de la comunidad como la agricultura, predominando cultivos de maíz, frejol, arveja, quinua y cebada; también manejan huertos de plantas medicinales entre las que se encuentran: manzanilla, hierba luisa, menta, orégano, cedrón, matico, entre otros. Además de la elaboración de artesanías como: manillas, gorros, guantes, bufandas, alpargates, entre otras; mismas que se dan a conocer en la feria artesanal que se organiza en la casa comunal.

Tabla 8

Resumen de las actividades de la comunidad

Lugar	Actividad	Temporada
Huerto de plantas medicinales y frutales	Charla sobre las plantas medicinales y sus beneficios.	Todo el año
Sembríos de maíz, quinua, frejol, arveja, cebada,	Introducción a la agricultura, demostración de cosecha	Por temporada
Taller de alpargates	Demostración de fabricación del alpargate, desde su materia prima hasta el producto elaborado.	Todo el año
Feria artesanal en la casa comunal	Exposición de las artesanías elaboradas por los pobladores como, gorras de lana, manillas, chalinas, entre otros	Todo el año
Feria de productos orgánicos	Se pone a disposición del turista los productos del lugar cosechados.	Todo el año
Música y danza en la casa comunal	Se presenta la música y danza tradicional al turista.	Todo el año

Fuente: Investigación de Campo 2015

Elaborado: Flores, M

4.5. Análisis

4.5.1 Cuestionario Uno: Encuesta dirigida a pobladores comunitarios

1. Edad

Tabla 9

Edad

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Entre 18 - 30 años	9	7 %
Entre 31 - 41 años	41	33 %
Entre 42 - 52 años	51	41 %
Entre 53 - 64 años	20	16 %
Más de 65 años	4	3 %
Total	125	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

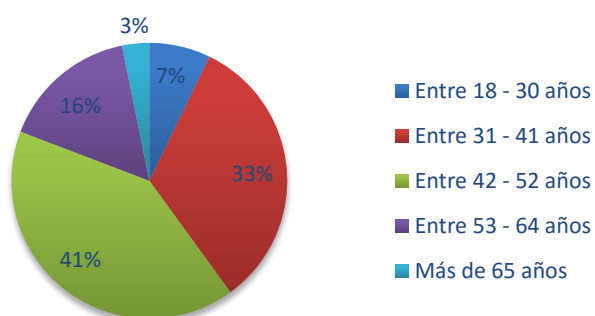


Figura 1. Edad

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

De acuerdo a la información brindada, todos los encuestados son mayores de edad, el 41% se encuentran en el rango de 42 a 52 años de edad, el 33% tienen de 31 a 41 años, el 16% de 53 a 64 años, y en porcentajes mínimos de 18 a 30 años así como también más de 65 años, es decir que el mayor porcentaje de miembros comunitarios se encuentra en el rango de 31 a 64 años.

2. Género

Tabla 10

Género

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	82	66%
Femenino	43	34%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

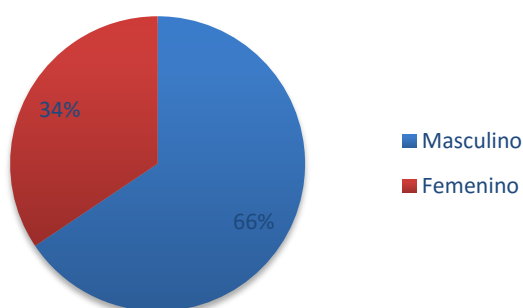


Figura 2. Género

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

De acuerdo a la información obtenida, se puede visualizar que el 66% comprende el género masculino, mientras que el 34% al género femenino, por lo que se puede apreciar que existe superioridad en el género masculino como jefe de familia dentro de la comunidad, como ocurre en la mayoría de casos a nivel nacional.

3. Idioma

Tabla 11

Idioma

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Kichwa	4	3%
Castellano	40	32%
A y b	81	65%
Otro	0	0%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

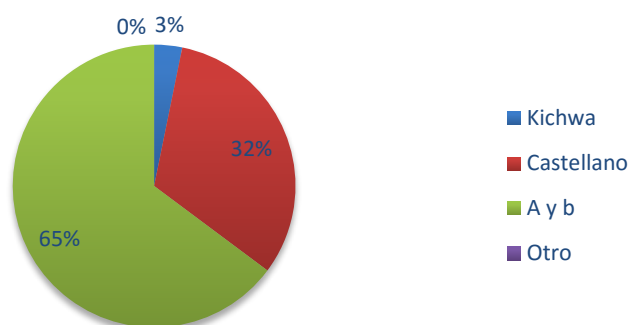


Figura 3. Idioma

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

Dentro de la comunidad el 65% de los encuestados son bilingües (Kichwa y Castellano), seguido del 32% que hablan solo Castellano, y un número reducido hablan solo kichwa. Por lo cual es evidente que predomina el idioma nativo que es parte de la cultura de un pueblo y comunidad, además del castellano siendo el idioma oficial del Ecuador.

4. Grupo étnico

Tabla 12

Etnia

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Indígena	85	68%
Mestizo	40	32%
Montubio	0	0%
Afro ecuatoriano	0	0%
Blanco	0	0%
Otro	0	0%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

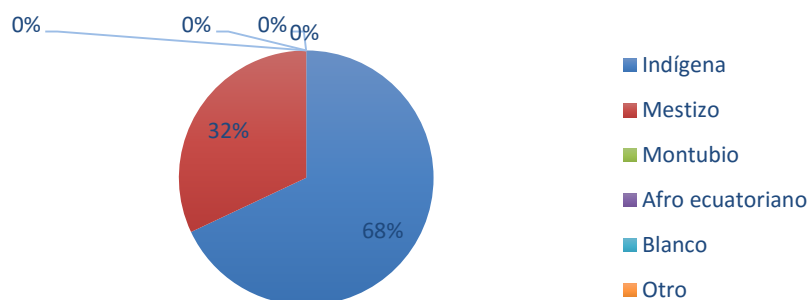


Figura 4. Etnia

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

La información obtenida refleja que el 68% de los encuestados pertenecen al grupo étnico indígena, seguido del 32% que corresponde al grupo étnico mestizo, siendo el mayor porcentaje de indígenas esto posiblemente se deba a que en tiempos antiguos, por medio de los llamados cabecillas quienes eran grupo de personas indígenas formaban las diferentes comunas que se las conoce hoy en día.

5. Ocupación

Tabla 13

Ocupación

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Agricultura	53	42%
Ganadería	5	4%
Artesanía	20	16%
Construcción	20	16%
Transporte	2	2%
Turismo	11	9%
Otro	15	12%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

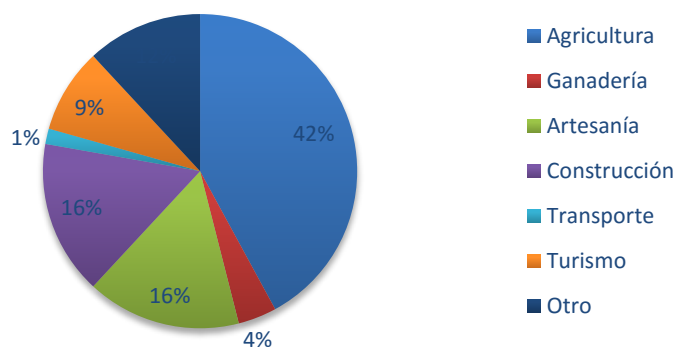


Figura 5. Ocupación

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

Los pobladores de Chilcapamba se ocupan de manera mayoritaria con el 42% a la agricultura, seguidos de la artesanía y construcción con un 16%, y un 12% ama de casa y negociantes, un 9% al turismo de manera directa siendo hasta la presente una actividad que necesita impulso, por último se encuentra la ganadería y transporte con porcentajes mínimos, teniendo como mayor porcentaje a la agricultura, catalogándose como comunidad productiva, además que mantiene sus tradiciones.

6. Nivel de instrucción

Tabla 14

Nivel de instrucción

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	61	49%
Secundaria	44	35%
Superior	4	3%
Posgrado	0	0%
Ninguna	16	13%
Total	125	100%

Fuente Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

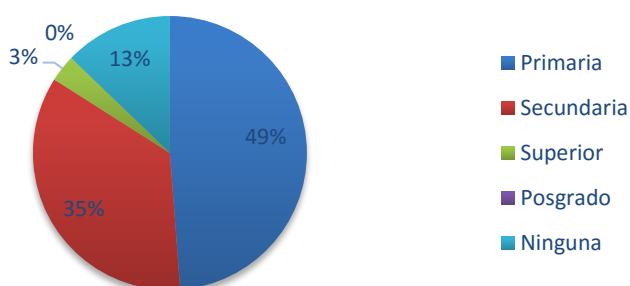


Figura 6. Nivel de instrucción

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

En cuanto al nivel de instrucción se refiere el mayor porcentaje de los pobladores que corresponde al 49% han cursado por la primaria, y un 35% por la secundaria, han tenido acceso a la educación por lo cual poseen un conocimiento básico, también se puede apreciar que en porcentajes mínimos no han tenido estudios superiores al igual que ningún tipo de instrucción, posiblemente esto se deba a factores económicos, demográficos y al mismo desconocimiento de su importancia.

7. Promedio de ingreso familiar

Tabla 15

Promedio de ingreso familiar

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 400 dólares	67	54%
400 – 800 dólares	52	42%
801 – 1200 dólares	5	4%
Más de 1201 dólares	1	0,8%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

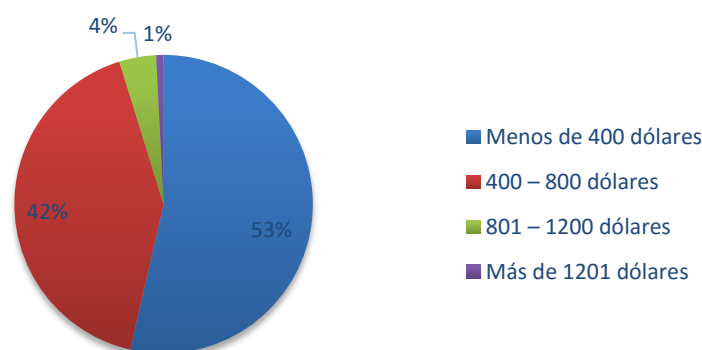


Figura 7. Promedio de ingreso familiar

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

De acuerdo a la información obtenida, el 53% de los encuestados reciben menos de 400 dólares como ingreso familiar mensual, seguido de 42% que reciben de 400 a 800 dólares y en porcentajes bajos se encuentran entre los rangos de 801 a más de 1200, por lo cual la mayoría de la población tiene ingresos mensuales bajos, debido a factores de inestabilidad laboral y al mismo hecho de no tener una preparación académica superior.

8. ¿Qué tipo de transporte utiliza para moverse? Referencia a la cabecera cantonal

Tabla 16

Transporte de movilización

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Bus	35	24%
Camioneta de alquiler	42	30%
Taxi	30	20%
Vehículo propio	8	9%
Todos los anteriores	2	2%
Otros	13	16%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

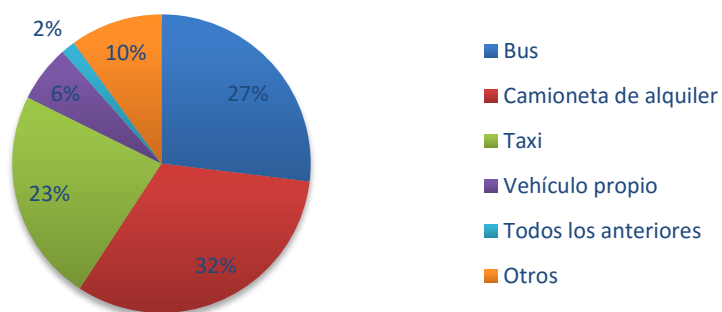


Figura 8. Transporte de movilización

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

De acuerdo a los encuestados para moverse hasta la cabecera cantonal, el 32% se transportan en camioneta de alquiler, seguido del 27% en bus, un 23% en taxi, posiblemente por encontrarse aproximadamente a 4km de distancia sea necesario utilizar este tipo de transporte, con porcentajes mínimos utilizan vehículo propio, moto o caminando.

9. ¿Existe señalización vial para llegar a la comunidad?

Tabla 17

Señalización Vial

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	0	0%
No	125	100%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

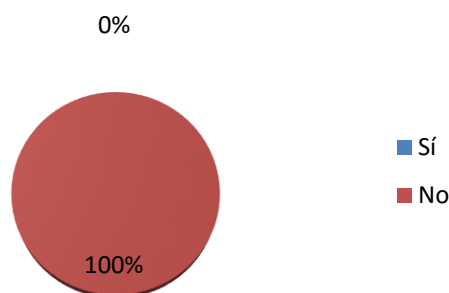


Figura 9. Señalización Vial

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

En cuanto a la señalización vial, el 100% de los encuestados manifiestan la ausencia de señalización vial dentro de la comunidad, puesto que al ser una zona rural este tipo de señalización no es frecuente, debido a que no existe gran cantidad de tránsito vehicular.

b.- Señalización Turística

Tabla 18

Señalización Turística

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	39	31%
No	86	69%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

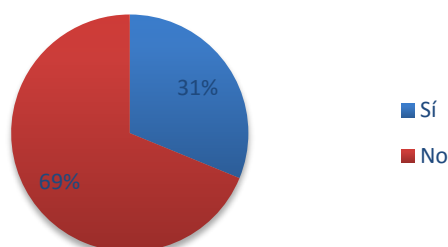


Figura 10. Señalización Turística

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

De acuerdo a la información brindada por los encuestados, el 31% consideran que sí existe señalización turística, mientras que un 69% consideran que no existe señalización turística, por lo que se refleja la escasa información ante este tipo de señalización, que sin lugar a dudas se convierte en un problema en el ámbito turístico puesto que una señalización turística describe los atractivos, los accesos y servicios disponibles en cada destino, de esa manera facilita interpretación de cualquier información que se requiera.

10. ¿Con qué medios de comunicación cuenta usted?

Tabla 19

Medios de comunicación

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Telefonía convencional	6	5%
Telefonía celular	102	82%
Internet	17	14%
Ninguna	0	0%
Otro	0	0%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

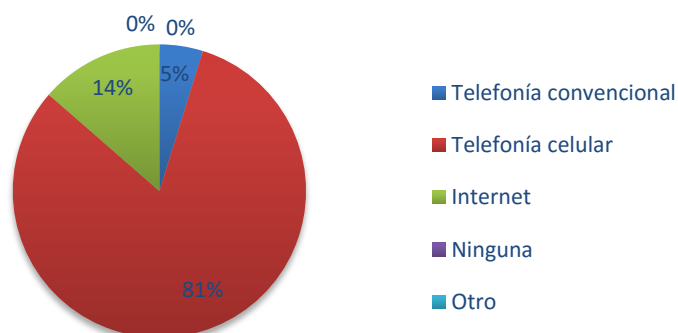


Figura 11. Medios de comunicación

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

Los datos recabados indicaron que un 82% de los encuestados prefieren utilizar telefonía celular, un 14% prefieren utilizar internet, y un bajo porcentaje que corresponde al 5% telefonía convencional, el alto porcentaje en la telefonía celular se debe a que se puede comunicar desde cualquier lugar sin problema, lo que no sucede con el internet puesto que no existe en la comunidad un centro de internet que facilite la comunicación, se tiene que trasladar a la parroquia más cercana para aquello, en cuanto a la telefonía convencional no existen líneas, el poco porcentaje que lo tiene es por vía satelital.

11. Procedencia del agua de consumo

Tabla 20

Procedencia del agua de consumo

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Red pública	0	0 %
Agua entubada	125	100 %
Agua potable	0	0 %
Vertiente	0	0 %
Agua lluvia	0	0 %
Otros	0	0 %
Total	125	100 %

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

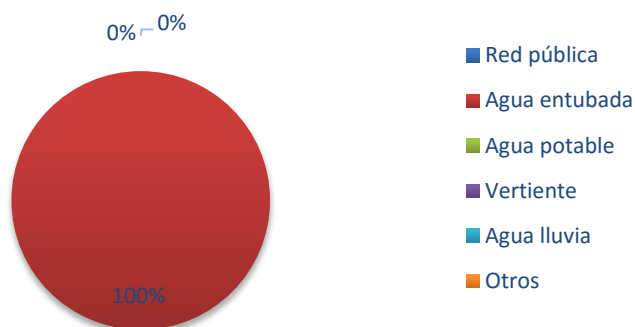


Figura 12. Procedencia del agua de consumo

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

Según los datos recabados el 100% de los encuestados manifiestan que el agua de consumo es entubada, puesto que la comunidad posee vertientes de las cuales distribuyen el agua a los diferentes hogares mediante red entubada.

12. ¿Cuenta usted con sistema de alcantarillado?

Tabla 21

Sistema de alcantarillado

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	0	0%
No	125	100%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

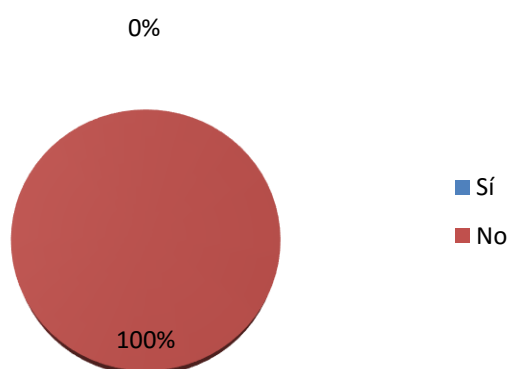


Figura 13. Sistema de alcantarillado

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

Todos los encuestados manifiestan que no tienen sistema de alcantarillado, por lo cual es importante motivar legalmente a las autoridades competentes para lograr ser considerados en la planificación municipal, con unidades básicas de saneamiento ambiental o pozos sépticos.

13. En caso de respuesta negativa ¿Dónde eliminan las excretas?

Tabla 22

Eliminación de excretas

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Pozo séptico	121	97%
Aire libre	4	3%
Río	0	0%
Otro	0	0%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

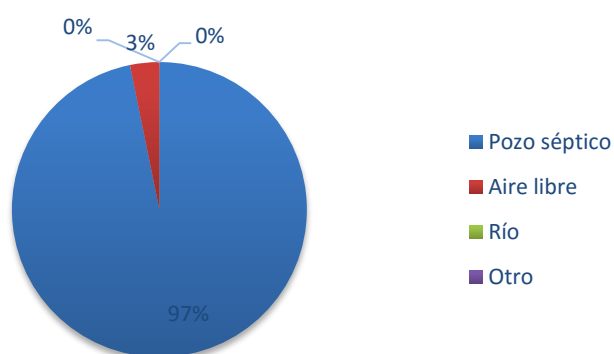


Figura 14. Eliminación de excretas

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

Prácticamente la totalidad de pobladores de la comunidad encuestados correspondiente a un 97% mencionan que eliminan las excretas en pozo séptico, un número muy reducido del 3% al aire libre, a la falta de alcantarillado los pobladores eliminan las excretas en un pozo séptico.

14. ¿Cómo elimina usted la basura?

Tabla 23

Eliminación de la basura

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Carro recolector	120	96%
Se quema	5	4%
Se entierra	0	0%
Se bota al río	0	0%
Otros	0	0%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

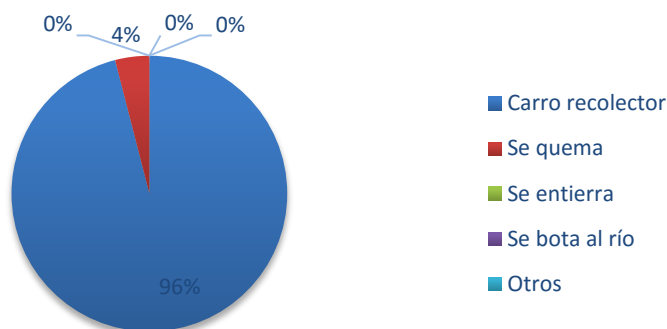


Figura 15. Eliminación de la basura

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

De acuerdo a los encuestados el 96% eliminan su basura mediante el carro recolector que pasa una vez a la semana por la comunidad, los pobladores en su gran mayoría solo eliminan la basura inorgánica puesto que la basura orgánica ocupan para obtener abono orgánico, mientras que un grupo reducido correspondiente al 4% queman la basura.

15. ¿Existen establecimientos de salud en la comunidad?

Tabla 24

Establecimientos de salud

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	0	0%
No	125	100%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

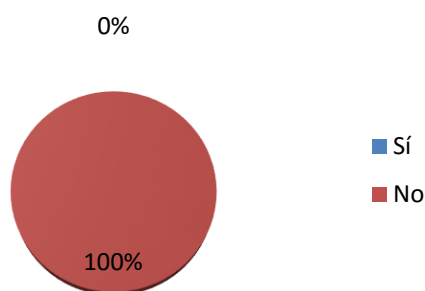


Figura 16. Establecimientos de salud

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

El total de los encuestados manifestaron que la comunidad no cuenta con establecimientos de salud, por lo que tienen que acudir a hospitales o sub-centros más cercano para ser atendidos, por otro lado una gran parte de los pobladores conocen de plantas medicinales es decir no tienen la necesidad de acudir a ningún centro médico muchos prefieren curarse solos.

16. ¿Qué establecimientos educativos existen en la comunidad?

Tabla 25

Establecimientos educativos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Centro Infantil	7	6%
Escuela	17	14%
A y b	101	81%
Ninguna	0	0%
Otros	0	0%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

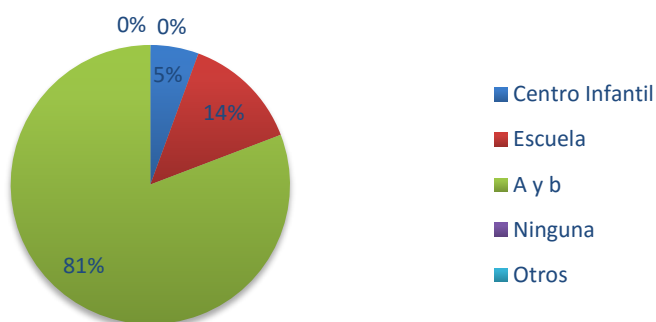


Figura 17. Establecimientos educativos

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

El 81% de los encuestados mencionan que existen escuela y centro infantil en la comunidad, mientras que un 14% solo existe escuela, y un 5% de la existencia de solo un centro infantil, por lo que es evidente que no todos conocen de la existencia de los establecimientos educativos con los que cuenta la comunidad.

17. ¿Usted es partícipe del turismo comunitario que se ofrece dentro de la comunidad?

Tabla 26

Participación de turismo comunitario

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	33	26%
No	92	74%
Total	125	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

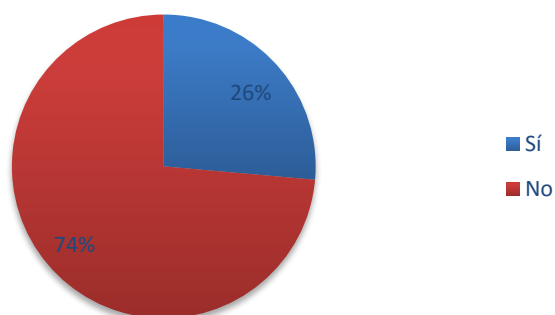


Figura 18. Participación de turismo comunitario

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

Un 26% de los encuestados manifiestan que sí participan en turismo comunitario, mientras que un 74% de ellos no participan, a pesar de que esta actividad ya se lo viene realizando durante algunos años en la comunidad, aun no se cuenta con el mayor número de participantes pues no ha sido una actividad constante y se ha tenido problemas en efectuarla.

18. En caso de respuesta positiva, mencione ¿En qué área(s) participa?

Tabla 27

Participación en turismo comunitario

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	4	12%
Alimentación	3	9%
Guianza	3	9%
Otros	23	70%
Total	33	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

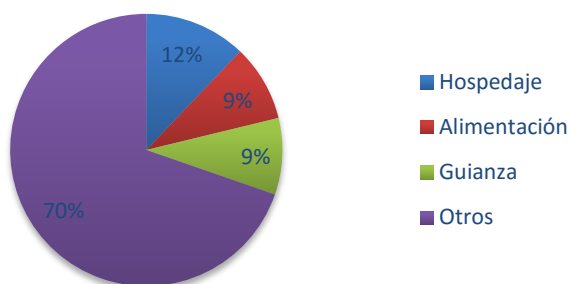


Figura 19. Participación en turismo comunitario

Fuente: Encuesta aplicada a los pobladores de la comunidad Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M. 2015

De los encuestados que participan en turismo comunitario el 12% lo hacen en hospedaje, el 9% en alimentación y guianza, y el porcentaje más alto es de 70% que participan en música, danza y artesanías, siendo este último parte de las tradiciones de la comunidad.

4.5.2 Cuestionario dos: Encuesta dirigida a turistas extranjeros

1.- Edad

Tabla 28

Edad

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 18 años	0	0%
Entre 19 - 30 años	15	17%
Entre 31 - 41 años	0	0%
Entre 42 - 52 años	0	0%
Entre 53 -64 años	19	21%
Más de 65 años	56	62%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

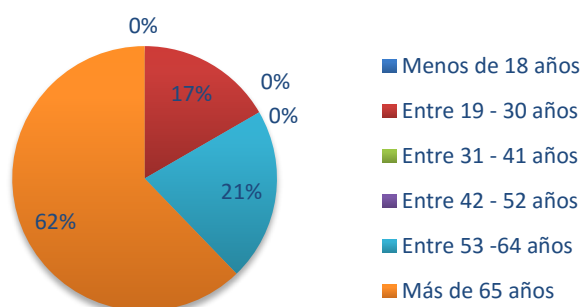


Figura 20. Edad

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros

Elaborado por: Flores, M. 2015

De acuerdo a la información brindada por los turistas extranjeros, el 17% se encuentran entre 19-30 años, siendo en su gran mayoría estudiantes de Universidad voluntarios que buscan nuevas experiencias y aprendizaje en zonas rurales, similar rango se encuentra el 21% entre 53-64 años de edad, y un 62% más de 65 años, siendo este el de mayor porcentaje de turistas que visitan la comunidad, es decir adultos mayores, muchos de ellos son jubilados que buscan tranquilidad en comunidades posiblemente para estar en contacto directo con la naturaleza y tradiciones de las personas que lo habitan, siendo aspectos que en muchos países de origen se ha perdido.

2.- Género

Tabla 29

Género

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	49	54%
Femenino	41	46%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

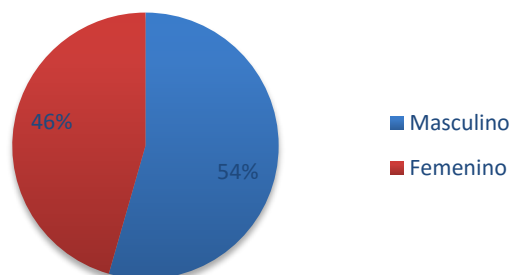


Figura 21. Género

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

Los turistas extranjeros que visitan la comunidad corresponden al género masculino en un 54%, mientras que el 46% al género femenino, por lo cual se evidencia una mínima diferencia de porcentaje entre géneros, y a la vez la aceptación por parte de los turistas de la actividad del turismo comunitario sin distinción de género.

3.- Nivel de instrucción

Tabla 30

Nivel de instrucción

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	0	0%
Secundaria	0	0%
Superior	76	84%
Posgrado	14	16%
Ninguna	0	0%
Otros	0	0%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

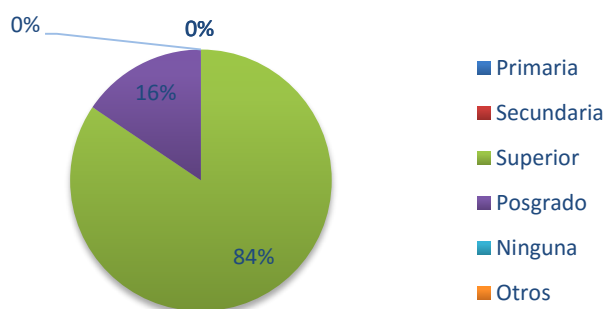


Figura 22. Nivel de instrucción

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

La mayoría de los encuestados que corresponden al 84% pertenecen a nivel de instrucción superior, en menor porcentaje a posgrado con el 16%, es decir los turistas extranjeros que visitan la comunidad son profesionales que poseen conocimientos generales, por lo cual posiblemente su exigencia sea mayor en la satisfacción de actividades y servicios que se ofertan dentro de la comuna.

4.- Ocupación

Tabla 31

Ocupación

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Estudiante	15	17%
Profesional	19	21%
Jubilado	56	62%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

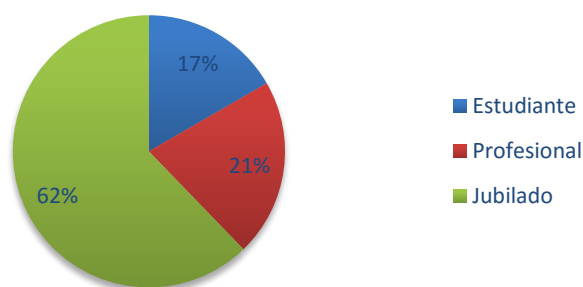


Figura 23. Ocupación

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

De acuerdo a los datos obtenidos, el 17% de los turistas encuestados son estudiantes, seguidos del 21% que corresponden a profesionales, y un 62% a jubilados, por lo que se aprecia que existe mayor demanda de turistas que son jubilados y prefieren visitar lugares rurales en los cuales se pueda vivir nuevas experiencias dentro de la comunidad con su gente, de ese modo poder compartir costumbres, tradiciones, como parte de su identidad.

5.- ¿Cuál es su lugar de procedencia?

Tabla 32

País de procedencia

Opción	Frecuencia	Porcentaje
USA	73	81%
Canadá	11	12%
Alemania	0	0%
Francia	0	0%
Inglaterra	0	0%
Otro	6	7%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

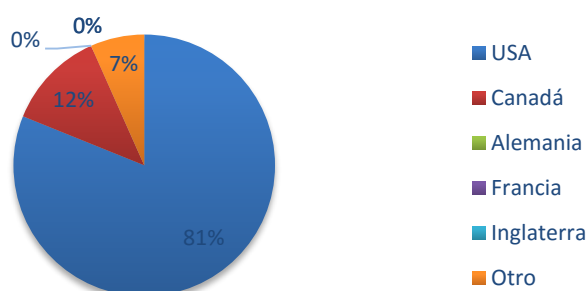


Figura 24. País de procedencia

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

Todos los turistas son extranjeros de los cuales se registran visitas de dos países correspondientes al 81% de USA, y en porcentajes mínimos se encuentra el rango 12% Canadá y 7% de otros como Argentina; por lo que se debe seguir mejorando en diferentes aspectos como en estrategias de promoción y difusión, para captar la atención de diferentes países del mundo y tener mayor número de visitas en la comunidad.

6.- ¿Cuál es su promedio de ingresos mensualmente?

Tabla 33

Promedio de Ingresos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1000 dólares	15	19%
1000 – 1500 dólares	0	0%
1501 – 2000 dólares	51	64%
Más de 2001 dólares	14	18%
Total	80	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

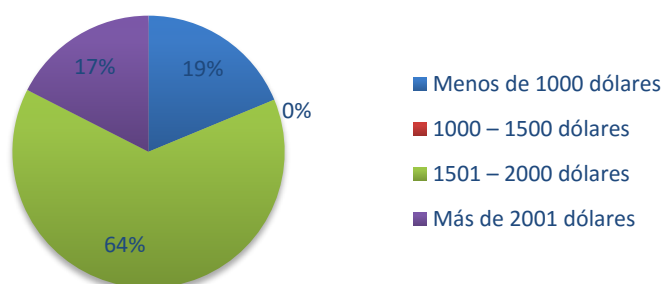


Figura 25. Promedio de Ingresos

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

En cuanto al promedio de ingresos mensuales que tienen los turistas extranjeros se visualiza que el 19% tienen un ingreso de menos de 1000 dólares, que corresponde a los estudiantes Universitarios que reciben becas o ayudas de sus instituciones educativas, un 64% de 1501- 2000 dólares, y el 17% más de 2001 dólares, que corresponden a las personas profesionales y jubilados por lo cual tienen mayores ingresos, que les permiten viajar y conocer nuevas culturas formas de vida y a la vez aportan a la economía de la comunidad.

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en los siguientes servicios turísticos? (alimentación, hospedaje, guía) en un día.

Tabla 34

Gasto en servicios turísticos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 50 dólares	31	34%
50 – 100 dólares	59	66%
101 - 150 dólares	0	0%
Más de 151 dólares	0	0%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

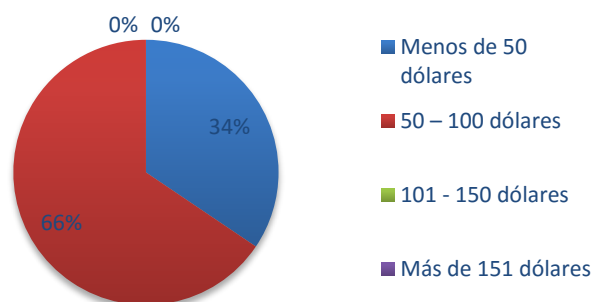


Figura 26. Gasto en servicios turísticos

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

El 34% de los encuestados están dispuestos a pagar menos de 50 dólares, el 66% de 50 a 100 dólares, por los servicios turísticos que ofrece la comunidad en un día de permanencia; por lo cual el turista si está dispuesto a pagar un buen precio, de esa manera se puede obtener utilidades que servirán para el mejoramiento de los servicios mencionados.

8.- ¿Cuál es el medio por el cual usted planifica sus viajes?

Tabla 35

Medio de planificación de viaje

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Independiente	29	32%
Agencia de viajes	46	51%
Otro	15	17%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

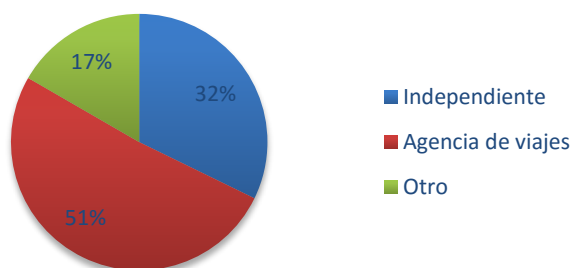


Figura 27. Medio de planificación de viaje

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

De acuerdo a los datos obtenidos el 32% de los turistas encuestados manifiestan que su medio de planificación de viaje es independiente, el de mayor porcentaje corresponde al 51% por medio de una agencia de viajes, posiblemente por facilidad de información y el 17% por otros medios como la Universidad o centro de estudios que les brinda la facilidad de vivir nuevas experiencias en diferentes países conociendo las costumbres, tradiciones de un pueblo.

9.- ¿Con qué frecuencia realiza turismo comunitario?

Tabla 36

Frecuencia realiza turismo comunitario

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Primera vez	38	42%
Cada mes	0	0%
Cada año	52	58%
Otro	0	0%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

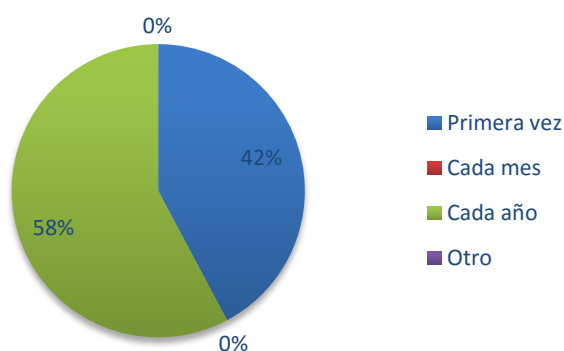


Figura 28. Frecuencia realiza turismo comunitario

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

Según los encuestados el 42% manifiestan que realizan turismo comunitario por primera vez, el 58% que corresponde al porcentaje más alto lo realizan cada año, al ser la gran mayoría de los encuestas adultos mayores jubilados, prefieren viajar cada año buscando nuevas experiencias y si es en turismo comunitario donde se pueden interactuar con la comunidad mucho mejor.

10.- ¿Cuándo viaja usted lo hace?

Tabla 37

Cuándo viaja usted lo hace

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Solo	7	7,78%
Con familia	39	43,33%
Con amigos	44	49%
Otro	0	0%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

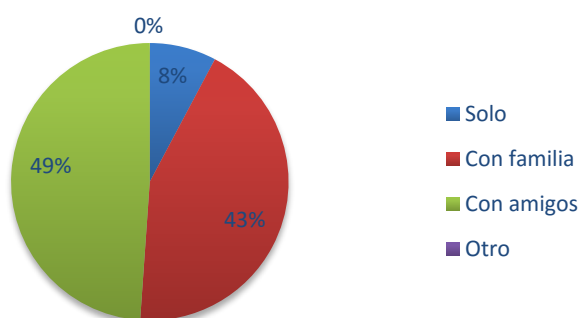


Figura 29. Con quien viaja

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

Los turistas que visitan la comunidad de Chilcapamba, correspondiente al 43% mencionan que prefieren viajar con su familia, seguido de un 49% lo hacen con amigos, estos dos porcentajes representan al 92% de las personas que prefieren viajar con alguien conocido y un porcentaje muy reducido prefiere viajar solo, seguramente por gusto o por factores económicos.

11.- ¿Cómo se enteró de la existencia de la Comunidad Chilcapamba?

Tabla 38

Existencia de la Comunidad

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Amigos	31	34,44%
Parientes	8	9%
Promoción turística/Agencia	25	28%
Radio	0	0%
TV	0	0%
Internet	0	0%
Otro/Universidad	26	29%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

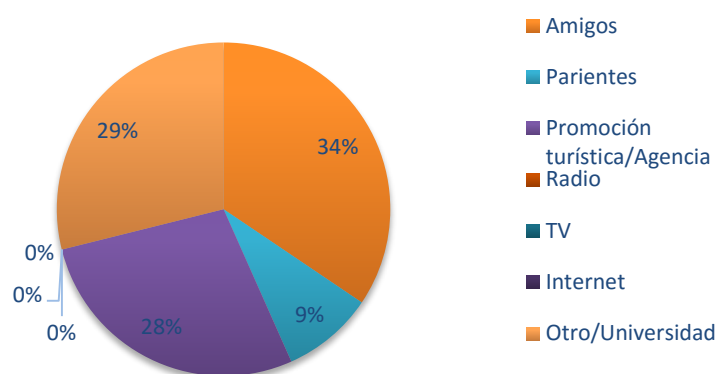


Figura 30. Existencia de la Comunidad

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

Los turistas que visitaron la comunidad de Chilcapamba, el 34% se enteraron de su existencia por medio de amigos es decir con la estrategia de boca- oído, también por instituciones educativas como la Universidad con un 29%, un 28% por medio de una agencia de turismo, que hacen recorridos de un día por comunidades del cantón, en porcentaje reducido se enteraron por parientes.

12.- ¿Qué actividad es la que más le gusta realizar en la comunidad?

Tabla 39

Actividades que realiza

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cabalgatas	0	0%
Convivencia con la comunidad	58	64%
Actividades agrícolas	14	16%
Actividades pecuarias	0	0%
Caminatas	18	20%
Otro	0	0%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

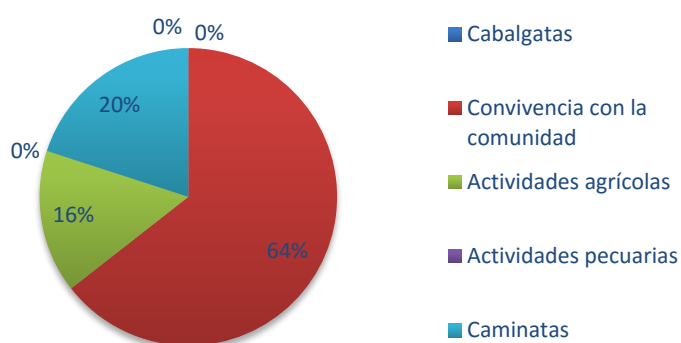


Figura 31. Actividades que realiza

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

De acuerdo a los datos el 64% de los turistas encuestados mencionan que una de las actividades que más les gusta realizar en la comunidad es la convivencia con la comunidad conociendo costumbres, tradiciones, el 16% prefieren actividades agrícolas en la siembra y cosecha de productos del sector como maíz, arveja, cebada, quinua y 20% caminatas por los diferentes lugares que tiene la comunidad.

13.- ¿Cuál es el tiempo de su permanencia dentro de la comunidad?

Tabla 40

Tiempo de permanencia

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 día	59	65,56%
Entre 1- 2 días	16	18%
Entre 3 – 4 días	15	17%
Más de 5 días	0	0%
Otro	0	0%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

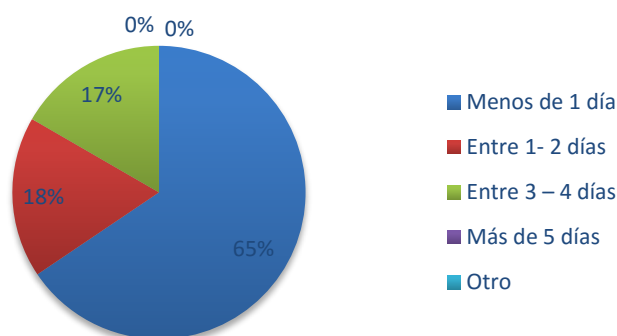


Figura 32. Tiempo de permanencia

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

Los turistas que visitan la comunidad correspondiente al 65% de los encuestados manifiestan que su tiempo de permanencia en la comunidad es menos de un día, por lo que da a conocer que para muchos la comunidad es un lugar de paso más no de estancia, en porcentajes bajos del 18% permanecen de 1 a 2 días así como también un 17% de 3 a 4 días. Es así que se debe trabajar para tener la permanencia de turistas por mayor cantidad de tiempo y mejorar el desarrollo local.

14.- ¿Qué le motivó a visitar la comunidad?

Tabla 41

Motivo de visita

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Cultura	74	82%
Diversidad Natural	16	18%
Estudio de Investigación	0	0%
Otros	0	0%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

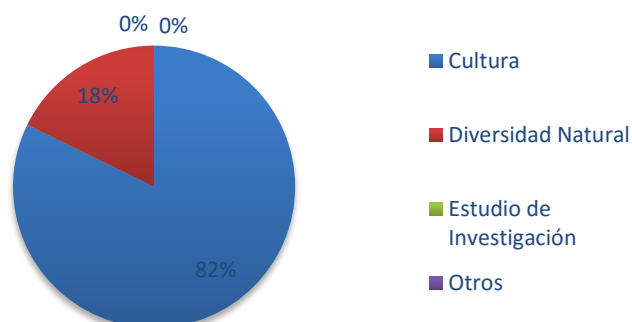


Figura 33. Motivo de visita

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

El mayor porcentaje de los turistas encuestados correspondiente al 82% mencionaron que el motivo de su visita se debe a la cultura que posee la comunidad en donde dan a conocer sus costumbres y tradiciones con una convivencia familiar de manera que el turista se sienta cómodo, mientras que un porcentaje reducido correspondiente al 18% manifestaron que les motiva ir por la diversidad natural en especial la flora.

15.- ¿Cómo considera usted los servicios turísticos que ofrece la comunidad? (hospedaje, alimentación, guía)

Tabla 42

Servicios turísticos

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Excelentes	17	19%
Muy buenos	66	73%
Buenos	7	8%
Malos	0	0%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

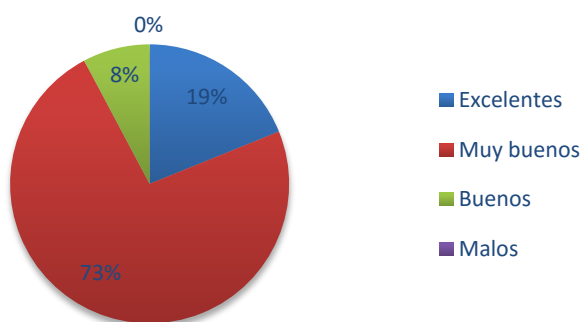


Figura 34. Servicios Turísticos

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

Los datos recabados indicaron que un 19% consideran que los servicios de hospedaje alimentación y guía son excelentes, mientras que un 73% siendo el porcentaje más alto mencionaron que son muy buenos, y en porcentaje mínimo lo califican como bueno, es decir que la mayoría de los turistas extranjeros se sienten a gusto con los servicios brindados por la comunidad.

16.- Le gustaría retornar a la comunidad

Tabla 43

Le gustaría retornar a la comunidad

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	90	100%
No	0	0%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

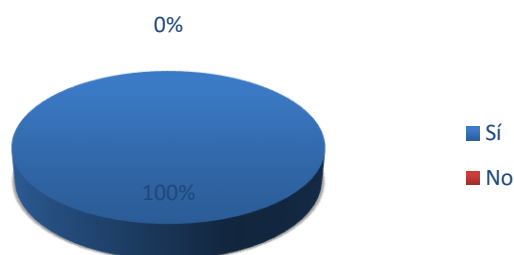


Figura 35. Le gustaría retornar a la comunidad

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

Todos los encuestados manifestaron que si les gustaría retornar a la comunidad, sin duda se debe a que estuvieron satisfechos con el lugar en especial por la convivencia directa que tuvieron con su gente, conociendo su cultura, tradiciones, participando en las actividades diarias, seguramente otra forma de vida a la que están acostumbrados lo que implica una nueva experiencia.

17.- ¿Recomendaría a otras personas a visitar la comunidad?

Tabla 44

Recomendaría a otras personas a visitar la comunidad

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Sí	90	100%
No	0	0%
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

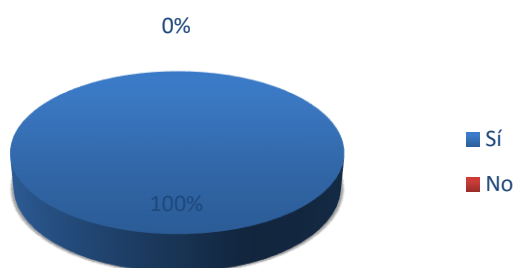


Figura 36. Recomendaría a otras personas a visitar la comunidad

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

El 100% de los encuestados manifestaron que sí recomendarían a otras personas a visitar la comunidad de Chilcapamba, de esa manera es posible que la comuna en un futuro cercano capte mayor demanda y así poder tomar mayor fuerza en la actividad del turismo comunitario y este a la vez sea positivo para el desarrollo de todos los miembros de la comuna.

18.- ¿Cómo le gustaría obtener información de la comunidad?

Tabla 45

Cómo le gustaría obtener información de la comunidad

Opción	Frecuencia	Porcentaje
Página Web	79	88%
Catálogo	3	3%
Revista	8	9%
Ninguno	0	0
Otro	0	0
Total	90	100%

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

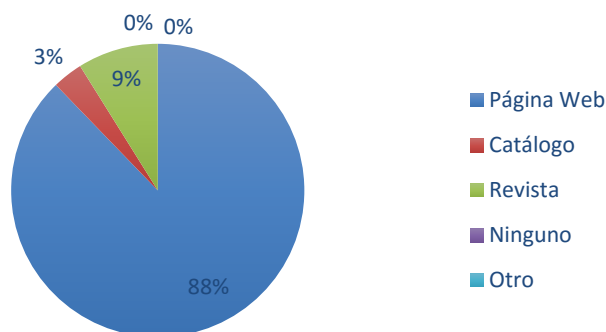


Figura 37. Cómo le gustaría obtener información de la comunidad

Fuente: Encuesta aplicada a turistas extranjeros.

Elaborado por: Flores, M. 2015

Los datos recabados indicaron que al 88% de los turistas encuestados les gustaría obtener información de la comunidad por medio de una página web, considerando que casi todos utilizan y tienen acceso a la web lo que les permite informarse del lugar al que van a viajar, mientras que al 9% por medio de una revista y aun porcentaje muy reducido por medio de un catálogo.

4.6. Instrumento tres: Análisis de los resultados de las entrevistas

1. Nombre de los entrevistados

Entrevistado 1: Antonio Morales, Presidente de la comuna de Chilcapamba.

Entrevistado 2: Alfonso Morales, Presidente del agua de la comuna de Chilcapamba.

1. ¿Usted conoce el tiempo que lleva la comunidad con la actividad del Turismo Comunitario?

Los dos entrevistados manifiestan que aproximadamente son 14 años desde que la Comunidad inicio con la actividad de Turismo Comunitario. El presidente de la comuna menciona que a pesar de los años aún falta mucho por hacer para que la comunidad viva de esta actividad.

2. ¿Conoce la oferta y demanda turística que tiene la comunidad?

Por un lado manifiesta Sr. Antonio Morales que “la comunidad se encuentra impulsando más la parte cultural, artesanal, agrícola que son los principales elementos para ofertar al turista dentro de la comunidad y sobre la demanda ahora el turista quiere experimentar nuevas cosas con personas propias del lugar rural por lo que si se tiene mayor demanda”. Por otro lado Sr. Alfonso Morales menciona que “la comunidad ofrece a los turistas la convivencia cercana con los miembros de comunidad en sus actividades diarias como en la agricultura, artesanía de ese modo experimenta otra cultura el turista”.

3. ¿Cuáles son los atractivos y servicios que ofrece la comunidad a los turistas?

Los encuestados concuerdan en que los atractivos se manifiestan en la parte cultural, en varias actividades dentro la comunidad en el área agropecuaria, artesanal, agrícola; en la

parte de servicio se tiene alojamiento con habitaciones compartidas y servicios básicos necesarios, alimentación con comida tradicional con productos propios de la zona.

4. ¿Cómo considera Ud. que se encuentra en la actualidad el turismo comunitario en la comunidad?

Los encuestados manifiestan que en la actualidad el turismo comunitario dentro de la comunidad ya se tiene una mayor organización y participación por parte de miembros comunitarios, en la parte de alojamiento se va incrementando el número de familias como beneficiarias, y también hay un aumento de familias involucradas en la artesanía así también en la música y danza tradicional.

5. ¿Considera que el turismo comunitario ha beneficiado a la comunidad, de qué manera?

Si ha beneficiado pues un porcentaje de las ganancias de la actividad se entrega a la tesorería de la comunidad en beneficio de todos, también con la presencia de los estudiantes que visitan la comunidad se realiza actividades comunitarias.

6. ¿Cree Ud. que existe suficiente promoción de la comunidad?

Los dos encuestados mencionan que no existe promoción en la comunidad, esto se ha dado a conocer de boca a boca de los que nos visitan mas no por algún tipo de promoción o difusión.

7. ¿Cree que una página web contribuiría a la promoción del turismo comunitario que se ofrece en la comunidad?

Sr. Antonio Morales dice lo siguiente “sí, y esa es la idea tener una página web en la cual se pueda promocionar los servicios y todo lo que ofrece la comunidad y de esa manera

dar a conocer a más personas de la actividad”. Por otro lado Sr. Alfonso menciona que “sí por supuesto pues una página web sería un gran instrumento para poder llegar a más personas que quieran visitar nuestra comunidad, dando a conocer todo lo que se ofrece”.

8. ¿Qué acciones sugeriría para impulsar el turismo comunitario en la comunidad?

Los encuestados mencionan que dentro de las acciones que se ha visto pertinente hacer como cabildo, es generar nuevos atractivos, como por ejemplo un puente colgante para tener mayor interés y demanda de turistas nacionales e internacionales, aunque hasta el momento no se tiene ninguna conclusión del tema.

9. ¿Considera Ud. que se necesita mayor apoyo por parte de las autoridades competentes, para impulsar el desarrollo del turismo comunitario en las diferentes comunidades del cantón?

El criterio de los encuestados concuerda en que, las actividades que se ha dicho quedan en palabras más no un cumplimiento, no ponen mayor interés las autoridades ese es el gran problema, quedando en segundo plano el turismo comunitario en muchas comunidades del cantón.

4.7. Discusión de resultados

El propósito fundamental de esta investigación ha sido analizar la oferta y demanda actual del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba, considerando aspectos socioeconómicos, oferta y demanda turística, por lo cual de los resultados obtenidos en esta investigación, se puede deducir que:

En el aspecto socioeconómico, la economía local se basa fundamentalmente en la agricultura a la cual se dedican el 42% de las familias y apenas el 9% se dedican directamente

a la actividad turística, con esta tendencia se puede afirmar que el turismo comunitario dentro de la comunidad no es considerada una actividad generadora de grandes ingresos. Por ello es necesario tomar en cuenta aquellos aspectos, para el diseño de estrategias en promoción e inversión que conlleven a un impacto positivo en la economía de la comunidad.

El promedio de ingreso familiar mensual en la comunidad es bajo, debido a que el 54% de los pobladores tienen un ingreso menor a 400 dólares, posiblemente solo un miembro de la familia o jefe de familia se encuentra aportando al hogar con el salario básico dando el total de 366 dólares mensuales; según el INEC a nivel nacional el ingreso total promedio mensual en el área rural es 567,1 dólares, con un gasto total de 526,2 dólares, esto da a conocer que la comunidad se encuentra por el bajo promedio nacional y además de tener mayores gastos que ingresos lo que no permite tener una capacidad de ahorro para el hogar y conlleve a emigrar a las ciudades grandes en busca de nuevas fuentes de trabajo, dando como resultado el desmembramiento familiar y la pérdida de cultura y tradiciones locales.

En lo que respecta a oferta turística, hace 14 años atrás la comunidad no tenía ningún conocimiento del turismo comunitario, ni de los beneficios que puede generar esta actividad, es así que se comenzó como una actividad complementaria a las actividades diarias principalmente a la agricultura y artesanía, para poder tener un ingreso que permita el desarrollo de la comunidad; la oferta que posee la comunidad en cuanto a los atractivos naturales son tres, además de no tener accesibilidad todo el año a ellos, sino en temporadas, posiblemente esto se deba a las características físicas del lugar; sin embargo se tiene variedad de atractivos culturales que se mantienen y caracterizan a un pueblo en sus costumbres, tradiciones, sobre todo la convivencia directa con la familia o los miembros comunitarios.

Con referente a las actividades turísticas que se ofertan a la demanda, se observa que no hay una gran variedad de innovación, lo que también ocurre en casi todas las comunidades

aledañas como es el caso de Morocho comunidad que también ejecuta la actividad del turismo comunitario, es decir ofrecen lo mismo sin tener cosas nuevas que mostrar que sin lugar a duda sería una ventaja competitiva sobre las demás comunidades, por lo dicho es importante que la comunidad de Chilcapamba, se encuentre comprometida para mostrar actividades y productos que marquen una diferencia, siempre y cuando se mantenga su autenticidad e identidad cultural, además de obtener capacitaciones constantes que ayuden a brindar servicios turísticos enfocados a una buena calidad.

En cuanto a la planta turística, el servicio de alojamiento en la comunidad inicio con un albergue con capacidad para 12 personas y en la actualidad se cuenta con cuatro albergues teniendo un total de capacidad para 38 personas, mismas que no son ocupadas en su totalidad, y la inversión es baja debido a que el 66% de los turistas visitan la comunidad por menos de un día, es decir pasan algunas horas y continúan con su ruta sin hacer uso del servicio; en el servicio de alimentación se tiene dos comedores familiares con capacidad para 38 personas, en la mayoría de los casos se hace uso de este servicio por la demanda que visita la comunidad ya sea un día o varios días; por lo expuesto es necesario innovar en la oferta dando a conocer al turista los servicios, atractivos y actividades que se puede realizar en la comunidad mediante una página web, de esa manera captar la atención de modo que permanezca mayor tiempo en la comunidad y pueda hacer uso de los servicios que se ofrecen dando como resultado un desarrollo local.

Con respecto a la demanda todos los turistas que visitan la comunidad son extranjeros, principalmente de EEUU con un 81%, seguido de Canadá con 11%, los principales mercados emisores turísticos al Ecuador son Colombia 24% Estados Unidos 17% y Perú con el 11%, muchos de estos mercados optan por el turismo comunitario, es así que Estados Unidos es uno de ellos y de quienes se tiene mayor demanda en la comunidad, posiblemente se deba a que

este tipo de turismo es acogido especialmente por la demanda internacional, puesto que en muchos países de origen ya no se tiene este tipo de vivencia, lo que no sucede con el turista local que prefiere un turismo de sol y playa.

Los turistas que visitan la comunidad en su mayoría son jubilados y se encuentran en un rango de más de 65 años todos con profesión, por lo cual la demanda es cada día más exigente y se debe tener una mejor oferta, además de una buena innovación en estrategias de promoción y difusión que permitan captar la atención del turista, pues dicho perfil de la demanda es similar en muchas comunidades que ofrecen la actividad de turismo comunitario y quien tenga la mejor herramienta para lograr que el turista se interese en visitar la comunidad tendrá mayor demanda y eso implica mejor desarrollo local.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Presentación

El presente capítulo se plantean las siguientes conclusiones y recomendaciones, con el fin de dar a conocer aquellos aspectos relevantes en cuanto a la oferta y demanda del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba, información que se obtuvo con la aplicación de los instrumentos de investigación que son las encuestas, entrevistas y fichaje, que se aplicaron a personas que aportaron a esta investigación.

5.2. Conclusiones

- ❖ Socioeconómicamente la comunidad de Chilcapamba se basa principalmente en la agricultura con el 42%, artesanías 16%, construcción 16%, actividad turística 9% y el 18% de otras actividades, por otro lado el 54% de la población tiene un ingreso familiar mensual bajo, es decir de menos de 400 dólares por lo que los miembros comunitarios optan en ir a ciudades grandes en busca de nuevas oportunidades de trabajo, dando como resultado el desarraigo familiar.
- ❖ La oferta turística de los atractivos turísticos naturales, de la comunidad Chilcapamba son tres: Volcán Cotacachi, de donde se puede apreciar una vista panorámica de la provincia, la cascada seca Tupino Wayko, con valor histórico pues aquí se realizaba el baño ritual en las fiestas del Inty Raymi y las aguas minerales de Yanayacu, de origen subterráneo. Los atractivos turísticos culturales son: El trueque de productos agropecuarios orgánicos, siendo una actividad antigua de intercambio de productos sin la necesidad del valor monetario; el Inty Raymi o la fiesta del sol, fecha en la que se agradece por las cosechas y

exalta la fecundidad de la tierra; las artesanías que se las elabora a mano para el uso común como gorras, manillas, bolsos, entre otros, la música y danza es un elemento dentro de la vida de una comunidad que se interpreta en actividades comunitarias o en fiestas especiales.

- ❖ Con respecto a la planta turística existen 4 emprendimientos de alojamiento tipo albergues, con capacidad total para 38 personas, contando con los servicios básicos necesarios para satisfacer las necesidades de la demanda, dentro del servicio de alimentación la comunidad cuenta con 2 comedores familiares respectivamente para la capacidad total.
- ❖ A la comunidad de Chilcapamba, llega un promedio total semestral de 387 turistas siendo en su totalidad extranjeros, principalmente de EEUU con un 81% y en su mayoría son personas jubiladas que buscan nuevas experiencias sobre todo en zonas rurales. Su tiempo de permanencia correspondiente al 66% es de menos de un día, quienes estarían dispuestos a tener un gasto diario entre los rangos de 50 a 100 dólares, además el 100% de la demanda estarían dispuestos a volver y recomendar a la comunidad de Chilcapamba.
- ❖ La comunidad no tiene ningún medio de difusión y promoción de la actividad del turismo comunitario que se lleva a cabo dentro de la comunidad, por lo cual el 88% de los turistas manifiestan que les gustaría obtener información por medio de una página web que les permita conocer, los atractivos, actividades es decir todo lo que ofrece la comunidad, con fotos, videos, de esa manera el turista podrá conocer del lugar a visitar.

5.3 Recomendaciones

- ❖ Implementar una página web de la comunidad en la cual se pueda dar a conocer a los turistas nacionales y extranjeros, todos los aspectos importantes de la comunidad como son: sus atractivos naturales, culturales, servicios y demás actividades cotidianas.
- ❖ Fomentar la conexión directa del cabildo con los miembros comunitarios, con la finalidad de que conozcan y participen en las actividades relacionadas al turismo comunitario de modo que la comunidad se beneficie de los resultados obtenidos.
- ❖ Capacitar permanentemente a los miembros comunitarios en nuevas técnicas y estrategias, para mejorar el servicio y así ofertar opciones variadas y de mejor calidad.
- ❖ Gestionar ante los GADS parroquiales y municipales, sobre la base legal establecida en la constitución de la República del Ecuador que en su art. 264 (literales del 1 al 14), establece que los gobiernos municipales tendrán las competencias exclusivas de planificación del desarrollo cantonal y ordenamiento territorial; planificación, construcción; prestar servicios públicos de agua potable, alcantarillado, manejo de desechos sólidos y saneamiento ambiental; planificar, construir y mantener la infraestructura física de salud, educación y otras destinadas al desarrollo social, cultural y deportivo; preservar, mantener y difundir el patrimonio cultural y natural, construyendo espacios físicos para estos fines; y otros que beneficien a la comunidad para mejorar su oferta turística.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Presentación

El presente capítulo describe los objetivos, justificación, el desarrollo de la propuesta sobre el diseño de la página web, la cual permita difundir los aspectos de relevancia sobre el turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba, cantón Cotacachi.

6.2. Título de la propuesta

DISEÑO DE UNA PÁGINA WEB PARA PROMOCIONAR LA OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD DE CHILCAPAMBA

6.3. Justificación

En el sector turístico la actividad del turismo comunitario ha ido cada día en aumento, puesto que se ha visto como una gran oportunidad para las zonas rurales en las que se puede realizar dicha actividad, un medio de ingreso económico que ayuda a sus pobladores a tener una mejor calidad de vida, siendo esta una actividad complementaria a las actividades diarias que se realizan en la comunidad como en la agricultura, ganadería, por lo tanto no afecta a sus pobladores.

La tecnología ha tenido un gran desarrollo, es así que en la actualidad el mundo gira a su alrededor, siendo el internet y por supuesto las páginas web una herramienta efectiva para ofrecer productos y servicios a todo el mundo de una forma rápida, sencilla y de bajo costo, con gran contenido de información tipo texto, imagen, video, animación entre otros.

La comunidad de Chilcapamba cuenta con atractivos tanto naturales como culturales, y con gente amable que estaría dispuesta a compartir sus tradiciones, cultura, experiencias a los turistas que los visiten, es así que ante la problemática de una escasa innovación de la oferta turística, es necesaria la elaboración del diseño de una página web de la comunidad, siendo una estrategia de promoción y difusión de gran importancia para llegar a un gran número de personas y con mayor facilidad que estén interesadas en realizar turismo comunitario, en la página web se pretende promocionar los atractivos turísticos, actividades y los servicios, de esa manera tener una acogida por los turistas, posicionarse en el mercado turístico y convertirse en un referente turístico de la parte norte del país.

6.4. Fundamentación

6.4.1. Fundamentación Turística

La comunidad de Chilcapamba, cuenta con atractivos naturales y culturales, que sin lugar a duda será de gusto y agrado para los turistas que lo visiten, proporcionando una alternativa nueva e interesante que se sentirán atraídos por la riqueza cultura que tiene la comunidad y sobretodo la convivencia familiar, es así que con la presente propuesta se pretende dar a conocer a los turistas de todas partes del mundo la oferta turística que tiene la comunidad, a través de una página web donde se encontrará información en la cual el turista tenga un conocimiento amplio de las actividades, atractivos, servicios, entre otros aspectos que ofrece la comunidad.

6.4.2. Fundamentación Educativa

La presente propuesta contribuirá en el área educativa como un instrumento de información y sensibilización social local comunitaria sobre las actividades y atractivos turísticos que cuenta la comunidad y fomentar el desarrollo local territorial con énfasis en la

revalorización de su identidad, el cuidado del medio ambiente en el lugar que se desarrollan las actividades.

6.5. Objetivos

6.5.1. General

- Diseñar una página web para promocionar la oferta turística de la comunidad de Chilcapamba.

6.5.2. Específicos

- Organizar la información turística, que forman parte de la oferta de la comunidad.
- Diagramar la estructura de la página web para la comunidad.
- Socializar la página web a los dirigentes de la comuna (cabildo).

6.6. Ubicación sectorial y física

La presente propuesta se desarrollará en la comunidad de Chilcapamba, ubicada al occidente del Cantón Cotacachi perteneciente a la parroquia San Francisco, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura, aproximadamente a 12 Km desde Otavalo, 2 Km de la parroquia de Quiroga y a 4 Km de Cotacachi.

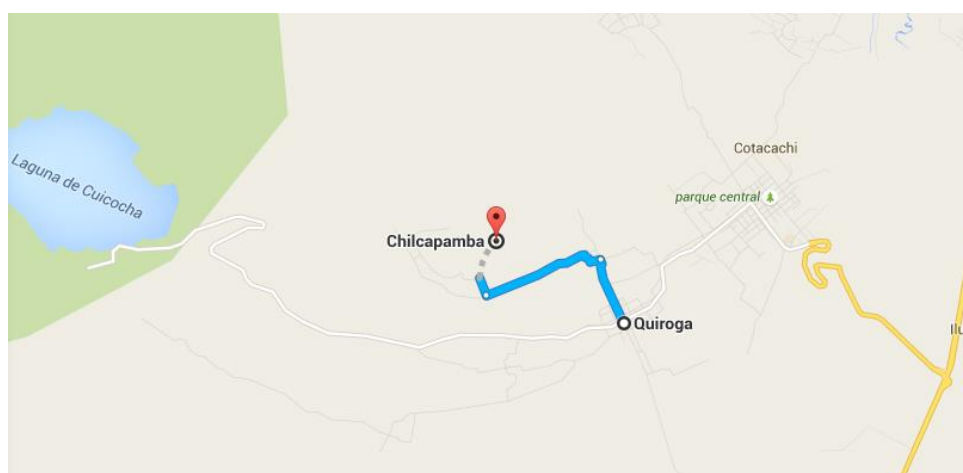


Figura 38. Mapa de ubicación de la Comunidad Chilcapamba

Fuente: Diseño Página web Chilcapamba (Google maps)

Elaborado por: Flores M

6.7. Desarrollo de la Propuesta

6.7.1. La web

La web o también conocida como World Wide Web, es una de las áreas de internet, comenzó a desarrollarse a principios de la década de los noventa con Tim Berners-Lee, con el objetivo de mejorar el intercambio de información dentro de internet entre científicos e investigadores, empezó a escribir un programa que le permitiera almacenar información, dio forma y aplicación a un par de conceptos que ya habían sido formulados de forma más o menos genérica: el hipervínculo, que conducía directamente al concepto de hipertexto, de ahí al de páginas html (páginas web).

Es así que la tecnología en la Web comenzó a difundirse y a popularizarse cada vez más y llegar al ámbito doméstico. Los extensos documentos de texto comenzaron a dar espacio a imágenes, animaciones, sonidos, video y pronto la Web se convirtió en una plataforma multimedia para las comunicaciones en red.

Por lo tanto La World Wide Web, ha ayudado a un crecimiento considerable de Internet en la actualidad, puesto que permite de una manera más organizada acceder a información disponible en Internet, y dar a conocer al usuario proyectos, imágenes, documentos en texto. Compañías pequeñas, empresas grandes, gobiernos de distintos países, universidades, bibliotecas, fundaciones y organizaciones están presentes en Internet y lo logran mediante un sitio web.

6.7.2. Página web

Una página Web es un documento electrónico adaptado particularmente para la Web, que contiene información específica de un tema en particular y que es almacenado en algún sistema de cómputo que se encuentre conectado a la red mundial de información denominada Internet, de tal forma que este documento pueda ser consultado por cualquier persona que se

conecte a esta red mundial de comunicaciones y que cuente con los permisos apropiados para hacerlo.

Una página Web tiene la característica peculiar de que el texto se combina con imágenes para hacer que el documento sea dinámico y permita que se puedan ejecutar diferentes acciones, una tras otra, a través de la selección de texto remarcado o de las imágenes, acción que nos puede conducir a otra sección dentro del documento, abrir otra página Web, iniciar un mensaje de correo electrónico o transportarnos a otro Sitio Web totalmente distinto a través de sus hipervínculos (Mariño, 2005).

6.7.3. Elementos de una página web

a) **Texto:** Es el elemento más significativo de cualquier sitio Web porque los usuarios navegan por la Web fundamentalmente en busca de información expresada en texto.

b) **Tipografía:** Es importante usar fuentes llamativas pero sencillas de leer.

También variar el tamaño de una misma fuente para resaltar secciones interesantes del contenido y del texto.

c) **Título:** El título de la página y la redacción publicitaria se deben complementar entre sí, no deben ser confusos o aburridos. Deben invitar al visitante a seguir leyendo y contener puntos clave específicos del sitio web.

d) **Contenido:** Debe tener un contenido interesante que atraiga lectores. El contenido debe ser apropiado y actualizado frecuentemente, de esa manera da la posibilidad de aumentar el número de visitas y hacer que los viejos visitantes consulten la página a menudo.

e) **Imágenes:** En el diseño web es muy importante las buenas fotografías, que den a conocer lo que se quiere transmitir, además de que no se encuentren pixeladas (baja resolución) o desenfocadas, ya que puede causar una mala imagen del sitio en general.

- f) **Botones e iconos:** Utilizar botones prácticos y representativos, así como iconos grandes y vistosos aumenta la facilidad de navegación en la página.
- g) **Enlaces a redes:** Es de gran ayuda para los usuarios colocar enlaces a redes sociales con las cuales interactúan con facilidad, además a sitios de interés.

6.7.4. Contenidos de la página web de Chilcapamba

La recolección de los contenidos para la página web se realizó a través de los diferentes instrumentos como la encuesta, entrevista y fichaje, mismos que sirvieron para obtener información de los atractivos, servicios y actividades turísticas que la comunidad ofrece a la demanda, consecutivamente se organizó la información textual y fotográfica, que formaría parte de la estructura de la página web de Chilcapamba.

6.7.4.1. Este sitio web permitirá:

- Conocer la ubicación, distancias, de la Comunidad.
- Conocer los atractivos turísticos naturales y culturales que posee la Comunidad con una breve descripción y fotografías del lugar.
- Servicios en el cual se encuentran el de alimentación y alojamiento en el cual se puede observar descripción y fotografías.
- Las actividades que se pueden realizar dentro de la comunidad.
- En galería se tiene una gran cantidad de fotos de la Comunidad.



Figura 39. Estructura de la página web

Fuente: Diseño de la estructura de página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

El gráfico representa la estructura de la página web, dando a conocer el número de páginas totales de la web y la interconexión de éstas mediante enlaces, Por supuesto que estos diagramas no son fijos, ya que se puede ir variando y adaptando el esquema y diseño de la web, conforme se tenga contenido que mostrar.

6.8.4. Diagrama en Adobe Muse CC (2015)

Es un programa que permite crear sitios web personalizados, con herramientas conocidas, ofreciendo una interfaz gráfica en donde se puede ajustar valores visualmente, textos, imágenes, variar tamaño de páginas, barras de navegación, y así tener sitios de internet sofisticados profesionales y dinámicos.

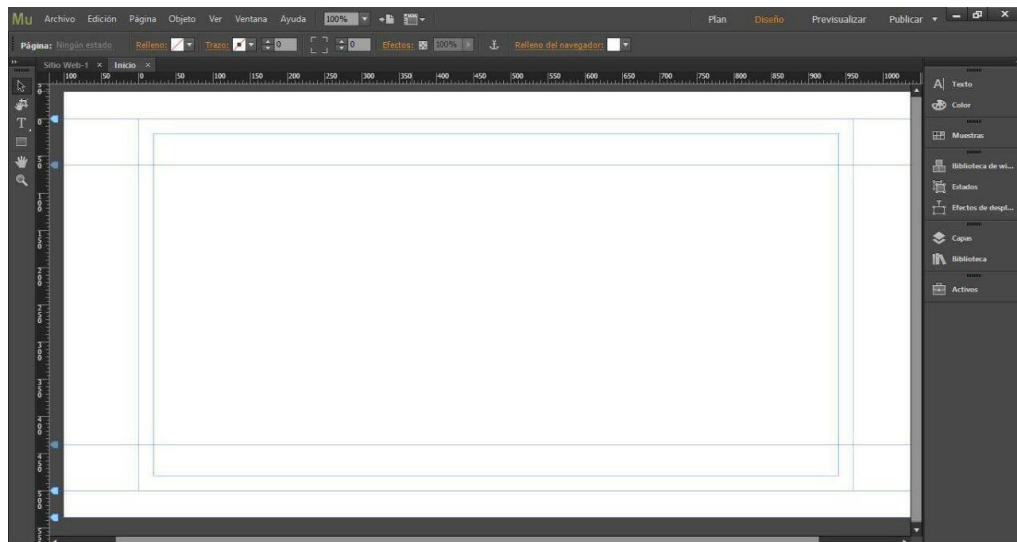


Figura 40. Programa de Adobe Muse CC 2015

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba (Adobe Muse CC 2015)

Elaborado por: Flores, M

6.8.4.1. Características principales

- Puede crear sitios web atractivos
- No se requieren conocimientos de codificación HTML necesario
- Proporciona un entorno fácil de usar
- Es compatible con las últimas tecnologías y estándares
- Puede crear sitios web en varios navegadores
- El modo de planificación incluye para configurar el sitio web
- Se puede agregar fácilmente botón de medios de comunicación social
- Se puede añadir efectos de desplazamiento y animaciones.

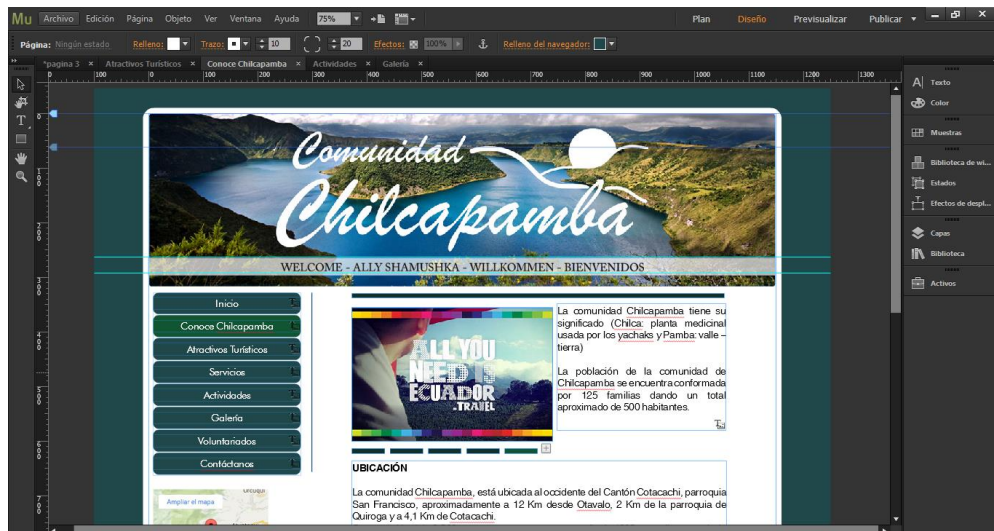


Figura 41. Diagramación en Adobe Muse CC 2015

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba (Adobe Muse CC 2015)

Elaborado por: Flores, M

6.8.5. Diseño de la Página Web de Chilcapamba

El sitio web fue diseñado con la finalidad de mantener informado a todos quienes visiten la página web, es decir aquellas personas que les guste el turismo comunitario, y que mejor en una comunidad que se da este tipo de actividad y sobretodo se encuentra dispuesta a recibir a turistas para darles a conocer sus costumbres y tradiciones, además de tener un contacto directo con la comunidad. La página se encuentra en el siguiente link: <http://chilcapamba.businesscatalyst.com/index.html>.

a) Página de Inicio



Figura 42. Diseño de la página de Inicio

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

En la página de inicio se muestra la marca de la comunidad Chilcapamba, junto a la palabra bienvenidos, dicho en inglés, quechua y alemán, además de dos banderas que conectan al cuerpo de la página, ya sea en español o inglés.

b) Marca de la comunidad



Figura 43. Diseño de la marca de la comunidad Chilcapamba

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

La marca de la Comunidad Chilcapamba representa su naturaleza y cultura de las personas que habitan en esta.

El logotipo cuenta con el nombre de la comunidad, representada con una tipografía caligráfica para reflejar mayor cultura la cual posee la comunidad y la gente que está situada allí. El isotipo está conformado por líneas curvas y parte de una círculo, de esta manera se simboliza las montañas junto al sol y así reflejar un atardecer en la comuna.

Los colores utilizados en el logotipo son el café (Pantone 476 C), ya que evoca naturaleza, cultura, tierra. Para el isotipo se incluyeron 2 tonos de verde (Pantone 350 C, 349 C), para expresar vegetación, naturaleza, calma, paz, además se utilizó el color amarillo (Pantone 7408 C), para representar el sol.

c) Página principal

La página principal se encuentra dividida en tres secciones encabezado, cuerpo, pie de página.



Figura 44. Diseño de la página principal

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

1. Encabezado

En el encabezado de la página web, se muestra la marca de la comunidad, con un fondo de la laguna de Cuicocha que representa a Cotacachi, cantón en el que se encuentra la comunidad Chilcapamba.



Figura 45. Diseño del encabezado de la página principal

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

2. Cuerpo

En el cuerpo de la página web en la parte izquierda se despliega un menú principal donde están ocho iconos: Inicio, Conoce Chilcapamba, Atractivos turísticos, Servicios, Actividades, Galería, Voluntariados y Contáctanos, bajo este un mapa de google maps, que muestra la ubicación de la comunidad. En parte derecha esta una descripción del significado del nombre, lugar de ubicación y como llegar a la comunidad.



Figura 46. Diseño del cuerpo de la página principal

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

3. Pie de página

En el pie de página se muestra enlaces con diferentes entidades públicas como: Ministerio de Turismo, Ministerio de Cultura y Patrimonio, Ministerio del Ambiente y Prefectura de Imbabura, además se da a conocer derechos de autor.



Figura 47. Diseño del pie de página

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

d) Componentes del cuerpo de la página

Es la parte de la interfaz web que presenta a los usuarios información específica sobre un tema concreto. Los títulos y subtítulos están en formato de texto y se destacan por su tamaño. A continuación se detalla la información que posee el cuerpo de la página web.

1. Conoce Chilcapamba

En este icono se muestra una pequeña descripción de la comunidad, en la cual se detalla el significado del nombre, número de habitantes, la ubicación de la comunidad y como llegar.

Inicio

Conoce Chilcapamba

Atrativos Turísticos

Servicios

Actividades

Galería

Voluntariados

Contáctanos

Ampliar el mapa

Urcuquí

Atuntaqui

Chilcapamba

Cerro Ambabura

Otavalo

Google

© Google - Datos de mapas - Términos de uso

La comunidad Chilcapamba tiene su significado (Chilca: planta medicinal usada por los yachaks y Pamba: valle – tierra)

La población de la comunidad de Chilcapamba se encuentra conformada por 125 familias dando un total aproximado de 500 habitantes.

UBICACIÓN

La comunidad Chilcapamba, está ubicada al occidente del Cantón Cotacachi, parroquia San Francisco, aproximadamente a 12 Km desde Otavalo, 2 Km de la parroquia de Quiroga y a 4,1 Km de Cotacachi. Con una altitud de 2.560 msnm, a una temperatura media de 18°C, y un clima templado

COMO LLEGAR

- **En transporte público**

Desde la ciudad de Otavalo:
En el terminal de buses tomar el servicio de "Transportes Cotacachi" hasta la parroquia Quiroga; desde ahí en camioneta de alquiler o taxi hasta la comunidad de Chilcapamba (8 minutos).

Desde la ciudad de Ibarra:
Desde el terminal de Ibarra tomar el servicio de transporte Intercantonal "Cotacachi" o "6 de Julio", hasta el terminal de Cotacachi, tomar otro transporte "Cotacachi" hasta la parroquia Quiroga, desde ahí en camioneta de alquiler o taxi hasta la comunidad de Chilcapamba (8 minutos).

- **En transporte privado**
Llegar hasta la parroquia Quiroga, continuar 2km hacia el occidente.

Figura 48. Cuerpo de página -Conoce Chilcapamba

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

2. Atractivos turísticos

2.1 Atractivos Naturales

Se da a conocer la información recabada de los tres atractivos naturales que posee la comunidad, los cuales se encuentran el Volcán Cotacachi, Cascada seca Tupino Wayko, Agua minerales de Yanayacu.

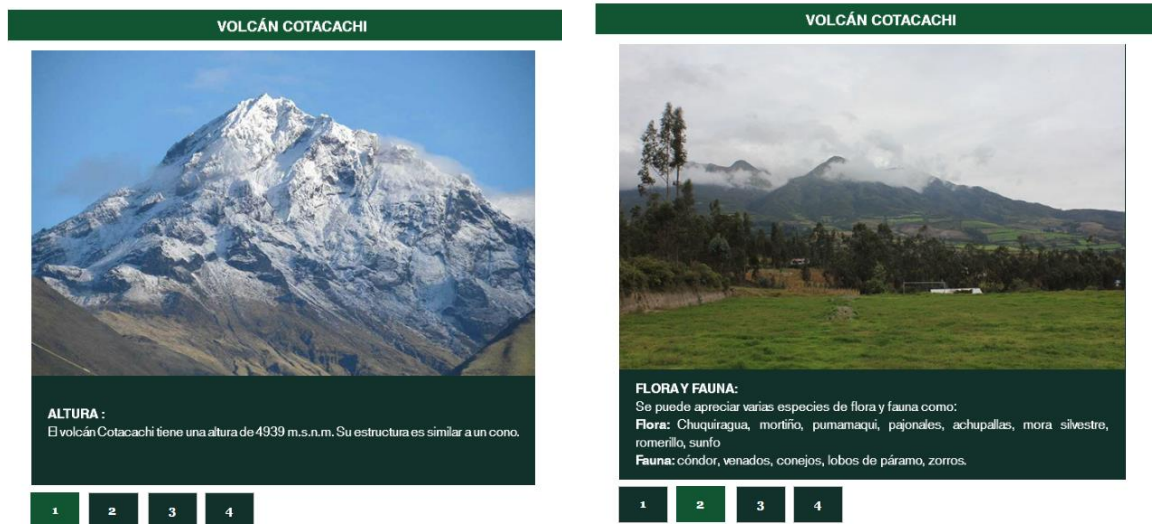


Figura 49. Cuerpo de página - Volcán Cotacachi

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

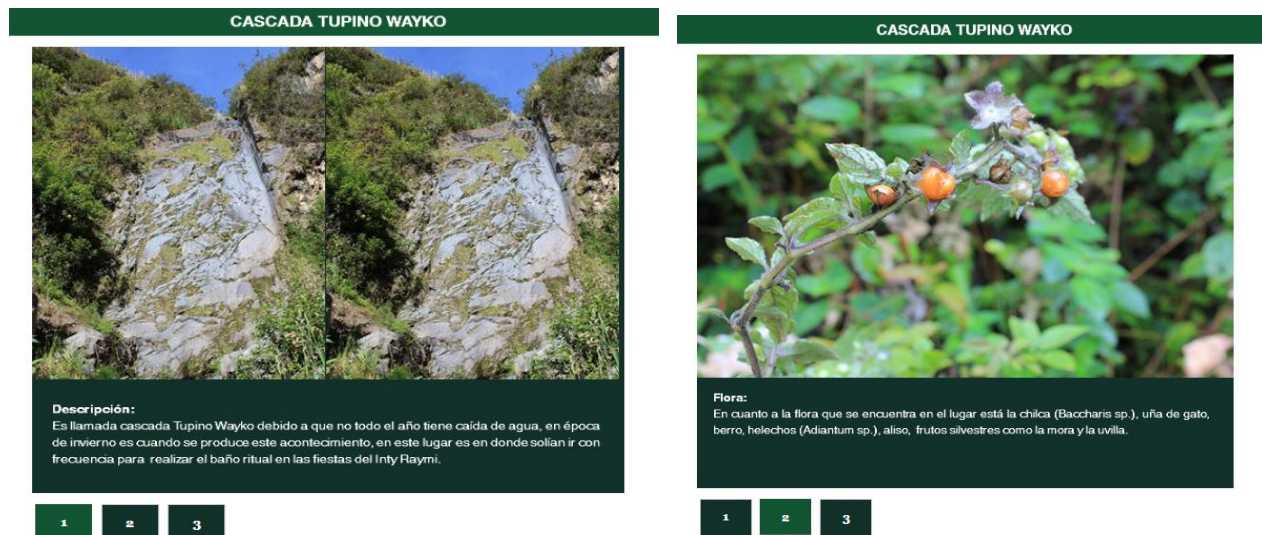


Figura 50. Cuerpo de página- Cascada Tupino Wayko

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

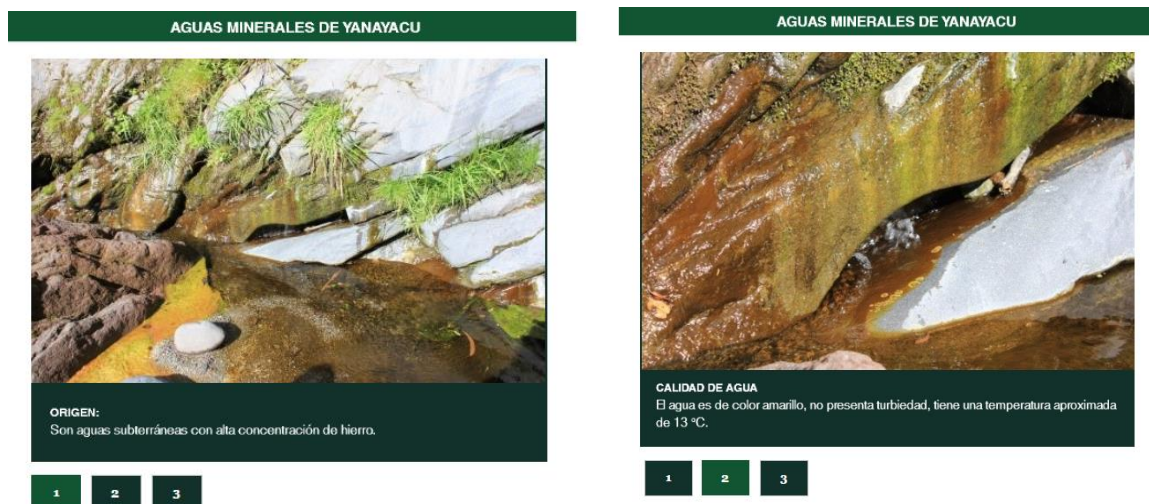


Figura 51. Cuerpo de página- Aguas minerales de Yanayacu

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

2.2 Atractivos Culturales

Se da a conocer los atractivos culturales que posee la comunidad como: Trueque de productos, Inti Raymi, Artesanías, Música y danza



Figura 52. Cuerpo de página- Trueque de productos

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

INTI RAYMI



El Inti Raymi o también conocido en quechua como: fiesta del sol. Su origen histórico se remonta a los inicios del Imperio de los Incas en el Cusco, es una fecha en la que se agradece por su Luz, por las cosechas y exaltar la fecundidad de la tierra.

1 2 3 4

INTI RAYMI



OPORTUNIDAD DE PRESENCIARLO:
Esta celebración se la inicia el 21 de Junio con el solsticio de verano, hasta el 1 de Julio día de Santa Lucía

1 2 3 4

Figura 53. Cuerpo de página - Inti Raymi

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

ARTESANÍAS



PROCEDENCIA
La palabra artesanía, deriva de las palabras latinas «artis-manus» que significa: arte con las manos. La artesanía comprende, básicamente, obras y trabajos realizados manualmente y con poca o nula intervención de maquinaria, habitualmente son objetos decorativos o de uso común

1 2 3

ARTESANÍAS



TIPO DE PRODUCTO
Especialmente las mujeres de la comunidad elaboran artículos a mano como: gorras, manillas, bufandas, guantes, bolsos, entre otros

1 2 3

Figura 54. Cuerpo de página - Artesanías

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M



Figura 55. Cuerpo de página - Música y danza

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

3. Servicios

Se detalla el tipo de alimentación y alojamiento que se brinda a los turistas, dentro de alojamiento se da a conocer el tipo y los servicios con los que cuenta, en cuanto a la alimentación se da a conocer que se ofrece y los productos que se usan para la preparación de platos .



Figura 56. Cuerpo de página - Alimentación

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M



Figura 57. Cuerpo de página - Alojamiento

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

4. Actividades

Se detalla las actividades turísticas que la comunidad ofrece al turista como: Agricultura, Feria Artesanal, visita a huerto de plantas medicinales y frutales, feria de productos orgánicos, taller de alpargates, música y danza, cada una con su explicación y fotografía.



Figura 58. Cuerpo de página - Agricultura

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M



Figura 59. Cuerpo de página - Feria artesanal

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M



Figura 60. Cuerpo de página - Huerto de plantas medicinales y frutales

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M



Figura 61. Cuerpo de página - Feria de productos orgánicos

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

5. Galería

En la Galería se muestra una gama de fotografías de diferentes actividades que se llevan a cabo en la comunidad, además de un video de un recorrido por la comunidad.

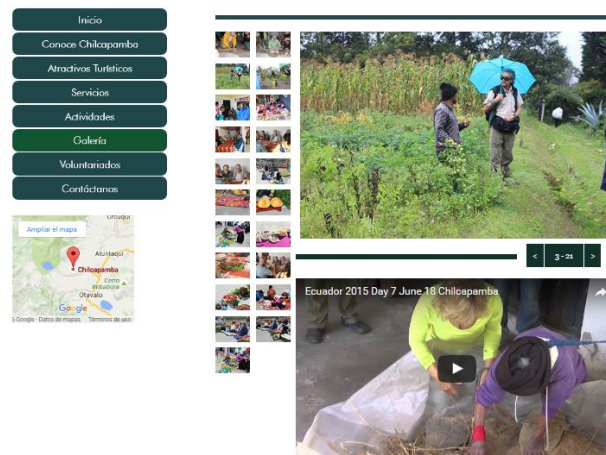


Figura 62. Cuerpo de página - Galería

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

6. Contáctanos

En este icono se encuentran los datos necesarios para poder obtener información de la comunidad de Chilcapamba, de una manera directa con la persona encargada, además se puede dejar un mensaje directo.

Antonio Morales
(facebook/antonio.morales)

(+593) 0997631568

moralescushcagua@yahoo.com

Comunidad Chilcapamba
Cotacachi- Imbabura- Ecuador

Deja un mensaje:

Nombre:
Introducir nombre

Correo electrónico:
Introducir correo electr.

Mensaje:
Escriba su mensaje

Enviar

Figura 63. Cuerpo de página - Contáctanos

Fuente: Diseño de la página web Chilcapamba

Elaborado por: Flores, M

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Bernal, C., Correa Pérez, A., Pineda Ramírez, M., Lemus Hernández, F., Fonseca Yerena, M., & Muños Razo, C. (2014). *Fundamentos de investigación* (Primera ed.). México: Pearson Educación.
2. Cárdenas, E., Durandal, C., & Durán, E. (2004). *Promoción Turística: una llave para el Desarrollo de Chuquisaca*. FUNDACION PIEB.
3. Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD). (24 de Junio de 2014). *Foro Internacional sobre Desarrollo Sostenible*. Obtenido de Cartagena de Indias (Colombia):
http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/informe_sobre_sostenibilidad_turistica_es.pdf
4. Comunidad Agua Blanca. (s.f). *Comunidad Agua Blanca*. Obtenido de <http://www.comunidadaguablanca.com/contactos.html>
5. CORDTUCH. (14 de Febrero de 2012). *Cordtuch- Turismo Comunitario*. Obtenido de http://www.cordtuch.org.ec/cms/index.php?option=com_concle&id=48&Itemid=29tent&view=arti
6. Crosby, A., & Adela, M. (1996). *Elementos básicos para un turismo sostenible en las áreas naturales*. Madrid: CEFAT. Obtenido de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lhr/munguia_a_y/capitulo2.pdf
7. ECOSTRAVEL. (s.f). *Turismo Comunitario en Ecuador, Comuna Agua Blanca*. Obtenido de <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/turismo-comunitario/comuna-agua-blanca.php>
8. Esparcia, J., Noguera, J., & Pitarch, M. (2011). *Gestión y promoción del desarrollo local*. Universitat de València.
9. Estrella, M. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador- La Incidencia Jurídica en el Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: ABYA-YALA.

10. Falcón, C. (7 de Mayo de 2007). *Definición de fichaje*. Obtenido de <http://lenguajeistnos.blogspot.com/2007/05/definicion-de-fichaje.html>
11. FEPTCE. (2007). *Guía de turismo comunitario del Ecuador*. Quito.
12. FEPTCE. (2013). *Turismo Comunitario*. Obtenido de http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61
13. Ferrer, J. (Julio de 2010). *Conceptos básicos de Metodología de la Investigación*. Obtenido de Tipos de Investigación: <http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variables.html#>
14. Fidias, G. (2012). *El proyecto de Investigación*. Caracas: Episteme .
15. Galán, M. (27 de Abril de 2009). *El cuestionario en la investigación*. Obtenido de <http://manuelgalan.blogspot.com/2009/04/el-cuestionario-en-la-investigacion.html>
16. García, R., & Olmos, L. (2011). *Estructura Del Mercado Turístico*. Madrid: Editorial Paraninfo.
17. Gomez, B. (2002). *Regionalización turística del mundo*. Barcelona: Primera.
18. Gonzáles, Z. (s.f.). *Método Analítico - Sintético*.
19. González, S. (2002). *Turismo, beneficio para todos*. Buenos Aires: argentina, s.a.
20. Grasso, L. (2006). *Encuestas, elementos para su diseño y análisis*. Córdoba: Encuentro grupo editor.
21. Heredia, C. (2007). *Plan de desarrollo turístico comunitario de la comuna la libertad*. Obtenido de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8466/1/33939_1.pdf
22. Hunziker, W., & Krapf, K. (1942). *Teoría General del Turismo*. Obtenido de <http://www.eumed.net/rev/ea/07/fme.pdf>
23. Juárez, J., & Ramírez, B. (1 de Abril de 2007). *El turismo rural como complemento al desarrollo territorial rural en zonas indígenas de México*. Obtenido de <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-236.htm>

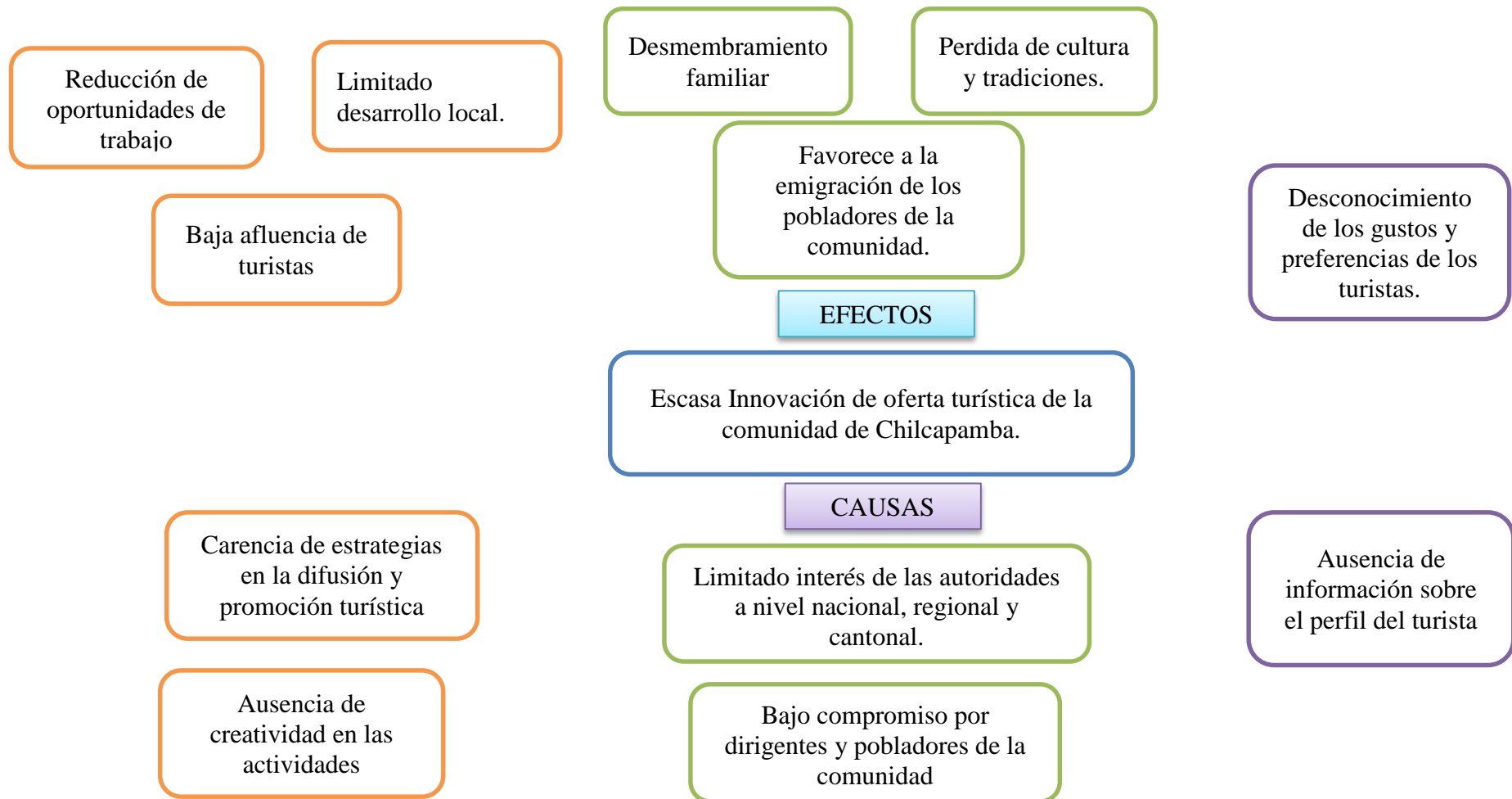
24. Jubb, N. (s.f). *Los métodos cualitativos y cuantitativos y otras consideraciones metodológicas*. Obtenido de http://escuelapnud.org/biblioteca/pmb/opac_css/doc_num.php?explnum_id=815
25. Leal de Rodríguez, M. (Noviembre de 2008). *Propuesta de Turismo Rural para la Región Andina*. Obtenido de http://www.elclima.com.mx/origen_y_desarrollo_del_turismo_rural.htm#
26. Maldonado, C. (2005). *Pautas metodológicas para el análisis de experiencias de turismo comunitario*. Obtenido de http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---ifp_seed/documents/publication/wcms_117525.pdf
27. Marín, H. (Febrero de 2012). *Recursos Turísticos* . Obtenido de Introducción a los recursos turísticos: <http://www.um.es/aulasenor/saavedrafajardo/apuntes/2012/turismo/recursos.pdf>
28. Media, A. (2007). *Turismo responsable: 30 Propuestas de Viaje*. España.
29. MINTUR. (2002). *Ley de turismo*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
30. MINTUR. (26 de Septiembre de 2007). *Diseño del Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador*. Obtenido de PLANDETUR 2020: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>
31. MINTUR. (2010). *Reglamento para los centros turísticos comunitarios* . Obtenido de <http://www.quito-turismo.gob.ec/descargas/lotaip2013diciembre/BASELEGAL/REGLAMENTO>
32. Murillo, J. (s.f). *La entrevista*. Obtenido de [https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista_\(trabajo\).pdf](https://uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/Met_Inves_Avan/Presentaciones/Entrevista_(trabajo).pdf)
33. OIT. (2007). *Convenio N° 169 sobre pueblos indígenas y tribales en países independientes*. Lima.

34. OMT. (2005). *Entender al Turismo*. Obtenido de glosario básico: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
35. OMT. (5 de Junio de 2012). *Sustainable Development of Tourism*. Obtenido de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
36. Posso, M. (2011). *Proyectos, Tesis y Marco Lógico*. Quito: Noción Imprenta.
37. Pozos, J. (6 de Junio de 2011). *OFERTA TURISTICA- DEFINICION*. Obtenido de <http://ofertaturisticacancuncuba.blogspot.com/2011/06/oferta-turistica-definicion.html>
38. Quesada, R. (2010). *Elementos de turismo: teoría, clasificación y actividades*. Costa Rica: Universidad Estatal a Distancia.
39. REDTURS. (2007). *Identidad, objetivos y misión*. Obtenido de <http://www.redturs.org/documentos/Trifoliar-Spanish-p1-p2.pdf>
40. REDTURS. (2007). *Red de Turismo Comunitario de América Latina*. Obtenido de <http://www.redturs.org/nuevaen/index.php>
41. RICANCIE. (s.f). *Ecoturismo Comunitario en la Amazonía de Ecuador*. Obtenido de <http://ricancie.nativeweb.org/es>
42. Ruiz, E., & Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador*. Quito: Abya - Yala.
43. RunaTupari. (s.f). *Quienes somos - Empresa*. Obtenido de <http://www.runatupari.com/index.php/home/nuestra-empresa.html>
44. SENPLADES. (24 de Junio de 2013). *Plan Nacional para el Buen Vvir 2013 - 2017*. Obtenido de <http://documentos.senplades.gob.ec/Plan%20Nacional%20Buen%20Vvir%202013-2017.pdf>
45. Socatelli, M. (2013). *Mercadeo aplicado al Turismo*. Costa Rica: Intermark.
46. Solis, D. (2007). *Turismo Comunitario en Ecuador- de la resistencia a la sostenibilidad*. Quito: Abya- Yala.

47. Torrejon, A. (marzo de 1988-2006). *Consejo Federal de Turismo* . Obtenido de Diccionario Turístico: <http://www.cienaniosdeturismo.gov.ar/pagina.asp?IdSeccion=19>
48. Torrejón, A. (2004). *Diccionario de terminos turísticos*. Obtenido de <http://www.boletinturistico.com/index.php/diccionarioturismo>
49. Tsaitami. (2007). *Turismo comitario en la costa*. Obtenido de <http://www.tsaitami.com/Tours.aspx?id=36>
50. Vértice, E. (2007). *Marketing turístico*. Vértice.

ANEXOS

Anexo 1 *Árbol de problemas*



Anexo 2 Matriz de Coherencia

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿Cuál es la oferta y la demanda del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba perteneciente a la parroquia San Francisco, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura?</p>	<p>Analizar la oferta y demanda del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba perteneciente a la parroquia San Francisco, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.</p>
SUBPROBLEMAS/ INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la situación socioeconómica actual de la comunidad de Chilcapamba? • ¿Cuál es la oferta y demanda actual del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba? • ¿Qué estrategia permitirá el desarrollo de la comunidad de Chilcapamba? 	<ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar la situación socioeconómica actual de la comunidad de Chilcapamba. • Determinar la oferta y demanda actual del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba. • Diseñar una estrategia que permita el desarrollo de la oferta y demanda de la comunidad de Chilcapamba.

Anexo 3 Matriz Categorical

CONCEPTO	CATEGORIA	DIMENSIONES	INDICADORES
El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales.	Turismo	Conceptualización de Turismo	Concepto varios autores
Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias	Turismo Sostenible	Conceptualización de Turismo Sostenible	Concepto
Turismo Comunitario es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados	Generalidades de Turismo Comunitario	Conceptualización de Turismo Comunitario	- Definición varios autores - Características - Origen
		El Turismo Comunitario en América Latina.	- Características por autores - REDTRURS
		Turismo Comunitario en Ecuador	- Características - FEPTCE - Turismo comunitario en la Costa - Turismo comunitario en la Amazonía - Marco Legal - Ley turismo
		Turismo Comunitario en la provincia de Imbabura	- Emprendimientos
Mercado turístico la confluencia de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda que está interesada y motivada en adquirirlos o disfrutarlos.	Mercado Turístico	Oferta Turística	- Definición - Producto turístico -Recurso turístico -Atractivo -Planta turística -Servicios
		Demanda Turística	-Definición - Tipología de la demanda -Visitantes

Anexo 4 Análisis de plagio URKUND

The screenshot shows the URKUND web interface. The browser address bar displays the URL: <https://secure.urkund.com/view/20825937-633409-852654#q1bKLvayijY0MNIxNDDVMTS21DE0MQBiEx0Lx0Lk1gdpeLM9LzMtMzkxLzkVCUrAz0DE3MjU0tLQwsj>. The interface includes a document information panel on the left and a 'Lista de fuentes' (List of sources) panel on the right.

Documento: CAPÍTULO II.docx (D21136108)
Presentado: 2016-07-20 21:32 (-05:00)
Presentado por: Pablo Méndez (pablodaniomendez@hotmail.com)
Recibido: pdmendez.utn@analysis.urkund.com
Mensaje: RV: Tesis análisis. [Mostrar el mensaje completo](#)
 5% de esta aprox. 12 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 4 fuentes.

Lista de fuentes:

Categoría	Enlace/nombre de archivo
	CAPITULO II.docx
	Turismo Comunitario 2.docx
	TURISMO RURAL COMUNITARIO.docx
	http://www.ecored.com.mx/portalesp/pagina/z_16_Turismo_Sustentable.php
	http://www.ecured.cu/Turismo_Sustentable

CAPITULO II.2. MARCO TEÓRICO 2.1. Presentación En el presente capítulo se dará a conocer la fundamentación teórica en el cual se habla de los conceptos más relevantes y necesarios que sin lugar a duda aportan al entendimiento de la investigación, iniciando por definiciones, origen, características que sustenten a la investigación del turismo comunitario, además se muestra ejemplos de los emprendimientos de turismo comunitario más importantes. 2.2. Fundamentación

81% #1 Activo

Turismo Existen varias definiciones de turismo, las cuales presentan enfoques muy variados por los investigadores, puesto que cada uno considera aspectos y elementos diferentes ya sean económicos, ecológicos o sociológicos, que se han venido dando en el tiempo, para lo cual en el siguiente trabajo se tomó en cuenta las siguientes definiciones: Según

Burkart y Medlik (citado por Crosby & Adela, 1996) mencionan que "El turismo son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos", mientras que para Mathieson y Wall (1982) "El turismo es el movimiento temporal de la gente, por periodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas" (p.10). A pesar de los años que tienen estas dos definiciones de turismo, los autores desprenden algunas características comunes, como el desplazamiento de personas a destinos fuera del lugar de

Archivo de registro Urkund: UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE / CAPÍTULO II.docx **81%**

Turismo Existen varias definiciones de turismo, las cuales presentan enfoques muy variados por los investigadores, puesto que cada uno considera aspectos y elementos diferentes que se han venido dando en el tiempo,

para lo cual en el siguiente trabajo se tomó en cuenta las siguientes definiciones: Según

Anexo 5 Encuesta Dirigida a Miembros comunitarios



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACAE

INGENIERÍA EN TURISMO

Encuesta Dirigida a Miembros comunitarios



Fecha:

La presente encuesta tiene por objetivo diagnosticar la situación socioeconómica actual de la comunidad de Chilcapamba. La información obtenida será de gran utilidad con fines de investigación científica, de forma que sus respuestas serán absolutamente confidenciales.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste la (s) opción (es), que corresponda. Marque con una (x)

1. Datos Informativos

1.1 Edad

- a. Entre 18 - 30 años
- b. Entre 31 - 41 años
- c. Entre 42 - 52 años
- d. Entre 53 - 64 años
- e. Más de 65 años

1.2 Género

- a. Masculino
- b. Femenino

1.3 El idioma que habla usted es:

- a. Kichwa
- b. Castellano
- c. a y b
- d. Otro

¿Cuál?.....

1.4 ¿A qué grupo étnico considera usted que pertenece?

- a. Indígena
- b. Mestizo
- c. Montubio
- d. Afroecuatoriano
- e. Blanco
- f. Otro

¿Cuál?.....

1.5 ¿Cuál es su ocupación?

- a. Agricultura
- b. Ganadería
- c. Artesanías
- d. Construcción
- e. Transporte
- f. Turismo
- g. Otros

¿Cuáles?.....

1.6 Indique su nivel de estudios

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Superior
- d. Posgrado
- e. Otro

¿Cuál?.....

1.7 ¿Cuál es su promedio de ingresos familiar mensual?

- a. Menos de 400 dólares
- b. 400 – 800 dólares
- c. 801 – 1200 dólares
- d. Más de 1201 dólares

2. Transporte/ Vías/ Comunicación

2.1 ¿Qué tipo de transporte utiliza para movilizarse?

- a. Bus
- b. Camioneta
- c. Taxi
- d. Carro propio
- e. Todos los anteriores
- f. Ninguno
- g. Otros

¿Cuáles?.....

2.2 ¿Existe señalización para llegar a la comunidad?

- a. Vial
 - Sí
 - No

- b. Turística
 - Sí
 - No

2.3 ¿Con qué medios de comunicación cuenta usted?

- a. Telefonía convencional
- b. Telefonía celular
- c. Internet
- d. Radio
- e. TV
- f. Otros

¿Cuáles?.....

4. Agua / Sanidad

4.1 ¿Cuál es la procedencia del agua que usted consume?

- a. Red pública
- b. Agua entubada
- c. Agua potable
- d. Vertiente
- e. Agua lluvia
- f. Otros

¿Cuáles?.....

4.2. ¿Cuenta usted con sistema de alcantarillado?

- a. Sí
- b. No

4.3 En caso de respuesta negativa ¿Dónde eliminan las excretas?

- a. Pozo séptico
- b. Aire libre
- c. Río
- d. Otros

¿Cuáles?.....

4.5 ¿Cómo elimina usted la basura?

- a. Carro recolector
- b. Se quema
- c. Se entierra
- d. Se bota al río
- e. Otros

¿Cuáles?.....

5. Salud / Educación

5.1. ¿Existen establecimientos de salud en la comunidad?

- a. Sí
- b. No

4.3 En caso de respuesta negativa, mencione ¿A dónde acude para recibir atención médica?

- a. Hospital
- b. Sub-centro
- c. Clínica
- d. Otros
- e. ¿Cuáles?.....

6.1 ¿Qué establecimientos educativos existen en la comunidad?

- a. Guardería
- b. Jardín
- c. Escuela
- d. Colegio
- e. Ninguna de las anteriores
- f. Otros
- ¿Cuáles?.....

7. Turismo

7.1 ¿Usted es partícipe del turismo comunitario que se ofrece dentro de la comunidad?

- a. Sí
- b. No

7.2 En caso de respuesta positiva, mencione ¿En qué área(s) participa?

- a. Hospedaje
- b. Alimentación
- c. Guianza
- d. Otros
- ¿Cuáles?.....

Anexo 6 Encuesta dirigida a los Turistas Extranjeros



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FECAE

INGENIERÍA EN TURISMO



Encuesta dirigida a los Turistas Extranjeros

Fecha:

La presente encuesta tiene por objetivo analizar la demanda de la comunidad de Chilcapamba. La información obtenida será de gran utilidad con fines de investigación científica, de forma que sus respuestas serán absolutamente confidenciales.

INSTRUCCIONES:

Lea detenidamente cada una de las preguntas y conteste la (s) opción (es), que corresponda.

Marque con una (x)

1. Datos Informativos

1.1 Edad

- a. Menos de 18 años
- b. Entre 19 - 30 años
- c. Entre 31 - 41 años
- d. Entre 42 - 52 años
- e. Entre 53 -64 años
- f. Más de 65 años

1.2 Género

- a. Masculino
- b. Femenino

1.3 Nivel de instrucción

- a. Primaria
- b. Secundaria
- c. Superior
- d. Posgrado
- e. Ninguna
- f. Otra

¿Cuál?.....

1.4 ¿Cuál es su ocupación?

- a. Estudiante
- b. Profesional
- c. Jubilado
- d. Otro

¿Cuál?.....

1.5 ¿Cuál es su lugar de procedencia?

- a. USA
- b. Canadá
- c. Alemania
- d. Francia
- e. Inglaterra
- f. Otro

¿Cuál?.....

2. Aspecto Socioeconómico**2.1 ¿Cuál es su promedio de ingresos mensualmente?**

- a. Menos de 1000 dólares
- b. 1000 – 1500 dólares
- c. 1501 – 2000 dólares
- d. Más de 2001 dólares

2.2 ¿Cuánto estaría dispuesto a gastar en los siguientes servicios turísticos?

	Alimentación	Hospedaje	Guianza
a. Menos de 100 dólares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
b. 100 – 200 dólares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
c. 201 - 300 dólares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
d. Más de 301 dólares	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

3. Aspecto del viaje

3.1 ¿Cuál es el medio por el cual usted planifica sus viajes?

- a. Independiente
- b. Agencia de viajes
- c. Otro

¿Cuáles?.....

3.2 ¿Con qué frecuencia realiza turismo comunitario?

- a. Primera vez
- b. Cada mes
- c. Cada año
- d. Otros
- e. ¿Cuáles?.....

3.3 ¿Cuándo viaja usted lo hace?

- a. Solo
- b. Con Familia
- c. Con Amigos
- d. Otros

¿Cuáles?

3.4 ¿Cómo se enteró de la existencia de la Comunidad Chilcapamba?

- a. Amigos
- b. Parientes
- c. Promoción turística
- d. Radio
- e. TV
- f. Internet
- g. Otro

¿Cuáles?.....

3.5 ¿Qué actividades realiza en la comunidad?

- a. Cabalgatas
- b. Convivencia con la comunidad
- c. Actividades agrícolas
- d. Actividades pecuarias
- e. Caminatas
- f. Otras

¿Cuáles?.....

3.6 ¿Cuál es el tiempo de su permanencia dentro de la comunidad?

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| a. Menos de 1 día | <input type="checkbox"/> |
| b. Entre 1- 2 días | <input type="checkbox"/> |
| c. Entre 3 – 4 días | <input type="checkbox"/> |
| d. Más de 5 días | <input type="checkbox"/> |
| e. Otros | <input type="checkbox"/> |

¿Cuáles?.....

3.7 ¿Qué le motivó a visitar la comunidad?

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| a. Diversidad natural | <input type="checkbox"/> |
| b. Diversidad cultural | <input type="checkbox"/> |
| c. Tradiciones | <input type="checkbox"/> |
| d. Estudio de investigación | <input type="checkbox"/> |
| e. Otros | <input type="checkbox"/> |

¿Cuáles?.....

3.8 ¿Cómo considera usted los servicios turísticos que ofrece la comunidad?

- | | Malo | Bueno | Muy Bueno | Excelente |
|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| a. Alimentación | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| b. Hospedaje | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| c. Guías | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |

3.9 ¿Qué le impresionó de la comunidad?

- | | |
|--------------------------|--------------------------|
| a. Atractivos turísticos | <input type="checkbox"/> |
| b. Gente | <input type="checkbox"/> |
| c. Gastronomía | <input type="checkbox"/> |
| d. Cultura | <input type="checkbox"/> |
| e. Servicios turísticos | <input type="checkbox"/> |
| f. Otros | <input type="checkbox"/> |

¿Cuáles?.....

3.10 Le gustaría retornar a la comunidad

- | | | | |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|
| a. Sí | <input type="checkbox"/> | b. No | <input type="checkbox"/> |
|-------|--------------------------|-------|--------------------------|

¿Por qué?.....

3.11 ¿Recomendaría a otras personas a visitar la comunidad?a. Sí b. No **3.12 ¿Cómo le gustaría obtener información de la comunidad?**a. Página Web b. Catálogo c. Revista d. Ninguno e. Otros

¿Cuáles?.....

Anexo 7 Cuestionario para entrevista dirigida miembros del Cabildo Comunitario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACAE

INGENIERÍA EN TURISMO



Entrevista dirigida a miembros del Cabildo Comunitario

Nombre:

Función:

1. ¿Usted conoce el tiempo que lleva la comunidad con la actividad del Turismo Comunitario?
2. ¿Conoce la oferta y demanda turística que tiene la comunidad?
3. ¿Cuáles son los atractivos y servicios que ofrece la comunidad a los turistas?
4. ¿Cómo considera Ud. que se encuentra en la actualidad el turismo comunitario en la comunidad?
5. ¿Considera que el turismo comunitario ha beneficiado a la comunidad, de qué manera?
6. ¿Cree Ud. que existe suficiente promoción de la comunidad?
7. ¿Cree que una página web contribuiría a la promoción del turismo comunitario que se ofrece en la comunidad?
8. ¿Qué acciones sugeriría para impulsar el turismo comunitario en la comunidad?
9. ¿Considera Ud. que se necesita mayor apoyo por parte de las autoridades competentes, para impulsar el desarrollo del turismo comunitario en las diferentes comunidades del cantón?

Anexo 8 Ficha de inventario de atractivos turísticos de la cascada Tupino Wayko

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
MINISTERIO DE TURISMO			
1. DATOS GENERALES			
1.1 ENCUESTADOR: Michelle Flores			1.2 FICHA No. 01
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Antonio Morales			1.4 FECHA: Junio 2015
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada Seca TUPINO WAYKO			
1.6 CATEGORÍA: Sitios Naturales		1.7 TIPO: Ríos	1.8 SUBTIPO: Cascada
2. UBICACIÓN			
2.1 PROVINCIA: Imbabura		2.2 CANTON: Cotacachi	2.3 PARROQUIA: San Francisco
2.4 CALLE:			
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO			
3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Quiroga			DISTANCIA (km.): 3
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Cotacachi			DISTANCIA (km.): 5
4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
C A L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	ALTURA (m.s.n.m.) 2650 m.s.n.m	TEMPERATURA : 11°C
		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:	
<p>Tamaño: La cascada tiene un aproximado de 10 metros de altura. De formación natural</p> <p>Flora y Fauna: En cuanto a la flora que se encuentra en el lugar está la chilca (Baccharis sp.), uña de gato, berro, Helechos (Adiantum sp.), aliso, frutos silvestres como la mora y la uvilla. Mientras que en la fauna se aprecia colibrí, birichuro, sapos, lagartijas, tortolitas, mirlos (Turdus fuscater).</p> <p>Descripción: Es llamada cascada seca debido a que no todo el año tiene caída de agua, en época de invierno es cuando se produce este acontecimiento, en este lugar es en donde solían ir con frecuencia para realizar el baño ritual en las fiestas del Inty Raymi.</p> <p>Vado: Si existe un vado al final de la cascada, que se produce por vertientes subterráneas al final de la cascada</p>			

CALIDAD	V A L O R E X T R I N S E C O	5. USOS (SIMBOLISMO)		
	Es usada ocasionalmente como sitio sagrado para ceremonias rituales, especialmente el solsticio de verano.			
	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
	6.1 ALTERADO	<input type="checkbox"/>	6.2 NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			6.3 CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>
	6.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	6.5 EN PROCESO DE DETERIORO	
	6.6 CAUSAS: Debido a que no se hace uso del atractivo todo el año, este aún se mantiene en conservación en un buen estado			
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
	7.1 CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	7.2 ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			NO ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>
7.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	PROCESO DE DETERIORO		
CAUSAS: Debido a que no existen perturbación en flora ni en fauna.				
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				

8. INFRAESTRUCTURA VIAL DE ACCESO											
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD
			BUENO	REGULAR	MALO		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DE ACCESO
A P O Y O	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL
		LASTRADO				AUTOMÓVIL					AÑO
		EMPEDRADO		X		4X4	X				365
		SENDERO				TREN					
	ACUATICO	MARÍTICO				BARCO					DÍAS AL
						BOTE					MES
		FLUVIAL				CANOA					30
					OTROS						
	AÉREO					AVION					
						AVIONETA					
					HELICOPTERO						
OBSERVACIONES										HORAS AL	
										DÍA	

Anexo 9 Ficha de Inventario de atractivos turísticos del volcán Cotacachi

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS				
MINISTERIO DE TURISMO				
1. DATOS GENERALES				
1.1 ENCUESTADOR: Michelle Flores		1.2 FICHA No. 02		
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Antonio Morales		1.4 FECHA: Julio-2015		
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Volcán Cotacachi				
1.6 CATEGORÍA: Sitios Naturales	1.7 TIPO: Montañas	1.8 SUBTIPO: Volcanes		
2. UBICACIÓN				
2.1 PROVINCIA: Imbabura	2.2 CANTON: Cotacachi	2.3 PARROQUIA: San Francisco		
2.4 CALLE:				
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO				
3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Quiroga		DISTANCIA (km.): 2		
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Cotacachi		DISTANCIA (km.): 5		
C A L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
		ALTURA (m.s.n.m.) 4939 m.s.n.m	TEMPERATURA : 6°C	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
		ALTURA : El volcán Cotacachi tiene una altura de 4939 m.s.n.m. Su estructura es similar a un cono.		
		FLORA Y FAUNA: Se puede apreciar varias especies de flora y fauna como: Flora: Chuquiragua, mortiño, pumamaqui, pajonales, achupallas, mora silvestre, romerillo, sunfo Fauna: cóndor, venados, conejos, lobos de páramo, zorros.		
		DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE: Desde las alturas se puede observar a modo panorámico la provincia de Imbabura.		
		DIMENSIÓN DE CRÁTERES: Posee una caldera lateral de 3000 m de radio, 2300 m de ancho y su punto profundo de 180 m.		
		FASE DE ACTIVIDAD: Actualmente no hay actividad sísmica, solamente la caldera volcánica de Cuicocha, donde se puede apreciar emanaciones de gas provenientes del fondo de la Laguna.		

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	5. USOS (SIMBOLISMO)		
	Turismo de aventura.			
	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
	6.1 ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>	6.2 NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			6.3 CONSERVADO	<input type="checkbox"/>
	6.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	6.5 EN PROCESO DE DETERIORO	
	6.6 CAUSAS: Debido a que no se hace uso del atractivo todo el año, este aún se mantiene en conservación en un buen estado			
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
	7.1 CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	7.2 ALTERADO	<input checked="" type="checkbox"/>
			NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
7.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	
CAUSAS:				
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				

8. INFRAESTRUCTURA VIAL DE ACCESO										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD
		BUENO	REGULAR	MALO		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DE ACCESO
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL
	LASTRADO				AUTOMÓVIL					AÑO
	EMPEDRADO		X		4X4	X				
	SENDERO		X		TREN					
ACUATICO	MARÍTIMO				BARCO					365
					BOTE					DÍAS AL
	FLUVIAL				CANOA					MES
					OTROS					
AÉREO					AVION					30
					AVIONETA					
					HELICOPTERO					HORAS AL
OBSERVACIONES										DÍA

A
P
O
Y
O

Anexo 10 Ficha de Inventario de atractivos turísticos de aguas minerales de Yanayacu

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS				
MINISTERIO DE TURISMO				
1. DATOS GENERALES				
1.1 ENCUESTADOR: Michelle Flores		1.2 FICHA No. 03		
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Antonio Morales		1.4 FECHA: Julio-2015		
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Aguas Minerales de Yanayacu				
1.6 CATEGORÍA: Sitios Naturales	1.7 TIPO: Sitios Subterráneos	1.8 SUBTIPO: Aguas Minerales		
2. UBICACIÓN				
2.1 PROVINCIA: Imbabura	2.2 CANTON: Cotacachi	2.3 PARROQUIA: San Francisco		
2.4 CALLE:				
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO				
3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Quiroga		DISTANCIA (km.): 3		
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Cotacachi		DISTANCIA (km.): 5		
4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO				
C A L I D A D	V A L O R	ALTURA (m.s.n.m.) 2420 m.s.n.m	TEMPERATURA : 15°C	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
		ORIGEN: Son aguas subterráneas con alta concentración de hierro.		
		CALIDAD DEL AGUA: El agua es de color amarillo, no presenta turbiedad, tiene una temperatura aproximada de 13 °C.		
		PROPIEDADES DE LAS AGUAS: Son aguas que son utilizadas para baños rituales, ceremonias, especialmente en el comienzo del solsticio de verano. .		
		DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE: En los alrededores se encuentran matorrales, chilca, eucalipto, cucardas, lugar tranquilo, donde se tienen contacto con plena naturaleza.		

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	5. USOS (SIMBOLISMO)		
	Turismo de salud. Tradiciones.			
	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
	6.1 ALTERADO	<input type="checkbox"/>	6.2 NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			6.3 CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>
	6.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	6.5 EN PROCESO DE DETERIORO	
	6.6 CAUSAS: Debido a que no se hace uso del atractivo todo el año, este aún se mantiene en conservación en un buen estado			
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
	7.1 CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	7.2 ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
7.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	
CAUSAS: Debido a la buena respuesta que ha tenido esta actividad con los pobladores de la comuna y sus alrededores.				
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				

8. INFRAESTRUCTURA VIAL DE ACCESO										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD
		BUENO	REGULAR	MALO		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DE ACCESO
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL
	LASTRADO				AUTOMÓVIL					AÑO
	EMPEDRADO		X		4X4	X				365
	SENDERO		X		TREN					
ACUATICO	MARÍTICO				BARCO					DÍAS AL
					BOTE					MES
	FLUVIAL				CANOA					30
AÉREO					OTROS					
					AVION					
					AVIONETA					
					HELICOPTERO					HORAS AL
OBSERVACIONES										DÍA

A
P
O
Y
O

Anexo 11 Ficha de Inventario de atractivos turísticos del trueque de productos

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS		
MINISTERIO DE TURISMO		
1. DATOS GENERALES		
1.1 ENCUESTADOR: Michelle Flores		1.2 FICHA No. 04
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Antonio Morales		1.4 FECHA: Junio 2015
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Trueque de productos en Chilcapamba		
1.6 CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	1.7 TIPO: Etnografía	1.8 SUBTIPO: Tradiciones
2. UBICACIÓN		
2.1 PROVINCIA: Imbabura	2.2 CANTON: Cotacachi	2.3 PARROQUIA: San Francisco
2.4 CALLE:		
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO		
3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Quiroga		DISTANCIA (km.): 2
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Cotacachi		DISTANCIA (km.): 5
4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
ALTURA (m.s.n.m.) 2650 m.s.n.m	TEMPERATURA : 11°C	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
C A L I D A D I N T R I N S E C O V A L O R	MOTIVACIÓN Y ÉPOCA DEL ACONTECIMIENTO: Esta tradición es de la época en la que apareció la sociedad agricultura- ganadera, y es ahí cuando se da el excedente de productos los cuales conducen a realizar el trueque o intercambio de ellos. Por lo dicho dentro de la comunidad de Chilcapamba se viene realizando esta actividad, que permite obtener nuevos productos a la familia que no se tenga sin la necesidad del dólar, llevando acabo dos días a la semana.	
	OPORTUNIDAD DE PRESENCIARLO: El trueque o intercambio de productos se lo realiza dos días a la semana sea dentro de la comunidad- Casa Comunal, o también en las instalaciones del Municipio de Cotacachi.	
	DESCRIPCIÓN DEL EVENTO: Debido a la pérdida de la forma de intercambio más antigua y al tener productos disponibles cada familia de la comunidad, se lleva a cabo esta actividad dos días a la semana dentro de las instalaciones de la Casa Comunal o en el Municipio de Cotacachi. Esto se lo realiza en horas de la tarde a partir 13:00 hasta 17:00, con productos frescos de la zona como maíz, chocho, habas, frejol, cebolla, zanahoria entre otros.	
	ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA TRADICIÓN: La tradición se conserva, y se van sumando más personas a este tipo de intercambio, teniendo buena acogida dentro de la comunidad y sus alrededores.	

CALIDAD	V A L O R E X T R I N S E C O	5. USOS (SIMBOLISMO)		
	Turismo Cultural.			
	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
	6.1 ALTERADO	<input type="checkbox"/>	6.2 NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			6.3 CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>
	6.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	6.5 EN PROCESO DE DETERIORO	
	6.6 CAUSAS: Debido a que no se hace uso del atractivo todo el año, este aún se mantiene en conservación en un buen estado			
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
	7.1 CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	7.2 ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
7.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	
CAUSAS: Debido a la buena respuesta que ha tenido esta actividad con los pobladores de la comuna y sus alrededores.				
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				

8. INFRAESTRUCTURA VIAL DE ACCESO										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD
		BUENO	REGULAR	MALO		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DE ACCESO
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				DÍAS AL
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				AÑO
	EMPEDRADO		X		4X4	X				96
	SENDERO				TREN					
ACUATICO	MARÍTICO				BARCO					DÍAS AL
					BOTE					MES
	FLUVIAL				CANOA					30
					OTROS					
AÉREO					AVION					HORAS AL
					AVIONETA					
					HELICOPTERO					
A P O Y O	OBSERVACIONES									DÍA
										13:00 17:00

Anexo 12 Ficha de Inventario de atractivos turísticos del Inti Raymi

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
MINISTERIO DE TURISMO			
1. DATOS GENERALES			
1.1 ENCUESTADOR: Michelle Flores			1.2 FICHA No. 05
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Antonio Morales			1.4 FECHA: Junio 2015
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Inti Raymi - Chilcapamba			
1.6 CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales		1.7 TIPO: Etnografía	1.8 SUBTIPO: Tradiciones, Manifestaciones Religiosas
2. UBICACIÓN			
2.1 PROVINCIA: Imbabura		2.2 CANTON: Cotacachi	2.3 PARROQUIA: San Francisco
2.4 CALLE:			
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO			
3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Quiroga			DISTANCIA (km.): 2
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Cotacachi			DISTANCIA (km.): 5
4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
ALTURA (m.s.n.m.) 2650 m.s.n.m		TEMPERATURA : 15°C	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
C A L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	MOTIVACIÓN Y ÉPOCA DEL ACONTECIMIENTO: El Inti Raymi o también conocido en quechua como: fiesta del sol, Su origen histórico se remonta a los inicios del Imperio de los Incas en el Cusco, es una fecha en la que se agradece por su Luz, por las cosechas y exaltar la fecundidad de la tierra. En la actualidad el Inti Raymi se celebra con especial fuerza en las provincias del norte andino del Ecuador y consiste en varios días, a veces semanas de fiesta, cargadas de simbolismos ancestrales, desde la cosmovisión indígena, Se realizan grandes rituales de danza y música.	
		OPORTUNIDAD DE PRESENCIARLO: Esta celebración se la inicia el 21 de Junio con el solsticio de verano, hasta el 1 de Julio día de Santa Lucía.	
		DESCRIPCIÓN DEL EVENTO: La fiesta, comienza el 22 de junio, un día después del solsticio, con un baño de purificación en una vertiente, una cascada o en la cercana laguna de Cuicocha, el baño se lo hace con plantas andinas entre las que se incluye la ortiga. En el sincretismo católico la fiesta corresponde a San Juan, San Pedro, San Pablo y Santa Lucía, por eso concluye el 1 de julio con un baile protagonizado por las mujeres de las comunidades.	
		ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA TRADICIÓN: La tradición se conserva, y se transmite a los más pequeños.	

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	5. USOS (SIMBOLISMO)		
	Turismo Cultural, Religioso.			
	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
	6.1 ALTERADO	<input type="checkbox"/>	6.2 NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			6.3 CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>
	6.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	6.5 EN PROCESO DE DETERIORO	
	6.6 CAUSAS: Debido a que no se hace uso del atractivo todo el año, este aún se mantiene en conservación en un buen estado			
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
	7.1 CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	7.2 ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
7.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	
CAUSAS:				
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				

8. INFRAESTRUCTURA VIAL DE ACCESO										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD
		BUENO	REGULAR	MALO		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DE ACCESO
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				DÍAS AL
	LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				AÑO
	EMPEDRADO		X		4X4	X				11
	SENDERO				TREN					
ACUATICO	MARÍTICO				BARCO					DÍAS AL
					BOTE					MES
	FLUVIAL				CANOA					
AÉREO					OTROS					Inicia: 21 de Junio
					AVION					Fin: 1 de Julio
					AVIONETA					HORAS AL
					HELICOPTERO					DÍA
A P O Y O	OBSERVACIONES									

Anexo 13 Ficha de Inventario de atractivos turísticos de música y danza

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS				
MINISTERIO DE TURISMO				
1. DATOS GENERALES				
1.1 ENCUESTADOR: Michelle Flores		1.2 FICHA No. 06		
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR: Antonio Morales		1.4 FECHA: Julio-2015		
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO: Música Andina en Chilcapamba				
1.6 CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	1.7 TIPO: Etnografía	1.8 SUBTIPO: Música y Danza		
2. UBICACIÓN				
2.1 PROVINCIA: Imbabura	2.2 CANTON: Cotacachi	2.3 PARROQUIA: San Francisco		
2.4 CALLE:				
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO				
3.1 NOMBRE DEL POBLADO: Quiroga		DISTANCIA (km.): 2		
3.2 NOMBRE DEL POBLADO: Cotacachi		DISTANCIA (km.): 5		
CALIDAD	VALOR	4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
		ALTURA (m.s.n.m.) 2560 m.s.n.m	TEMPERATURA : 18°C	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:
		SIGNIFICADO		
		La música y danza constituye como un elemento vital dentro de la vida de una sociedad, de manera que son escuchadas e interpretadas en varias actividades de la comunidad tanto en las "mingas" (trabajos comunitarios), como fiestas, ceremonias y rituales.		
		LUGAR Y ÉPOCA DEL ACONTECIMIENTO		
		La música ecuatoriana es el resultado de la simbiosis cultural producida a raíz de la conquista española, y un proceso de mestizaje cultural. La música y danza de Chilcapamba se lleva a cabo en fiestas especiales y también como parte del atractivo a la demanda turística en la casa comunal.		
		ESTRUCTURA MUSICAL		
		La música andina viene acompañada del baile expresado con ritmos que representan la cosmovisión andina es decir con movimiento del sol y otros elementos de tal manera que se tenga una conexión con la naturaleza, siendo estas tradiciones musicales y dancísticas heredadas por los ancestros.		
		INSTRUMENTOS UTILIZADOS		
		Los principales instrumentos utilizados son rondador, charango, bombo, flauta de caña.		

C A L I D A D	V A L O R E X T R I N S E C O	5. USOS (SIMBOLISMO)		
	Turismo cultural Turismo Étnico			
	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
	6.1 ALTERADO	<input type="checkbox"/>	6.2 NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			6.3 CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>
	6.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	6.5 EN PROCESO DE DETERIORO	
	6.6 CAUSAS: Debido a que no se hace uso del atractivo todo el año, este aún se mantiene en conservación en un buen estado			
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
	7.1 CONSERVADO	<input checked="" type="checkbox"/>	7.2 ALTERADO	<input type="checkbox"/>
			NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
7.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	
CAUSAS: Debido a la buena respuesta que ha tenido esta actividad con los pobladores de la comuna y sus alrededores.				
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				

8. INFRAESTRUCTURA VIAL DE ACCESO										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD
		BUENO	REGULAR	MALO		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÉ ACCESO
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL
	LASTRADO				AUTOMÓVIL					AÑO
	EMPEDRADO		X		4X4	X				365
	SENDERO		X		TREN					
ACUATICO	MARÍTICO				BARCO					DÍAS AL
					BOTE					MES
	FLUVIAL				CANOA					30
					OTROS					
AÉREO					AVION					HORAS AL
					AVIONETA					
					HELICOPTERO					
A P O Y O	OBSERVACIONES									DÍA

Anexo 14 Ficha de Inventario de la planta turística Ayllu Kawsay

FICHA PARA EL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA		
		FICHA 1
Nombre: Ayllu Kawsay		
ESTABLECIMIENTO	TIPOLOGÍA	CATEGORÍA
Alojamiento	Albergue	Única
		
UBICACIÓN	# DE HAB.	# DE PLAZAS
Provincia: Imbabura Cantón: Cotacachi Parroquia: San Francisco Comuna: Chilcapamba	4	12
SERVICIOS E INSTALACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Agua caliente - Servicio Eléctrico 		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Precio de paquete \$ 28 incluye alojamiento, alimentación, guía 		
CONTACTO		


Anexo 15 Ficha de Inventario de planta turística de Kuri Wasy

FICHA PARA EL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA		
		FICHA 2
Nombre: Kuri Wasy		
ESTABLECIMIENTO	TIPOLOGÍA	CATEGORÍA
Alojamiento	Albergue	Única
		
UBICACIÓN	# DE HAB.	# DE PLAZAS
Provincia: Imbabura Cantón: Cotacachi Parroquia: San Francisco Comuna: Chilcapamba	4	10
SERVICIOS E INSTALACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Agua caliente - Servicio Eléctrico 		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Precio de paquete \$ 28 incluye alojamiento, alimentación, guía 		
CONTACTO		


Anexo 16 Ficha de Inventario de planta turística del albergue 3

FICHA PARA EL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA		
		FICHA 3
Nombre: Albergue 3		
ESTABLECIMIENTO	TIPOLOGÍA	CATEGORÍA
Alojamiento	Albergue	Única
		
UBICACIÓN	# DE HAB.	# DE PLAZAS
Provincia: Imbabura Cantón: Cotacachi Parroquia: San Francisco Comuna: Chilcapamba	3	12
SERVICIOS E INSTALACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Agua caliente - Servicio Eléctrico 		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Precio de paquete \$ 28 incluye alojamiento, alimentación, guía 		
CONTACTO		

Anexo 17 Ficha de Inventario de la planta turística del albergue 4

FICHA PARA EL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA		
		FICHA 4
Nombre: Albergue 4 (Familia Morales)		
ESTABLECIMIENTO	TIPOLOGÍA	CATEGORÍA
Alojamiento	Albergue	Única
		
UBICACIÓN	# DE HAB.	# DE PLAZAS
Provincia: Imbabura Cantón: Cotacachi Parroquia: San Francisco Comuna: Chilcapamba	2	4
SERVICIOS E INSTALACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Agua caliente - Servicio Eléctrico 		
OBSERVACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Precio de paquete \$ 28 incluye alojamiento, alimentación, guía 		
CONTACTO		

Anexo 18 Ficha de Inventario de la planta turística Comedor 1

FICHA PARA EL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA		
		FICHA 5
ESTABLECIMIENTO	TIPO	
Alimentación	Comedor	
		
UBICACIÓN	# Mesas	# Sillas
Provincia: Imbabura Cantón: Cotacachi Parroquia: San Francisco Comuna: Chilcapamba	1 mesa familiar	Capacidad total 18 personas
SERVICIOS E INSTALACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Alimentación (comida típica) - Bebidas típicas 		
OBSERVACIONES		
CONTACTO		

Anexo 19 Ficha de Inventario de la planta turística del comedor 2

FICHA PARA EL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA		
		FICHA 6
ESTABLECIMIENTO	TIPO	
Alimentación	Comedor	
		
UBICACIÓN	# Mesas	# Sillas
Provincia: Imbabura Cantón: Cotacachi Parroquia: San Francisco Comuna: Chilcapamba	1 mesa familiar	Capacidad total 20 personas
SERVICIOS E INSTALACIONES		
<ul style="list-style-type: none"> - Alimentación (comida típica) - Bebidas típicas 		
OBSERVACIONES		
-		
CONTACTO		

Anexo 20 Formato ficha de inventario de atractivos

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS			
MINISTERIO DE TURISMO			
1. DATOS GENERALES			
1.1 ENCUESTADOR:		1.2 FICHA No.	
1.3 SUPERVISOR EVALUADOR:		1.4 FECHA:	
1.5 NOMBRE DEL ATRACTIVO:			
1.6 CATEGORÍA:	1.7 TIPO:	1.8 SUBTIPO:	
2. UBICACIÓN			
2.1 PROVINCIA:	2.2 CANTON:	2.3 PARROQUIA:	
2.4 CALLE:			
3. CENTROS URBANOS MÁS CERCANOS AL ATRACTIVO			
3.1 NOMBRE DEL POBLADO:		DISTANCIA (km.):	
3.2 NOMBRE DEL POBLADO:		DISTANCIA (km.):	
4 CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
C A L I D A D	V A L O R I N T R I N S E C O	ALTURA (m.s.n.m.)	TEMPERATURA :
		PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA:	

CALIDAD	V A L O R E X T R I N S E C O	5. USOS (SIMBOLISMO)		
	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO			
	6.1 ALTERADO	<input type="checkbox"/>	6.2 NO ALTERADO	<input type="checkbox"/>
				6.3 CONSERVADO
	6.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	6.5 EN PROCESO DE DETERIORO	
	6.6 CAUSAS:			
	7. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO			
	7.1 CONSERVADO	<input type="checkbox"/>	7.2 ALTERADO	<input type="checkbox"/>
				NO ALTERADO
7.4 DETERIORADO	<input type="checkbox"/>	PROCESO DE DETERIORO	<input type="checkbox"/>	
CAUSAS:				
ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				

8. INFRAESTRUCTURA VIAL DE ACCESO										
TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD
		BUENO	REGULAR	MALO		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DE ACCESO
TERRESTRE	ASFALTADO				BUS					DÍAS AL
	LASTRADO				AUTOMÓVIL					AÑO
	EMPEDRADO				4X4					
	SENDERO				TREN					
ACUATICO	MARÍTICO				BARCO					DÍAS AL
					BOTE					MES
	FLUVIAL				OTROS					
AÉREO					AVION					
					AVIONETA					
					HELICOPTERO					HORAS AL
OBSERVACIONES										DÍA

A
P
O
Y
O

Anexo 21 Formato ficha de Inventario de la planta turística - alojamiento

FICHA PARA EL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA		
		FICHA
Nombre:		
ESTABLECIMIENTO	TIPOLOGÍA	CATEGORÍA
UBICACIÓN	# DE HAB.	# DE PLAZAS
Provincia: Cantón: Parroquia: Comuna:		
SERVICIOS E INSTALACIONES		
OBSERVACIONES		
CONTACTO		

Anexo 22 Formato ficha de Inventario de la planta turística - alimentación

FICHA PARA EL INVENTARIO DE LA PLANTA TURÍSTICA		
		FICHA
ESTABLECIMIENTO	TIPO	
UBICACIÓN	# Mesas	# Sillas
Provincia:		
Cantón:		
Parroquia:		
Comuna:		
SERVICIOS E INSTALACIONES		
OBSERVACIONES		
CONTACTO		

Anexo 23 Certificado de socialización



COMUNIDAD CHILCAPAMBA

Cotacachi, 4 de Junio del 2016

Certificado

La Comunidad de Chilcapamba, certifica que la Srta. **MARÍA MICHELLE FLORES HARO**, con C.I. 100388264-2, estudiante de la carrera de Ingeniería en Turismo de la Universidad Técnica del Norte, ha realizado la socialización de su trabajo de investigación titulado "Análisis de la oferta y demanda del turismo comunitario de la comunidad de Chilcapamba perteneciente a la parroquia San Francisco, cantón Cotacachi, provincia de Imbabura", al igual que la propuesta "Diseño de una página web para promocionar la oferta turística de la comunidad de Chilcapamba", la información brindada es de gran importancia para llevar a cabo procesos que beneficien al desarrollo local.

Es todo cuanto puedo certificar, quedando autorizada a la interesada a dar uso del presente en lo que ella considere conveniente.

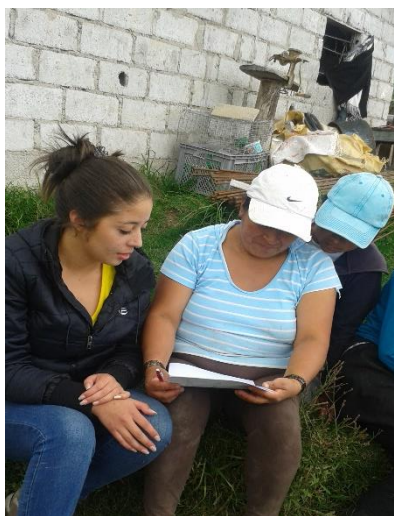
Atentamente,

Antonio Morales

Presidente
Comunidad de Chilcapamba



Anexo 24 Evidencias fotográficas



Encuestas aplicadas



Socialización de la página web