

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

TEMA: FACTORES DE LOCALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MICRO-EMPRESAS TURÍSTICAS Y AGROINDUSTRIALES DE LA PARROQUIA ANGOCHAGUA, PARA EL DISEÑO DE UN CLÚSTER TURÍSTICO.

Trabajo de grado previo a la obtención del título de Ingeniero en la Especialidad de Turismo

AUTOR: Adrián Colimba Oscar Javier

DIRECTOR: MSc. Gabriel Tapia

Ibarra octubre 2015 - julio 2016

RESUMEN

La integración de esfuerzos es el rompecabezas que involucran factores productivos, sociales, culturales, ecológicos, de educación, salud, vivienda, vialidad. Es un todo que origina una sociedad más equitativa y justa. Para el trabajo de grado titulado factores de localización y desarrollo de micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales de la parroquia Angochagua, se identificó como problema el desarrollo de proyectos con visión individual, sin el concepto de integración. El objetivo general de la investigación es Analizar los factores de localización y desarrollo de los micro-emprendimientos turísticos, agroindustriales de la Parroquia de Angochagua, mediante la aplicación de encuestas con la finalidad de diseñar un clúster turístico, que permitan fortalecer los servicios y productos existentes en la misma. Como objetivos específicos se plantean: Describir la situación socio-cultural, Definir las potencialidades turísticas que resalten los recursos naturales y culturales. Identificar los factores de localización y desarrollo, para la propuesta se enfatiza el Diseñar un clúster turístico. Los objetivos específicos antes mencionados se cumplieron por medio de encuestas dirigidas a propietarios de micro-emprendimientos, turistas nacionales y extranjeros y a consumidores de productos agroindustriales, toda la investigación proporciono datos tanto cualitativos y cuantitativos que dan a conocer las comunidades que poseen un alto potencial turístico.

ABSTRACT

The integration of efforts is the puzzle involving productive, social, cultural, ecological, education, health, housing, roads. It is a whole that originates a more equitable and just society. For the degree work titled factors of localization and development of tourist and agroindustrial micro-enterprises of the Angochagua community, the development of projects with individual vision, without the concept of integration, was identified as a problem. The general objective of the research is to analyze the factors of localization and development of the micro-tourist enterprises, agroindustrial of the Community of Angochagua, through the application of surveys with the purpose of designing a tourist cluster, that allow to strengthen the existing services and products that offer. Specific objectives are: Describe the socio-cultural situation, Define tourism potential that highlights natural and cultural resources. Identify the factors of location and development. The proposal emphasizes the design of a tourist cluster. The specific objectives mentioned above were fulfilled through surveys aimed at owners of micro-enterprises, national and foreign tourists and consumers of agroindustrial products, all the research yields both qualitative and quantitative data that the communities that possess a high tourist potential .

AUTORÍA

Yo, **ADRIAN COLIMBA OSCAR JAVIER** con cédula de ciudadanía Nro. 100372956-1, declaro bajo juramento que soy autor exclusivo de la presente investigación titulada **“FACTORES DE LOCALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MICRO- EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS Y AGROINDUSTRIALES DE LA PARROQUIA ANGOCHAGUA, PARA EL DISEÑO DE UN CLÚSTER TURÍSTICO”**, el mismo que se ha consultado en diferentes fuentes bibliográficas y que no ha sido previamente presentado para ningún grado de orden académico o profesional.

De tal manera expreso que el proyecto antes mencionado es de exclusiva responsabilidad del autor.



ADRIAN COLIMBA OSCAR JAVIER

C.C. 100372956-1

ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de trabajo de investigación practico previo a la obtención del título de ingeniero en Turismo sobre el tema: FACTORES DE LOCALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MICRO-EMPREDIMIENTOS TURÍSTICOS Y AGROINDUSTRIALES DE LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA, PARA EL DISEÑO DE UN CLÚSTER TURÍSTICO, del señor, Adrian Colimba Oscar Javier egresado de la universidad Técnica del Norte, Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas; me permito notificar que dicho informe de investigación reúne los requisitos y méritos a la evaluación y asigno la nota de 9; y al mismo tiempo me permito sugerir a los señores miembros del tribunal: MSC Javier Chandi; MSC Victoria Ruiz; MSC Raúl Cevallos.

Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte

Ibarra, 19 de Diciembre del 2018



MSC. Gabriel Tapia

DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

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

Yo, **ADRIAN COLIMBA OSCAR JAVIER**, con cédula de identidad Nro. 100372956-1, 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: **“FACTORES DE LOCALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MICRO-EMPRESARIOS TURÍSTICOS Y AGROINDUSTRIALES DE LA PARROQUIA ANGOCHAGUA, PARA EL DISEÑO DE UN CLÚSTER TURÍSTICO”**, que ha sido desarrollado para optar por el título de Ingeniera en Mercadotecnia, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

EMAIL: adrian.oscar48@gmail.com

Ibarra, 19 de Diciembre del 2016

TELÉFONO: 0979829810
MÓVIL:

DATOS DE LA OBRA

TÍTULO: **“FACTORES DE LOCALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MICRO-EMPRESARIOS TURÍSTICOS Y AGROINDUSTRIALES DE LA PARROQUIA ANGOCHAGUA, PARA EL DISEÑO DE UN CLÚSTER TURÍSTICO”**

ADRIAN COLIMBA OSCAR JAVIER

FECHA: 2016-12-19

SOLO C.C. 100372956-1 DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica de Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DEL CONTACTO			
CÉDULA DE CIUDADANÍA:	100372956-1		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Adrian Colimba Oscar Javier		
DIRECCIÓN:	Comunidad la Cadena		
EMAIL:	adrian.oscar46@gmail.com		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0979629910
DATOS DE LA OBRA			
TÍTULO:	"FACTORES DE LOCALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MICRO-EMPRESARIOS TURÍSTICOS Y AGROINDUSTRIALES DE LA PARROQUIA ANGOCHAGUA, PARA EL DISEÑO DE UN CLÚSTER TURÍSTICO".		
AUTORA:	Adrian Colimba Oscar Javier		
FECHA:	2016-12-19		
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO			
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO		
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería en Turismo		
ASESOR/DIRECTOR:	MSc. Gabriel Tapia.		

2. AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, **ADRIAN COLIMBA OSCAR JAVIER**, con cédula de identidad Nro. 100372956-1, en calidad de autor 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.

3. CONSTANCIAS

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

Ibarra, 19 de Diciembre del 2016

AUTOR:



ADRIAN COLIMBA OSCAR JAVIER

C.C. 100401771-9

DEDICATORIA

La investigación está dedicada a los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales al esfuerzo y el sacrificio de todos los que creemos en la integración en el trabajo conjunto en el adelanto y el porvenir de una sociedad más justa y equitativa. A nuestros líderes y lideresas como monseñor Leónidas Proaño a Dolores Cacuango y Transito Amaguaña quienes lucharon por los más reprimidos, ante una sociedad que en su momento estaba lleno de injusticias y perjuicios. Sin dejar de lado a las montañas, plantas a este hermoso planeta que impregno en mi un compromiso de lucha y de esperanza por mi etnia, mi pueblo y mi país.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primeramente a mi abuelo Gonzalo quien dejo ya de existir quien deposito toda la confianza en mí, brindándome sus sabios consejos. A la abuelita la cual transmitió su conocimiento de plantas medicinales, mi madre y toda mi familia por estar con migo en los momentos más duros y más alegres de mi vida. En el ámbito educativo como no agradecer a la universidad a los catedráticos de la carrera de turismo por compartir sus conocimientos.

ÍNDICE

RESUMEN	i
ABSTRACT	iii
AUTORÍA	iv
ACEPTACIÓN DEL TUTOR	v
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vi
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE	xi
INTRODUCCIÓN	xv
CAPÍTULO I	17
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	17
Antecedentes	17
Planteamiento del Problema	19
Formulación del Problema	20
Delimitación	20
Unidades de observación	20
Delimitación espacial	20
Delimitación temporal	21
Objetivos	21
Objetivo General	21
Objetivos específicos	21
Justificación	21
CAPÍTULO II	23
MARCO TEÓRICO	23
Fundamentación Teórica	23
Desarrollo	23
Desarrollo Humano	24
Localización	33

Cultura	37
Patrimonio	40
Turismo	45
Micro-emprendimientos	49
Parroquia de Angochagua.....	56
Clúster turístico	59
Beneficios del clúster	60
Producto turístico	61
CAPÍTULO III	62
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	62
Tipo de Investigación:	62
Investigación de campo.....	62
Investigación documental	64
Investigación bibliográfica	65
Descriptiva	65
Exploratoria	66
Métodos	67
Método Analítico.....	67
Método sintético	67
Técnicas.....	68
Encuesta	68
Población.....	68
Muestra:	70
CAPÍTULO IV.....	72
Análisis e interpretación de resultados.....	72
Análisis sociocultural	73
Resultados potencial turístico.....	73
Factores localización y desarrollo de los micro-emprendimientos.....	74
Análisis de las encuestas.	76
Discusión de resultados	152
CAPÍTULO V.....	156
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	156

Conclusiones	156
Recomendaciones	157
CAPÍTULO VI.....	158
PROPUESTA ALTERNATIVA	158
Título de la propuesta	158
Justificación e Importancia.....	158
Fundamentación	159
Objetivos.....	160
Ubicación Sectorial y física	161
Desarrollo de la Propuesta	163
Potencialidades naturales.....	163
Potencialidades culturales	172
Comunidad de Zuleta.....	173
Georreferenciación de micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales de la parroquia.....	181
Diagrama del clúster turístico.....	196
Organización clúster	197
Impactos	198
Difusión.....	199
Bibliografía.....	199
Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Angochagua cantón Ibarra provincia de Imbabura.	219
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE	224
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS	224
INGENIERÍA EN TURISMO.....	224
Encuesta dirigida a consumidores de productos agroindustriales de la parroquia de Angochagua cantón Ibarra provincia de Imbabura.	224

Índice de tablas

Tabla 1 Alternativas de desarrollo	30
Tabla 2 Evaluación de factores	37
Tabla 3 Nacionalidades del Ecuador	44
Tabla 4 Descripción general de la parroquia	57
Tabla 5 Micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales	69
Tabla 6 Potencialidades turísticas	74
Tabla 7 Hospedaje y restaurantes	181
Tabla 8 Tiendas de artesanías	183
Tabla 9 Micro-emprendimientos agroindustriales	185
Tabla 10 Hospedaje comunidad la Magdalena	187
Tabla 11 Talleres artesanales la Rinconada	189
Tabla 12 Micro-emprendimientos agroindustriales la Rinconada	190
Tabla 13 Museo de sitio Samay Huasi	192
Tabla 14 Clúster turístico	194

INTRODUCCIÓN

El turismo es la actividad que dinamiza las economías locales, regionales, nacionales y mundiales brindando la oportunidad de conocer atractivos naturales y culturales que son parte de la identidad de un determinado país.

Para que el turismo se convierta en un servicio de calidad y genere ingresos primero debe cumplir una serie de factores tanto decisivos, importantes y deseables permitiendo la conveniencia de los recursos naturales y culturales de manera equilibrada.

La presente investigación se basa en los factores de localización y desarrollo de micro- emprendimientos turísticos y agroindustriales de la parroquia Angochagua, para el diseño de un clúster turístico. Donde se identificó que las comunidades de Zuleta, la Magdalena, Rinconada y Angochagua poseen un potencial turístico y que si se logra integrar a las tres, servirán como ejemplo para que las demás comunidades se organicen y empiecen a ser partícipes en el ámbito turístico.

Este trabajo pretende dar a conocer a los interesados su contenido con la finalidad de desarrollar diferentes proyectos con visión innovadora y sobre todo de trabajo integrado ser una guía en la cual puedan analizar y sacar conclusiones propias y ser críticos con argumentos.

Encadenando los diferentes capítulos temas y subtemas ponemos a consideración las partes de la presente investigación:

Capítulo I: parte esencial del cual se derivan la investigación compuesta por antecedente, planteamiento del problema, formulación del problema, delimitación, objetivos generales y específicos, justificación.

Capítulo II marco teórico involucra el conocimiento y la aplicación de diferentes teorías y conceptualizaciones de libros, revistas, artículos científicos e información proporcionada por los distintos organismos gubernamentales el cual se utilizó para formar la estructura teórica la cual es esencial para el desarrollo de la misma.

Capítulo III metodología de la investigación: aquí se describen los métodos y técnicas e instrumentos utilizados para analizar y conocer de manera técnica los resultados, permitiendo el desarrollo de la propuesta alternativa.

Capítulo IV se revela el análisis e interpretación de los datos conseguidos en las encuestas dirigidas a propietarios de micro-emprendimientos tanto turísticos como agroindustriales, turistas nacionales y extranjeros y a consumidores de productos agroindustriales.

Capítulo V conclusiones y recomendaciones se establecieron mediante los resultados de la investigación y los objetivos planteados.

Capítulo VI propuesta alternativa se da a conocer el diseño de un clúster turístico para el fortalecimiento de los servicios y productos existentes en la parroquia de a Angochagua.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 Antecedentes

La industria turística perteneciente al sector terciario, comprometido con la prestación de servicios tales como alimentación y hospedaje, incorporadas con las agencias de viajes y el transporte de pasajeros, complementadas con la venta de artesanías, apoyado por otros sectores de la cadena productiva. Han jugado un rol muy importante en la generación de ingresos y empleo. En el país se han establecido diferentes emprendimientos entre ellos grandes medianos y pequeños, micro-emprendimientos que han sido los pilares fundamentales para el desarrollo económico.

Los micro-emprendimientos turísticos pertenecientes al conjunto de unidades dedicadas a la prestación de servicios y venta de productos que disponen de infraestructura, talento humano y están legalmente constituidas por una persona natural o jurídica que tiene como objetivo generar empleo, posicionarse en el mercado y obtener utilidad. Siendo un ente que colabore con el desarrollo sustentable local nacional y regional.

En la Parroquia de Angochagua las principales actividades económicas están vinculadas directamente con la agricultura, ganadería, artesanías y turismo. Los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales que se localizan en esta zona se conformarán

mediante un clúster, vinculadas con el sistema económico productivo de la parroquia, compuesta con potenciales atractivos naturales, como también la presencia de la etnia indígena con sus diferentes manifestaciones culturales.

Por las potencialidades que presenta la parroquia es indispensable integrar a los micro-emprendimientos para el diseño de clúster turístico el cual permitirá desarrollar de manera sustentables y conseguir posicionarse y obtener competitividad en el mercado turístico (Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial Angochagua ,2010).

Un claro modelo del trabajo conjunto y la integración con entidades públicas, privadas son fundamentales para un excelente funcionamiento y desempeño se destaca en los Cabos este proyecto inicio en 1969, contribuyendo el tercer centro turístico integralmente planeado en México el programa incluyó a San José del Cabo, Cabo San Lucas y un corredor de 33 km que unió a las dos ciudades el plan de desarrollo se fundamentó en cinco grandes elementos:

- Suficiente disponibilidad de agua potable para soportar la demanda del nuevo centro turístico.
- Competitividad de sus recursos naturales: desierto, montaña, mar y variedad de flora y fauna.
- Existencia del poblado de San José del Cabo como facilitador del proyecto debido a sus dimensiones, características y equipamiento, además de la disponibilidad de la población para integrarse al desarrollo turístico.
- Cercanía con California (EE.UU.A), principal región emisora de turistas a la zona de influencia de Los Cabos.
- Disponibilidad de infraestructura turística.

La base inicial de la oferta en Los Cabos consistió en turismo de sol y playa y pesca deportiva para el mercado internacional

(90%) y nacional (10%), de esta forma, dentro del Plan Maestro se consideró la construcción de obras de infraestructura básica, urbanización y equipamiento turístico-urbano la dotación servicios extendió sus beneficios a la población residente en Los Cabos (SECTUR, 1999).

1.2 Planteamiento del Problema.

Los factores de localización y desarrollo que limitan a los micro-empresarios turísticos y agroindustriales a promover el turismo en la Parroquia de Angochagua son originados por el desarrollo de proyectos con visión individual, sin el concepto de integración.

La inadecuada participación y ganancia en el sector turístico y agroindustrial, el escaso interés de los inversionistas de trabajar con los habitantes de la parroquia.

Atractivos turísticos de importancia local en manos de la propiedad privada, limitada infraestructura en algunas de sus comunidades, presupuesto público limitado para proyectos turísticos, escaso conocimiento sobre el manejo adecuado del turismo, inadecuado manejo de la gestión empresarial.

Difusión insuficiente sobre los recursos turísticos de la parroquia, desorganización y falta de interés de entidades públicas en temas de desarrollo turístico y agroindustrial que fortalezca e integre a todos los sectores públicos y privados con la finalidad de promover el turismo.

Todas las dificultades mencionadas traen consigo muchas complicaciones en el ámbito de promover e integrar y fortalecer el turismo, la pérdida de identidad cultural de la parroquia, la destrucción de los atractivos naturales, el cierre definitivo de los micro-empresarios turísticos y agroindustriales existentes.

En la parroquia existen diferentes asociaciones vinculadas a un sistema económico las cuales han originado el trabajo individual por parte de cada una de las asociaciones dependiendo a sus respectivas actividades productivas.

1.3 Formulación del Problema.

¿Cuáles son los factores de localización y desarrollo que limitan a los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales a promover el turismo en la Parroquia de Angochagua?

1.4 Delimitación

1.4.1 Unidades de observación

Como unidades de observación se tomará en cuenta al GAD parroquial de Angochagua (Gobierno Autónomo Descentralizado) y los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales también las diferentes asociaciones existentes. Además los atractivos naturales y culturales existentes en la misma.

1.4.2 Delimitación espacial

La investigación se llevará a cabo en la:

Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

En la Parroquia Rural de Angochagua ubicada en el suroriente de la provincia de Imbabura y al sur del Cantón de Ibarra, cuya superficie es de 12.392 hectáreas. Conformada por sus comunidades: Magdalena, Rinconada, Angochagua, Chilco, Zuleta y Cochás.

1.4.3 Delimitación temporal

La siguiente investigación se desarrolló desde el mes de febrero del 2015 hasta julio del 2016.

1.5 Objetivos.

1.5.1 Objetivo General

Analizar los factores de localización y desarrollo de los micro-emprendimientos turísticos, agroindustriales de la Parroquia de Angochagua, mediante la aplicación de encuestas con la finalidad de diseñar un clúster turístico.

1.5.2 Objetivos específicos

- Describir la situación socio-cultural de la parroquia de Angochagua.
- Definir las potencialidades turísticas que resalten los recursos naturales y culturales de la Parroquia de Angochagua.
- Identificar los factores de localización y desarrollo de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales existentes de la parroquia de Angochagua.
- Diseñar un clúster turístico para la agrupación de micro-emprendimientos turísticos, agroindustriales de la parroquia.

1.6 Justificación

El desarrollo de la actual investigación posee como base el análisis de los factores de localización y desarrollo de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales de la Parroquia de Angochagua con el objetivo de diseñar un clúster turístico el cual

consolide, fortalezca y articule, a los micro-emprendimientos y sobre todo promueva el turismo, aprovechando de una manera responsable sus atractivos naturales, y culturales integrándolos y generando el fortalecimiento de la matriz productiva de la parroquia, llevándola hasta el punto de competitividad en el mercado global mediante la incorporación de valor agregado siendo esta la distinción.

Los potenciales turísticos que posee esta parroquia desempeñan un papel fundamental en el desarrollo, para ello se requiere la cooperación del Gobierno Autónomo Descentralizado de la Parroquia de Angochagua como ente responsable de la gestión y desarrollo local fortaleciendo alianzas con instituciones públicas como privadas y gestionando recursos, ayuda técnica que beneficien a todos los actores del turismo.

En el ámbito educativo difundir la investigación realizada para posibles nuevas investigaciones en el campo turístico y poder generar nuevos proyectos que ayuden al desarrollo de la misma. Así también para la toma de decisiones de los GAD.

Por lo antes mencionado cabe indicar que los beneficiarios son los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales pertenecientes a toda la parroquia de Angochagua, con la investigación se abre un camino para que las comunidades indígenas fortalezcan sus organizaciones y promuevan el trabajo en conjunto y mejora empresarial.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Teórica.

2.1.1 Desarrollo

El desarrollo toma auge con la finalización de la segunda guerra mundial. Donde los países dependen del crecimiento económico generados directamente de los bienes y servicios, surgiendo así diversos modelos los cuales se usaban de ejemplo para los países en vías de desarrollo, con la ayuda de la oferta de bienes y servicios, donde el mercado es la principal fuente de crecimiento económico.

La economía de un país hasta la actualidad es medida por el PIB (Producto Interno Bruto) importaciones, exportaciones, inversiones, en el caso de los países en vías de desarrollo la principal forma de mantener este PIB es mediante las exportaciones de materia prima mientras los países desarrollados o industrializados adquieren y transforman la materia prima en productos elaborados los cuales son ofertados a los países en vías de desarrollo, es por este motivo que se habla que el mercado es el poder ya que estos países desempeñan un papel global en el ámbito político económico, cultural, religioso, militar y de otras índoles.

Para lo cual se cita el concepto mencionado por el Grupo Permanente de Trabajo sobre Alternativas al Desarrollo (P.D.T.S.A.).

Grupo, P. D. T. S. A. (2012) “manifiesta que el subdesarrollo no es una fase previa al desarrollo si no que es producto del desarrollo interviniendo directamente el colonialismo y el imperialismo” (p.24)

Díaz y Escárcega (como se cita en Schumpeter, 1975) Dice que el: “desarrollo se define por la puesta en práctica de nuevas combinaciones. Este concepto abarcan cinco aspectos que se relacionan entre sí:1) La introducción de un nuevo bien o de una nueva calidad de un bien. 2) La introducción de un nuevo método de producción [...] 3) La introducción de un nuevo mercado [...] 4) La conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materia prima o de bienes semi-facturados [...] 5) La creación de una nueva organización de cualquier industria”.

Desde el punto de vista critico el desarrollo es la integración de esfuerzos políticos, empresas públicas, privadas ONG'S y la sociedad en general que buscan como objetivo remediar las brechas de inequidad, generando oportunidades para todos los sectores económicos con la finalidad de reducir la pobreza, promover la protección del ambiente, además la revalorización cultural.es decir un mayor bienestar social y una calidad de vida donde el ser humano sea la base primordial.

2.1.1.1 Desarrollo Humano

Millán (como se cita en MAEC, 2013) El desarrollo humano es aquel que sitúa a las personas en el centro y las hace protagonistas de su propio proceso de desarrollo, basándose en un enfoque de derechos humanos [...] Es la garantía del pleno ejercicio de los derechos fundamentales, pero también medios materiales, ingresos y riqueza, oportunidades, acceso a servicios de educación o salud, es poder expresarse en democracia y tener seguridad, por vivir en

un medio ambiente sano alrededor, y es también confianza y autoestima en el propio proyecto vital.

Lo citado en MAEC (Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación) desde la perspectiva el desarrollo humano es lo que nos hace libres, decidir que queremos y a que obedecemos, que buscamos como objetivo principal el cumplimiento de los derechos y obligaciones como parte central del funcionamiento de una sociedad.

Democracia participativa

Es buscar el camino de la equidad, oportunidad, toma de decisiones conjuntas para beneficio de la sociedad, para que las personas que menos poseen. Puedan acceder a diferentes instituciones públicas que permitan desarrollar su potencial, así también como velar por la seguridad y la salud de la sociedad, también las empresas privadas aporten creando empleo, mejorando la calidad de vida (Ahedo, 2008).

Por el concepto antes mencionado el desarrollo humano es muy complejo por lo cual es necesario identificar cinco dimensiones:

- Potenciación: referida a las necesidades básicas como también a ser partícipe de la toma de decisiones de un conglomerado humano fundamentalmente a la forma de relacionarse con otras personas.
- Identidad: referida al lugar de procedencia con sus diferentes manifestaciones culturales, es la cohesión social.
- Equidad: distribución de recursos con la finalidad de remediar las brechas entre ricos y pobres.

- Seguridad: contempla el derecho a todas las posibilidades de que el ser humano pueda canalizar o alcanzar para su beneficio.
- Sustentabilidad: manejo adecuado los recursos aprovechables, con el objetivo de no deteriorarlos y preservar para las generaciones futuras.

2.1.1.2 Desarrollo sustentable

Empieza a tomar fuerza en la década de los sesenta con la aparición de movimientos sociales y culturales preocupados por las problemáticas suscitadas en el mundo. En 1968 el Club de Roma reunió a diferentes científicos, académicos, sociólogos, políticos con el afán de analizar las modificaciones que ocurrían con el medio ambiente ya que a su vez estaba afectado la calidad de vida de la sociedad mundial todo esto se realizó con el objetivo de que los políticos tomen cartas en el asunto (Díaz y Escarcega, 2009).

Díaz y Escárcega (como se cita en Bell y Morse, 2003) dentro de la definición de desarrollo sustentable ya no se habla de elemento individual sino más bien a escala global, en definitiva todos estas involucrados sin importar el lugar de origen y cuáles son las actividades que realicen para cubrir sus necesidades, es un enfoque multidisciplinario por que engloba la economía, la cultura, la sociedad, la utilización de sus recursos entre otros.

La WCED (Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y Desarrollo) destacan combatir la pobreza y re direccionar un nuevo modelo de desarrollo económico el cual respete al medio ambiente, partiendo de esta pequeña introducción la comisión define:

Petit (como se cita en WCED, 1988) "es el desarrollo que satisface las necesidades de la generación presente sin

comprometer la capacidad de las generaciones futuras de satisfacer sus propias necesidades".

El desarrollo permite englobar recurso con la finalidad de proteger lo que genera la vida en este planeta, siendo indispensable para la subsistencia de las generaciones venideras. Permitiendo un proceso de cambio en todas las estructuras sociales, políticas culturales y sobre todo ambientales.

Indicadores de sustentabilidad

El indicador es más que datos cuantitativos, es una variable que ayuda a considerar asuntos de mayor realce a nivel de un sistema y tiene como objetivo indicar un fenómeno que puede suceder en un límite de tiempo (Gallopín, 2006).

Formar un método de indicador permite a las autoridades competentes, organizaciones públicas y privadas, comunidad tomar medidas sobre la problemática ambiental evaluar la calidad de los recursos para que estos no puedan originar efectos en la población (Quiroga y Martínez, 2002).

Es de suma importancia que los indicadores tienen que realizarse de acuerdo al inconveniente establecido en una zona geográfica siguiendo los lineamientos generales, ya que si no se sigue el debido proceso se manifiesta el peligro de que los datos no estén de acuerdo a la problemática local, en el transcurso de que no se pueda obtener un indicador cuantificable que muestre los sucesos es necesario valerse de la valoración cuantitativa (Gómez y Orea, 2003).

Existen diversos marcos y estructuras de análisis para un sistema de indicadores los más utilizados ya que estudian con mayor detalle las causas y los efectos son:

➤ **El modelo PER (Presión-Estado-Respuesta)**

Este patrón opina que las acciones humanas ejecutan amenaza sobre el ambiente y los recursos naturales y que está a su vez registra cambios en los agentes económicos y medio ambientales para lo cual las medidas implantadas son importantes de acuerdo a los hogares, empresas, internacionales, tomen medidas que permitan mantener el equilibrio ecológico y pueden manejar de una manera responsable los recursos para satisfacer las necesidades humanas.

➤ **Modelo FPEIR (Fuerzas Motrices-Presión-Estado-Impactos-Respuesta)**

Los indicadores de fuerzas motrices tienen que ver con el desarrollo social demográfico y social en definitiva con las actividades humanas ya que estas ejercen cambios en las condiciones ambientales, a su vez el estado proporciona datos cualitativos y cuantitativos de acuerdo a los fenómenos físicos, biológicos y químicos para lo cual los impactos son usados para describir los cambios ocasionados en el ambiente esto nos ayuda a tomar decisiones ya sean estas políticas, sociales para prevenir, compensar o mitigar los impactos que se han generado por las actividades humanas (Gómez y Escárcega ,2009).

Estos modelos permitieron formular preguntas en las encuestas realizadas dando a conocer el desarrollo de cada una de las comunidades que comprende la parroquia y verificando si todas cuentan con los servicios básicos de calidad. Como

también estudiar a la población en sus diferentes ámbitos tanto productivos, culturales, sociales y ambientales.

Tecnología y producción limpia

Cesaroni y Arduini(2001) Implica cambios de origen en la producción y los productos, una tecnología limpia es la que al ser aplicada no produce efectos colaterales al equilibrio de los recursos naturales y que busca al menos reducir los posibles impactos generados por la producción de diferentes bienes o servicios de acuerdo a la magnitud de afectación.

(Pareja, López, Arroyave y Pérez, 2010) mencionan que La Agenda 21 dio paso a un proceso mundial encaminado a la elaboración más limpia, conjuntamente con las Naciones Unidas para el Medio Ambiente, para la aplicación continua de una maniobra ambiental protectora y formada para los procesos, productos y servicios, de manera que se aumente la eficiencia y se compriman los peligros ambientales los cuales puedan afectar al ser humano.

2.1.1.3 Desarrollo local

El desarrollo local se basa en solucionar los problemas que afectan a un espacio geográfico establecido, de acuerdo a su situación actual; donde los actores serán los beneficiados ya que se cumple con las expectativas y se satisfacen las necesidades de la población sean estas económicas, decisiones políticas, ambientales, socioculturales, para ello el trabajo en conjunto el esfuerzo mutuo tiene mucho que ver con el desenvolvimiento de las actividades humanas y su respectiva participación en el cambio , la innovación

con la finalidad de obtener una distinción entre los demás países. Para ello se mencionan varios conceptos.

Desde la perspectiva humana en la actualidad el mercado ha generado grandes brechas haciendo creer que se necesitará más y más esta actitud llevará hasta el punto de endeudamiento en cosa que realmente no ayudarán a sobrevivir, el modelo de desarrollo y de consumo ha incidido mucho en la humanidad ocasionando despilfarro por las más opulentas sociedades occidentales, dependientes del mercado y la competencia esclavizándonos psicológicamente.

Diferencias de perspectivas convencionales y alternativa de desarrollo

Tabla 1:

Alternativas de desarrollo

Perspectiva convencional	Perspectiva alternativa
Lineal	No lineal
Uniformidad	Diversidad
Limitación	Innovación
Anti-tradicional	Pro-tradicional
Estructura	Acción humana
Corto plazo	Largo plazo
No-histórica	Histórica
Capital físico	Capital social

En un mundo globalizado la humanidad no vela por beneficios sociales más bien a desencadenando divisiones y separaciones que debilitan toda la estructura organizativa, por este motivo se plantea una alternativa que fortalezca las cadenas productivas del sector turístico y todo lo que conlleva esta área. Para ello se muestra una perspectiva alternativa que fortalezca el desarrollo de

pueblos y comunidades que han visto en el ámbito productivo una nueva forma de crecer.

Agente de desarrollo local

Es un activista también un analista es la persona que trata de dar propuestas para solucionar problemas es un excelente líder que vela por todos tiene un gran conocimiento y sobre todo capaz de transformar las potencialidades en beneficio local.

Burbano y Arizaldo (como cita en Gallicchio, parr 4) entiende por “actor local a todo aquel individuo, grupo u organización, cuya acción se desarrolla dentro de los límites de la sociedad local”.

En el concepto citado claramente da a conocer sobre todo la parte democrática al elegir un líder quien proponga soluciones y las realice. Que sean visibles ante la sociedad, tomando en cuenta a los mandantes al pueblo y trabajando con el pueblo y para el pueblo.

2.1.1.4 Desarrollo turístico

Wallingre (como se cita en Pearce, 1991) en el caso del turismo, “el desarrollo puede definirse como la provisión y el mejoramiento de instalaciones y servicios idóneos para satisfacer las necesidades del turista, y definidos de una manera más general, puede también incluir los efectos asociados, tales como la creación de empleos o la generación de ingresos” (p.237).

Wallingre referencia en la manera de como este pilar fundamental del desarrollo debe estar preparado para un sinnúmero de procesos que pueda ocurrir, en un determinado tiempo o lugar y las medidas

que puedan tomar para que no se vean perjudicadas y cumplan con las expectativas, necesidades que requieren diferentes segmentos turísticos, tomando en cuenta que la materia prima con que se cuenta son los atractivos turísticos, manifestaciones culturales las cuales brindan un realce significativo y hace la diferencia ante otros lugares o espacios geográficos. De manera general provoca un encadenamiento productivo y esta a su vez desencadena muchos beneficios nacionales contribuyendo al PIB, a la inversión de nuevas fuentes de desarrollo.

Enfoque del desarrollo global turístico

Se da cuando la actividad beneficia con mayor medida a la comunidad es decir su enfoque no es excluyente es más bien incluyente esto conlleva a que exista mayor equidad social. Todo el conjunto con que se trabaja el recurso humano, el patrimonio, la infraestructura, superestructura, los servicios, ase que la calidad de vida de una determinada comunidad mejore sustancialmente (Wallingre, 2009).

Destino turístico

Para definirse como destino turístico es necesario reunir varios aspectos fundamentales como homogeneidad de recursos, permitiendo definir las características geográficas, instituciones que permitan el desarrollo del producto turístico así también disponer de la infraestructura turística que tengan como objetivo satisfacer las necesidades de la demanda, asumiendo que el turista no solo quiere viajar a dormir en un buen hotel o transportarse en un auto de lujo si no lo que motivan al turista es visitar los atractivos turísticos existentes en la naturaleza ya que estos son la esencia (Willingre, 2011).

Un destino turístico es considerado como una zona geográfica definida hacia el cual la gente viaja para visitar algunas atracciones o lugares de interés (Leiper, 1995).

2.1.2 Localización

Las nuevas preferencias de la demanda abre un sin número de abanicos en donde se desarrolla el campo turístico

Valldepére (como se cita en Chhetri y Arrowsmith ,2008) al analizar la gama de oportunidades de ocio en ambientes naturales afirmaron que el potencial del turismo puede verse afectado por la distribución espacial de los lugares de interés y su accesibilidad a los visitantes. Esto es parcialmente debido a que las zonas donde las atracciones turísticas están dispersas espacialmente requieren tiempos de viaje relativamente más largos entre los lugares de interés que aquellas áreas con una mayor concentración de atractivos. Esto es particularmente importante para los viajes de corta duración, como las visitas de un día (p.86).

Lo citado en el párrafo anterior considera que la localización es un aspecto de suma importancia, de ello depende la rentabilidad futura del proyecto, se estudia los polos de sectores aledaños con la finalidad planificar de mejor manera que es lo que se puede hacer y hasta donde se puede apuntar. La base fundamental son los atractivos turísticos, ya que en zonas geográficas pequeñas se encuentra gran diversidad de ofertas de acuerdo a las actividades que más se destaquen en la zona o el espacio estudiado.

2.1.2.1 Factores de localización

Los lugares turísticos no solo dependen de la calidad, esencia o belleza paisajística de los recursos, sino también del motivo que impulsa a los turistas a visitar el lugar. Para ello se debe disponer de factores que ayuden a su vista en el contexto de la localización se tiene en cuenta el inventario turístico en las áreas de influencia o zona de estudio considerando todas las facilidades y los servicios con que disponen los alrededores de la zona. Permitiendo la coexistencia fundamental para el desarrollo y el aprovechamiento sustentable de los atractivos y sobre todo abriendo nuevas alternativas económicas que permitan generar un beneficio mutuo (Cárdenas, 2009).

Para ello se tiene que considerar dentro de la productividad de la localización lo siguiente:

Factores decisivos de la localización

- Existencia de vías de comunicación: son la unión entre dos puntos, es un puente que une diferentes sitios geográficos permite realizar diferentes actividades como el transporte de pasajeros aumento en la productividad, turismo contribuyendo al desarrollo integral.
- Atractivos turísticos: son el conjunto de elementos tangibles intangibles susceptibles al cambio, los cuales se dividen en dos grupos atractivos naturales y atractivos culturales estos a su vez se subdividen en diferentes categorías. es esencialmente la materia prima para que exista la actividad turística, también se habla que es susceptible ya que interactúa con otros elementos como la infraestructura y la

superestructura turística teniendo como resultado un producto turístico basado en prestación de servicios.

- Distancia que separan de los centros urbanos: interviene considerablemente ya que existen diferentes fuentes de recursos y se realizan diferentes actividades las cuales al realizar el intercambio entre dos puntos permiten satisfacer las necesidades que cada uno de ellos posee.
- Disponibilidad de servicios básicos: tales como agua, luz eléctrica, telefonía, internet son la fortaleza para que otras actividades se desarrollen y estas a su vez presten un servicio de calidad.
- Calidad de los desarrollos circunvecinos: permite realizar estudios para verificar el atributo de vida de la población, proyectando una información de suma importancia. Útil para el estudio de mercado.
- Condiciones sociales y condiciones de salubridad: permite diagnosticar y pronosticar la realidad económica social del área.

Son considerados factores decisivos por la razón que si falta una de ellas la productividad es nula o no exista. La calidad de vida de los habitantes se verá afectada por la aparición de un sinnúmero de necesidades que van apareciendo con el aumento de la población.

En la investigación se adaptaron todos los factores decisivos de localización ya que cada uno de ellos muestran la factibilidad de que esta parroquia sea considerada un potencial turístico, y permita establecer con mayor claridad las comunidades que pueden adaptarse al clúster mientras en las restantes puedan complementar todos estos factores .

Factor importante

- Proximidad de las vías principales: garantizan que los emprendimientos turísticos tengan mayor visibilidad originando la curiosidad del turista por visitar y requerir de sus servicios. En el caso los proyectos que se encuentran más alejados de las vías principales necesitaran tomar medidas como por ejemplo mayor publicidad, re direccionar su segmento y sobre todo destacarse en la diversificación de actividades.

Factores deseables

- Disponibilidad de recursos turísticos altamente competitivos y talento humano: ya sean tangibles, intangibles los atractivos turísticos estos deben localizar varios puntos estrellas los cuales motiven al turista a visitar y a su vez estén administrados por un talento humano capaz de generar réditos económicos a favor de toda una población (Cárdenas, 2009).

2.1.2.2 Evaluación de factores

Cárdenas (2009) plantea que los factores decisivos se les asignan una ponderación del 60% dentro de la evaluación total, con una máxima de 60 puntos. Los factores importantes se evalúan en un 30% con una máxima de 25 puntos y finalmente los factores deseables les corresponden una ponderación del 10% con un máximo de 15 puntos. Los límites para efectuar la evaluación individual de cada factor van desde 0 hasta 5 puntos (p.25).

Puntos	Significados del factor
0	inexistente
1	pobre
2	regular
3	bueno
4	excelentes
5	optimo

Luego de realizar la suma se podrán establecer comparaciones cuantitativas. La base final se obtiene mediante la base en los siguientes criterios.

El reconocimiento de la puntuación debe efectuarse por comunidades y evaluarlas luego a cada una de ellas para tener el resultado y planificar soluciones.

Tabla 2:

Evaluación de factores

Ubicación	Puntuación total
Descartable	0-15
Malo	16-35
Regular	36-55
Bueno	56-75
Excelente	76-95
Optimo	96-100

Fuente: (Cárdenas, 2009).Proyectos turísticos localización e inversión.

Elaboración: propia

2.1.3 Cultura

Las diferentes expresiones, manifestaciones sean artísticas, de la vida cotidiana de los reglamentos internos, cosmovisiones de ver e interactuar con el entorno genera que el ser humano actúe participe dentro de una sociedad, pero los cambios progresivos marcan pautas en el comportamiento humano y esto desencadena que la cultura siga mostrándose o desaparezca. En las sociedades antiguas la cultura interactuaban atreves de la comunicación entre los ancianos y ancianas sabios, niñas y niños coexistiendo como una escuela donde no existían ni cuadernos, libros, internet donde el conociendo era importante para la supervivencia de su tribu, comunidad o comarca en la que aprendían como cazar como

sembrar, con que plantas curarse y como se debe regir dentro de la sociedad.

Martínez y Ojeda (2010,p.17) plantea que cultura es “el sistema integrado de pautas de conducta aprendidas que no son fruto de la herencia biológica .es, en conjunto, el resultado de la invención social y transmitida y conservada solo a través de la comunicación y el lenguaje”.

El siguiente concepto manifiesta que la cultura es un todo e interactúa con diferentes manifestaciones y expresiones del ser humano y su entorno, dando como resultado el crear o creer en nuevas ideas en el cual se destaque y se diferencien entre determinados grupos sociales donde lo principal ha sido transmitir el conocimiento de padres a hijos por medio del conocimiento para que este siga presente en un determinado lugar y espacio.

2.1.3.1 Origen

Desde la aparición del hombre en la tierra, este ha forjado varios cambios entre ellos evolutivos y organizativos los cuales han permitido que el ser humano sobreviva, busque e ingenie un sinnúmero de condiciones necesarias para su supervivencia, agrupación y transformación social. En sus inicios el hombre fue nómada recolector de frutos silvestres y dedicados a la caza de animales los cuales servían de alimento, la agricultura fue parte fundamental en el ser humano dejando de ser nómada y dando un gran salto al sedentarismo ya no fue necesario recorrer muchas distancias para encontrar alimentos, más bien ayudó a desarrollar sus capacidades y buscar mejores condiciones de vida. La agricultura y el entorno natural fue un factor decisivo para el culto

a la tierra y a los frutos que ella proporcionaba a la cual la compararon como la madre que cuida y da de alimentar a sus hijos.

Eggers, Gallego, y Pedranti (2002, p.13) plantea que “la palabra cultura proviene del vocablo latino cultus, que significa cultivo”.

Funciones de la cultura

Tiene como finalidad expresar la identidad, conducta de distintas nacionalidades étnicas y en conjunto de una sociedad global. Como su manera de alimentarse, sus bailes, la danza tradicional, su manera de ver la vida y la muerte, la integración y el desenvolvimiento entre diferentes grupos culturales y como han venido transitando con el tiempo y conviviendo en la actualidad, con la aparición de diferentes subculturas que han ayudado a cambiar sucesos negativos convirtiéndolos en positivos para una sociedad donde la pluriculturalidad hace presencia con el objetivo de convivir de manera respetuosa y cumpliendo con las obligaciones y haciendo reconocer sus derechos determinados en la constitución de países y naciones (Izquierdo, 2010).

Elementos de la cultura

Reconoce la manera de ver las cosas y entender desde un punto más personal sobre diferentes sucesos que pueden darse dentro de distintos grupos sociales, para lo cual los valores revelan lo anhelado dentro de la colectividad mientras las normas son parámetros de lo que se debe realizar dentro de ella ya que si no se cumplen a cabalidad estos tendrán una sanción de acuerdo a las normas establecidas (Izquierdo, 2010).

2.1.3.2 Patrimonio

La destreza, creatividad y la interacción con la naturaleza y los diferentes sucesos históricos han conllevado a crear, plasmar, difundir y contribuir en el aspecto cultural alcanzando un interés y una trascendencia vital para el fortalecimiento de las sociedades de las presentes y futuras generaciones. Con un aporte muy significativo como parte de la herencia para la humanidad.

García (como se cita en la UNESCO, 1982) el patrimonio cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como la creación anónima, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo: la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte los archivos y las bibliotecas (p.17).

En lo citado por la UNESCO da a conocer los aportes que el ser humano ha realizado y siguen realizando, desde lo que se puede ver y palpar hasta despertar sentimientos profundos del ser humano, pero que siguen presentes en las sociedades siendo parte indispensable en el desenvolvimiento y la interacción.

Patrimonio cultural material

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes México (como se cita en la UNESCO, sf) los pueblos y civilizaciones generan numerosos bienes culturales, entre objetos y edificaciones, que adquieren significado y relevancia en el paso del tiempo y conforme se desarrollan los procesos históricos de las naciones.

Esta herencia física que refleja momentos históricos y manifestaciones del arte constituye el patrimonio material.

Entre este tipo de patrimonio se encuentran todos los vestigios y objetos arqueológicos o prehispánicos, incluyendo los restos fósiles, edificios coloniales como catedrales, conventos y haciendas, palacios de gobierno o arquitectura civil relevantes por su estilo o por los hechos históricos que se asocian. El patrimonio cultural también se manifiesta a través de manuscritos, códices, obras de arte, instalaciones industriales significativas para procesos históricos o arquitectura vernácula representativa de pueblos y comunidades (p.3).

Patrimonio cultural inmaterial

Consejo Nacional para la Cultura y las Artes México (como se cita en la UNESCO, s.f) El patrimonio material reúne las diferentes expresiones y manifestaciones de la vida de los pueblos se transmite de generación en generación, depende de los portadores para su existencia y son fundamentalmente para mantener la cohesión social entre los miembros del grupo (p.4).

El patrimonio inmaterial consta de:

- la tradición oral y narrativa.
- Conocimientos tradicionales sobre cocina, ciclos agrícolas, herbolaria y medicina tradicional.
- mitos y concepciones del universo y la naturaleza.
- Espacios y entornos geográficos dotados de valor simbólico.
- Expresiones dancísticas y musicales.
- Vida y festividades religiosas.
- Diseños en todas las artes populares y oficios artesanales.

- Destrezas y habilidades de los creadores en todas las artes y oficios artesanales, incluyendo las técnicas y tecnologías tradicionales.

2.1.3.3 Identidad

Es la conducta de un determinado grupo de individuos en un determinado espacio geográfico por el cual se identifican, tomando como ejemplo el idioma, color de piel, vivienda, formas de agricultura y sus respectivos productos, artesanías, entre otros. Coexistiendo la herencia o la transmisión de conocimientos de sus ancestros los cuales se han mantenido presentes en sus vidas cotidianas. En la actualidad ha sido indispensable las diferentes investigaciones y leyes que aportan con nuevas revelaciones buscando dar el punto principal del origen de determinados grupos étnicos y como estos se han destacado durante todo el proceso histórico de determinados países o regiones y por medio de su aporte se podrá revertir algunos problemas que se suscitan en este mundo globalizado, no están aislados de los derechos y obligaciones son parte de la sociedad general.

Según Ortiz (2013) El reconocimiento de la identidad latinoamericana implica que existe una forma de ser diferente y, a la vez, que no existe una única forma de comprender la realidad sino que, por el contrario, la diferencia y el pluralismo son los requisitos mismos de esta comprensión. Los hechos históricos del pasado y del presente llaman hoy, a través de los derechos humanos, a repensar formas de reconocimiento en las que incluso las culturas que se han erigido a través de la historia como dominantes puedan verse en la necesidad de aceptar y asimilar otras visiones del mundo, así como renunciar a su pretensión de hegemonía, validez y universalidad (parr 3).

En el Ecuador para fortalecer la identidad cultural reconoce a los pueblos afro ecuatorianos, montubios, indígenas. Respetando sus derechos y los convenios internacionales los cuales garantizan su desarrollo integral, sustentable, sostenible y su respeto a su identidad por ende están constituidos por circunscripciones territoriales con la finalidad de preservar su cultura (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

2.1.3.4 La interculturalidad

Según (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017) en su objetivo número cinco manifiesta “construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad (p.181).

Los espacios son áreas de interacción entre diferentes formas de pensar de actuar de ver el mundo, es la forma de integrar a los sectores que han sido marginados durante mucho tiempo, con el objetivo de alcanzar el respeto mutuo, es decir tú vives en tu mundo yo en mi mundo conozcámonos pero respetemos.

La interculturalidad son valores mostrados en diferentes manifestaciones y expresiones, que el ser humano puede compartir y generar grandes sueños que ayuden a combatir problemas que en la actualidad acechan a la humanidad.

En el Ecuador coexisten un sinnúmero de grupos étnicos cada uno ubicado en diferentes regiones diferenciándose por sus formas de vivencia y sus manifestaciones, los cuales habitan desde las altas y frías montañas, desembocando en los calientes valles, y las húmedas selvas y cerca del extraordinario mar cada uno de ellos se han adaptado tan bien a ese sistema del lugar que es

indispensable comprender e interactuar ya que de ello depende su economía, y su proceso de identificación dentro de la sociedad.

Los procesos históricos han dado lugar a fortalecer y convivir en un ambiente equilibrado y respetuoso donde el objetivo primordial sea vivir en un estado de paz buscando un equilibrio en la balanza social y el compromiso de un Ecuador más justo y equitativo con oportunidades para todos y todas.

En el siguiente cuadro presentamos las diferentes nacionalidades que coexisten dentro nuestro país.

Tabla 3:

Nacionalidades del Ecuador

Regiones	Nacionalidad	Idioma
Costa	Awa	Awapit
	Chachi	Cha palaa
	Epera	Siapede
	Tsáchila	Tsa' fiquí
Amazonia	Cofan	Ingae
	Secoya	Paicoca
	Siona	Paicoca
	Huaorani	Hua Tedeo
	Shiwiar	Shiwiar Chicham
	Zapara	Zapara
	Achuar	Achuar Chicham
	Andoa	Andoa
	Kichwa	Kichwa
	Shuar	Shuar Chicham
Sierra	Kichwa	Kichwa

Fuente: (Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017). Nacionalidades.

Elaboración: propia

Interculturalidad y Diversidad (2011) plantea que la interculturalidad no es tolerarse mutuamente, sino construir puentes de relación e instituciones que garanticen la diversidad. Pero también la interrelación creativa .no es solo reconocer al “otro”, si no también entender que la realización enriquece a todo

el conglomerado social ,creando un espacio no solo de contacto sino de generación de una nueva realidad común (p.62).

En el concepto mencionado la interculturalidad no es aislada, o dominante por un determinado grupo no se trata de jerarquías sociales no se busca descifrar quien domina a quien se trata de interactuar con diferentes instituciones públicas, no gubernamentales las cuales fortalezcan los derechos de los diferentes grupos culturales.

2.1.4 Turismo

A mitad del siglo XX el turismo promueve la actividad económica en distintas partes del mundo esto se logra mediante diferentes factores como el impulso industrial, mayor aporte social por parte de los gobernantes, el avance tecnológico en las telecomunicaciones y los distintos medios de transporte. Este último indispensable para el traslado de un lugar a otro fuera o dentro de un determinado país.

La curiosidad de conocer nuevos países por diferentes circunstancias como ocio, negocios, vacaciones, investigaciones dio paso a constituir organismos gubernamentales y no gubernamentales quienes velen por los recursos naturales y culturales sobre todo el desarrollo sustentable, la calidad de la infraestructura y superestructura turística, estableciendo normas y reglamentos que cumplan con la satisfacción del turista para ello los dos organismos máximos son la Organización Mundial de Turismo (OMT) y (SECTUR) Secretaria Turística de México (Guerrero, Ramos,2000).

Según EFE News Service (como se cita en la OMT 2011) “el turismo es una de las actividades económicas más importantes del

mundo, crea puestos de trabajo y riqueza para millones de personas, pero también plantea retos importantes” (parr 5).

El concepto mencionado sostiene que turismo involucra un sinnúmero de interacciones entre los turista y prestadores de servicios quienes se localizan en distintos lugares para ofertar su servicio y que este a su vez sean beneficiados de manera económica. Siendo el turista quien demanda estos servicios por diferentes contextos durante su viaje, cabe recalcar que el turista tiene un límite establecido para estar dentro de una región o país.

2.1.4.1 Tipos de turismo

En la actualidad hay un sinnúmero de tipologías de turismo en la investigación básicamente se procurará dar a conocer los más adherentes.

La tipología es de suma importancia ya que da a conocer las diferentes necesidades y expectativas del turista, permitiendo desde esa perspectiva determinar la segmentación y poder crear productos turísticos que cumplan con las expectativas y que mejor sobrepasen las necesidades convirtiéndolas en experiencias vividas en un determinado lugar del mundo.

Turismo rural

Según Perez (2010) El TR se basa en el desarrollo, aprovechamiento y disfrute de productos turísticos alternativos y se perfila como una de las actividades que más integra las dimensiones de la ruralidad y concentra el carácter multifuncional de un territorio (p.509).

En lo citado determina que la convivencia con comunidades indígenas, proporciona al turista dar a conocer la cotidianidad en el campo como también sus costumbres y tradiciones aportando consigo la pluriculturalidad para ello concurren turistas que salen del espacio del confort y el lujo para tener experiencias nuevas que profundicen una segunda visión de cómo vivir en contacto con el entorno natural.

Agroturismo

Según Del Río (2006) es una actividad complementaria que llevan a cabo los productores rurales en sus explotaciones agrícolas, ganaderas, forestales, brinda la oportunidad de consumir los productos locales ,con lo que se contribuye a generar riquezas e incrementa el nivel de vida de los productores rurales y sus familias.(parr.2).

Los habitantes de las zonas rurales han desarrollado diferentes tipos de trabajo de acuerdo al ecosistema, el cual les proporciona réditos económicos indispensables para la educación de sus hijos y alimentación en sus hogares.

Agroecoturismo

Castellano (como se cita en Prato,2001) el agroecoturismo es una modalidad potencial que se desarrolla dentro de las áreas rurales y que ofrece posibilidades en términos de mejores ingresos para las comunidades y valoración de las culturas tradicionales, así como el rescate de la biodiversidad natural y social de los territorios que, junto a la presencia de diversos ecosistemas y actividades agrícolas, constituye un patrimonio

invalorable que puede aprovecharse para la promoción y mercadeo del turismo agroecológico(p.230).

Cabe recalcar que es una manera de dinamizar la economía local mediante la compra directa del productor al consumidor. Dando a conocer los pasos desde su inicio hasta su transformación constatando la calidad del producto, su verdadera esencia está en conseguir posicionarse el mercado sea esté nacional o internacional por medio de alianzas estratégicas que se originan en el momento de las visitas a los micro-emprendimientos situados en áreas rurales.

Turismo cultural

Según Conforti, González y Endere (como se cita en UNESCO ,1982) La modalidad del llamado “turismo cultural” es una convergencia tendiente a la valoración y el respeto por los recursos, tanto culturales como naturales (p.753).

Según Conforti, González y Endere (como se cita en Richards, 2000) Se supone que en el consumo cultural de los turistas pueden observarse actitudes, creencias, ideas y valores de las personas, así como sus pautas de comportamiento o modos de vida (p.753).

Notoriamente da a manifestar que no es simplemente visitar los lugares donde se dan a conocer distintas manifestaciones y expresiones, sino más bien en conseguir respuestas a tus preguntas para conocer del transcurso histórico de las sociedades y el entorno por el cual están rodeados.

2.1.5 Micro-emprendimientos

2.1.5.1 La organización

A partir de la época primitiva las personas se agrupaba con la finalidad de sobrevivir para lo cual los integrantes debían realizar diferentes tareas tales como recolección de frutos silvestres, pesca, caza para lo cual debían emplear diferentes recursos. Con los cambios que se dan luego así como el aumento de la población, su evolución se ven forzados a organizarse en distintos campos ya no solo para la supervivencia si no en distintas formas cumpliendo diferentes objetivos.

Una organización es un conjunto de personas que se relacionan entre sí que utilizan recursos técnicos, materiales y humanos con los que desarrollan actividades, con la finalidad de conseguir objetivos planteados por la organización (Lezanski, Mattio y Merino, 2009).

Tipos de organización

Con fines de lucro: su fin es obtener utilidad por ejemplo: Las empresas dedicadas a la transformación de materia prima también constan los comerciantes y prestadores de servicios como restaurantes, hoteles entre otros.

Sin fines de lucro: su enfoque es la ayuda social, en este tipo de organización en cambio no genera réditos económicos su objetivo esta direccionado satisfacer las necesidades primordiales de la población como salud y educación.

2.1.5.2 Recursos

Son el conjunto de bienes que posee una organización los cuales son fundamentales para su desempeño entre ellos hay que destacar los siguientes:

- Humanos: son las personas las cuales cumplen una actividad dentro de la organización.
- Materiales: son los elementos notorios con que cuentan para desarrollar sus actividades.
- Tecnológicos: facilita el trabajo y optimiza el tiempo y la producción.
- Intelectuales: el conocimiento y destrezas de las personas con la finalidad de aportar a la organización y su excelente funcionamiento.
- energéticos: son los recursos naturales los cuales nos proporcionan electricidad.

2.1.5.3 Empresa

Lezanski, Mattio y Merino (2009). Plantean que la empresa Es una organización con fines de lucro que desarrolla actividades económicas consistentes en la producción y venta de bienes y/o servicios. Esta actividad le permite obtener beneficios y cumplir, además, un rol social: ofrecer fuentes de trabajo y colaborar con el progreso y el bienestar de la sociedad. Desde el punto de vista de la economía, es uno de los agentes económicos que reúne a los tres factores de la producción: recurso natural, trabajo y capital (p.14).

Las empresas desempeñan un rol importante en la economía de un país, están sujetas a derechos y obligaciones que deben

cumplir ante la sociedad. Para ello están sujetas a cumplir varias normas de calidad como las ISO 9000 y las 14000, donde los ofertantes no vean afectado su recurso ni su integridad.

Clasificación de empresas

Según la actividad que desarrollan

- Productivas: su principal campo es la agricultura, ganadería y apicultura, pesca.
- Extractivas: extraen elementos de la naturaleza tales como petróleo, minerales.
- Fabriles: son las encargadas de la transformación de la materia prima en productos elaborados
- Comerciales: estas se encargan de la compra y venta de los productos ya elaborados mencionando que no tienen nada que ver con la transformación de dicho producto.
- Servicio: están destinadas a solucionar determinados problemas como salud, educación, transporte, agencias.

Según su tamaño

- Microempresa: si el número de trabajadores es menos de diez.
- pequeñas: si sus trabajadores comprenden entre diez y cincuenta.
- Medianas: si trabajan entre 51 y 250 personas.
- Grandes: cuando sobrepasan las 250.

Según el capital que poseen

- Publicas: el estado aporta con el capital.

- Privadas: el capital aportado se da por personas naturales o jurídicas.
- Mixtas: donde interviene el capital público y el privado.

Según la relación jurídica

Persona física:

- Comerciantes las cuales están sujetas al código de comercio.
- No comerciantes.

Persona jurídica:

- Sociedad de personas.
- según la ley de sociedad comercial pueden ser sociedades colectivas, en comandita simple, de capital e industria.
- Sociedad de capital: sociedad anónima, comandita por acciones, de responsabilidad limitada, con participación estatal mayoritaria.
- Sociedad mixta: con participación estatal (Lezanski, et al., 2009).

2.1.5.4 Micro-emprendimientos

Según Lezanski, Mattio y Merino, (2009) “Son negocios a pequeña escala, pueden tratarse tanto como microempresas familiares como unipersonales o de sociedades pequeñas; y por lo general requieren de muy baja inversión inicial, que pueden prevenir de los ahorros personales de los socios” (p.19).

Comisión Europea (2005) define a la microempresa: “aquella que tiene menos de 10 trabajadores, un mínimo de cinco millones de euros en balance general y un límite de siete millones para la cifra de negocios” (p.25).

Se destaca en este punto el número de trabajadores así como los activos fijos que poseen la microempresa en nuestro caso en dólares la cantidad sería de 5500 \$. Los métodos a utilizar para la venta de su producto y servicio es el valor de 7500 \$ americanos.

Micro-emprendimientos turísticos

Los micro-emprendimientos turísticos básicamente se caracterizan por la prestación de servicio los cuales funcionan en su propio hogar, el acercamiento directo con cliente/turista al momento de solicitar los servicios es otra característica (Universidad Austral de Chile, 2012).

En el Ecuador se han desarrollado micro-emprendimientos turístico con ideas innovadoras las cuales han aportado al fortalecimiento de la identidad de los pueblos y nacionalidades existentes en el país, como también al manejo de sus recursos naturales de manera sustentable. Con la finalidad de obtener ingresos que ayuden a un buen vivir.

La comunidad Ponce Quilotoa desde hace aproximadamente 20 años empieza a organizarse y crear micro-emprendimientos tales como talleres y tiendas de artesanías en mascara, pinturas hechas en cuero de borrego estilo Nain las cuales relatan leyendas que transportan a un mundo lleno de imaginación, diferentes micro-emprendimientos como pequeños restaurantes con gastronomía típica promocionando la variedad de cereales que producen

mediante la agricultura, así también pequeñas casas realizadas con materiales de la zona que sirven de albergue para los turistas. Un volcán ya extinto donde nace una de las más hermosas lagunas de color turquesa fue el llamado de unidad para empezar con una nueva visión en el turismo. La organización y la unión de voluntades llevan a crear grandes proyectos, ayudas que se pueden venir dando durante el transcurso, las diferentes alianzas estratégicas como fue el caso de Makita Fucuna, el trabajo en conjunto con los Ministerios en este caso el de ambiente (MAE) y el de Turismo, conjuntamente con los habitantes.

En la actualidad es un referente para el Ecuador y se destaca en el spot publicitario “All You Need Is Ecuador” proyectado al mundo entero donde miles de turistas de todas partes llegan a disfrutar del hermoso lugar.

Micro-emprendimientos agroindustriales

La agroindustria se caracteriza por trabajar la materia prima como productos agrícolas, ganaderos, forestales, piscícolas mediante un proceso para su transformación en subproductos los cuales ayudan a la alimentación de los seres humanos (FAO ,2013).

Este sector se debe tomar en cuenta que utilizan canales de comercialización y el contacto directo con el cliente no se manifiesta, pero el manejo con la materia prima para su transformación es la base fundamental de su funcionamiento.

Salinas de Guaranda se ha destacado por la presencia de micro-emprendimientos agroindustriales conformando el cooperativismo denominada El Salinerito que transforma la materia

prima como la leche, en variados y deliciosos quesos, la lana de alpaca en prendas de vestir de excelente calidad, un sinnúmero de deliciosos chocolates, se han desarrollado cooperativas de ahorro y crédito las cuales brindan préstamos para los micro-emprendimientos de la zona. Nació con el objetivo de desarrollar la economía popular y solidaria. Dejando ser una parroquia desorganizada a organizada para ser un ejemplo a nivel nacional.

El trabajo comunitario y la organización, la diversificación de quesos, artesanías y el trabajo asociativo es parte fundamental del funcionamiento interno y externo. Y la proyección a los mercados nacionales y extranjeros.

2.1.5.5 El origen de las microempresas

Se origina de acuerdo a varios procesos o circunstancias que se vienen desarrollando en el transcurso de la vida, donde las personas brindaron sus servicios a las grandes empresas por un determinado tiempo con el objetivo de ganar experiencia para luego poner en práctica todo lo aprendido en su propio negocio.

Otra circunstancia muy casual hasta estos días es la quiebra de empresas las cuales generaban trabajo, las personas quedan desempleadas y la manera de insertarse de nuevo al mercado es crear su propia empresa es así que han sido muchos los factores internos y externos que han influido. Destacamos también que los micro- emprendimientos se originan por herencia, la cual ha tenido un proceso de tiempo sumamente largo y sobre todo la trascendencia en el mercado.

En casos muy relevantes se da cuando los inmigrantes crean su propia empresa con la esperanza de generar la calidad de vida (Hernández, García y Fernández, 2011, p.52).

2.1.6 Parroquia de Angochagua

Rodeada por enigmáticas montañas y a la vista de volcanes considerados sagrados en la cosmovisión indígena como son la mamá Cayambe y taita Imbabura. esta parroquia posee vegetación, humedales que mantienen la vida en el planeta y la interacción de diferentes especies en el ambiente por lo cual son considerados atractivos naturales, su gente tan amable y trabajadora dedicada por lo general a la agricultura, ganadería, piscicultura, apicultura, sus mujeres destacadas con el bordado donde conservan representaciones de la naturaleza como su flora su fauna sus colores vivos y alegres, las fiestas religiosas y las celebraciones propias de la parroquia es la que caracteriza a su gente es su identidad y como no hablar de su idioma el quichua todavía presente por lo general en sus mayores así como también su vestimenta dan un enfoque para el desarrollo turístico. Los restos arqueológicos representan la vivencia y el esfuerzo por preservar su cultura de donde vienen hacia donde se dirigen.

Esta parroquia está ubicada a 15km al sur de Ibarra. Comprende las comunidades La Rinconada, La Magdalena, Zuleta, Cochas, el Chilco y la cabecera parroquial de Angochagua. Predomina el clima frío. Angochagua está habitada por familias indígenas, dedicadas en su mayoría a la agricultura, ganadería y bordados manuales .el escenario paisajístico que ofrece al lector y la presencia de haciendas de estilo colonial son base de un turismo alternativo comunitario. La principal fuente de ingresos es la agricultura y la ganadería, los productos que se cultivan son trigo, cebada, maíz,

habas, mellocos, ocas, quinuas, arvejas. La economía del sector se complementa con las labores de bordado realizado por las mujeres (Mora, 2009).

2.1.6.1 Caracterización general de la parroquia

Tabla 4:
Descripción general

Fecha de creación:	28 de mayo de 1.861
Población total al 2015:	3017 Habitantes, tasa de crecimiento poblacional -1,59 % (Instituto de Estadística y Censo INEC 2010).
Extensión	12.392 ha (límites de actas del Municipio de Ibarra).
Limites	Al norte: Ibarra y la parroquia la Esperanza, provincia de Imbabura. Al sur: parroquia Olmedo Cantón Cayambe provincia de Pichincha. Al este: parroquia San Pablo y Gonzales Suarez Cantón Otavalo provincia de Imbabura Al oeste: parroquia Mariano Acosta, cantón Pimampiro, provincia Imbabura
Altitud	Angochagua se encuentra entre los 2800 msnm y los 3800 msnm de altitud (Cartografía IGM.)

Fuente: Plan de Ordenamiento Territorial parroquial de Angochagua (2015), INEC (2010).

Elaboración: Propia.

2.1.6.2 Componentes biofísicos

Relieve

Es muy irregular va desde los 2589 m.s.n.m tomado como referencia en la parte más baja en el sector de la hacienda la Magdalena localizada en el punto Nor oriental, la parte más alta 3.899 m.s.n.m en el sector conocido como Rumi loma en el punto sur oriental (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial parroquial de Angochagua, 2015).

Suelos

Son ricos en materia orgánica, con presencia de carbono, calcio, potasio. Poseen alta retención de humedad en el suelo

caracterizados por ser de superficie moderadamente profundos conocidos como Molisol los cuales se formaron mediante material volcánico y sedimentos dependiendo de la topografía la cual varia de inclinada a considerablemente empinada (Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial parroquial de Angochagua, 2015, Plan de Manejo Ambiental Angochagua ,2007).

Cobertura de suelos

Según Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial parroquial de Angochagua (como se cita en MAGAP, 2015) manifiesta que la cobertura con mayor extensión corresponde a la tierra agropecuaria con 5576 ha (50,7%), seguido de la vegetación arbustiva y herbácea que cubre 3559 ha (32,4%) al que corresponde el páramo conservado de la parroquia. El bosque cubre una superficie de 1815 ha (p.20).

2.1.6.3 Factores climáticos

Según el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial parroquial de Angochagua (como se cita en INAMHI, s.f) la precipitación oscila entre los 700 mm y 1.500 mm, se observa la presencia de frecuentes neblinas y lluvias en la zona, los meses de mayor precipitación van de febrero a mayo, y de menor precipitación de octubre a enero. Precisamente el tema de las sequías, ha sido recurrente a lo largo de los últimos años. Esto es visto como un problema importante en el lugar, pues al no existir la presencia de lluvias y al no disponer de un sistema de riego, la producción agropecuaria se ve limitada. La temperatura en la zona varía entre los 10°C y 16°C (p.24).

2.2 Clúster turístico

El mundo cada vez está en constante cambio y las empresas tienden a adaptarse a la situación ya que si no lo hace esto puede repercutir en el ámbito interno y externo de las empresas, el demandante cada vez es mucho más exigente sus expectativas y sus necesidades van en aumento y la aparición de nuevas empresa a la mano con la tecnología han hecho que exista mayor talento.

Según la Secretaria de turismo de México (2000) manifiesta que el Clúster o sistema productivo local es una concentración de empresas en una misma región que operan en líneas similares de negocios y cuyas relaciones fomentan el desarrollo de múltiples interdependencias entre ellas, fortaleciendo su competitividad en una amplia variedad de áreas como: capacitación, recursos financieros, desarrollo tecnológico, diseño de productos, mercadotecnia y distribución. Asimismo, las empresas participan y contribuyen en el desarrollo de los mercados laborales, creación de instituciones e infraestructura especializada y en el incremento de los flujos de información, en donde el mayor intercambio de esta última, genera el marco propicio para la innovación, movilidad laboral y enlace entre proveedores, productores y consumidores (p.6).

Machado y Castillo (como se cita en Artavia, 2000) considera por su parte que el clúster es una concentración geográfica de empresas que tienen relaciones entre si y, al hacerlo, crean un proceso dinámico donde todas ellas pueden mejorar su desempeño, competitividad y sostenibilidad a largo plazo (p.453).

Castellanos (como se cita en Kantis, 2005) El aumento de la presión competitiva generada por la globalización e inestabilidad de los mercados, la crisis económica, el descenso del empleo ante el

detrimento de la demanda agregada, las nuevas tecnologías de la información y la creciente incertidumbre, han transformado gradualmente la base de la competitividad en la cual operan las empresas.

Lynch y Morrison (2007) plantean que “los destinos turísticos se caracterizan por un sistema de actores que cooperan y compiten para ofertar un producto turístico integrado”.

Es una conectividad de sectores económicos que buscan el trabajo conjunto entre entidades públicas, privadas, ONGS, para fortalecer el desarrollo de la zona local, regional y trabajar integralmente brindando una serie de alternativas al turista, creando una imagen que se proyecte a nivel nacional, internacional. La calidad de vida debe estar presente en este ámbito ya que se relaciona directamente con el patrimonio natural y cultural de la población.

El éxito de estos últimos no reside exclusivamente en su disponibilidad de recursos naturales y atractivos, sino, además, en el papel vital que han jugado las empresas locales en la evolución del destino (Mottiar y Ryan, 2007).

Lo citado por Mottiar establece puntos en la responsabilidad de las empresas y la interacción que se da con los atractivos. Influyendo entre los factores internos y externos para solucionar problemas.

2.2.1 Beneficios del clúster

Entre los principales beneficios se destacan:

- Adaptación al ambiente de la globalización.
- Generación de valor agregado en los productos y servicios a ofertar.

- Apertura a nuevos segmentos de mercado.
- Progreso en la calidad de los servicios.
- Mayores recursos tecnológicos
- Talento humano calificado y organizaciones más establecidas
- Genera empleo
- Predomina los atractivos naturales y culturales.
- Trae consigo el desarrollo local (BID, 2000).

2.2.2 Producto turístico

Es el conjunto de servicios, infraestructura, recursos, en el ámbito de servicios están compuestos por hospedaje, restaurantes, agencias de viajes, guías de turismo. La infraestructura se integra los servicios básicos (agua, luz eléctrica, teléfono, Internet, vialidad), estos a su vez relacionándose conjuntamente con los atractivos naturales y culturales.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Tipo de Investigación:

Se desarrolló en las comunidades de La Magdalena, Zuleta, Rinconada, Angochagua, Cochas y Chilco pertenecientes a la parroquia. La metodología que se utilizó son de campo, bibliográfico, documental, descriptiva, exploratoria, como también los métodos analíticos y sintéticos y las técnicas a utilizarse fueron las encuestas.

Todo esto permitió recopilar información significativa para la investigación planteada.

3.1.1. Investigación de campo

Baena y Guillermina (2014) plantean que “Las técnicas específicas de la investigación de campo tienen como finalidad recoger y registrar ordenadamente los datos relativos al tema escogidos como objetos de estudio. La observación y la interrogación son las principales técnicas que usaremos en la investigación” (p.12).

Consintió en visitar las 6 comunidades que comprenden la parroquia, con la finalidad de determinar los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales georreferenciarlos, para luego realizar mapas que den a conocer su ubicación de una manera visible.

Como resultado presentamos la siguiente:

Tabla 5:

Resultados investigación de campo

#	NOMBRE	ACTIVIDAD	COMUNIDAD	COORDENADAS UTM 17 N	
				X	Y
1	Bar Zuleta	Disfrute musical	Zuleta	823552	10022751
2	Cabañas el Molino	Hospedaje	Zuleta	823669	10022367
3	Carpa de comida	Venta de comida feria	Zuleta	823667	10022902
4	Feria	Venta de productos y artesanías	Zuleta	823667	10022811
5	Hospedaje Carmita	Descanso turista	Zuleta	823666	10023049
6	Hospedaje Rosita	Descanso turista	Zuleta	823505	10023197
7	Restaurante Zuleta	Venta de comida	Zuleta	823621	10022592
8	La Choza	Comida típica	Zuleta	823669	10022025
9	Tolas de Zuleta restaurant	Comida típica	Zuleta	823873	10023306
10	Zuturismo Cía. Ltda.	Privada para promoción de turismo	Zuleta	823664	10022815
11	Artesanías en madera	Elaboración de muebles rústicos	Zuleta	823660	10021848
12	Bordados cosas lindas	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823653	10022700
13	Bordados María Esthela	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823549	10022142
14	Bordados Sandoval	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823654	10022387
15	Bordados Romelia	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823727	10022439
16	Casa el bordado	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823619	10022361
17	Gama de bordados	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823669	10021097
18	María Fanny bordados	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823519	10022185
19	Talabartería Jaime	Exhibición y venta artesanías en cuero	Zuleta	823720	10020608
20	Licor de miel Antonio	Derivados de la miel	Zuleta	823601	10022344
21	Queso familia Chachalo	Elaboración de quesos	Zuleta	823680	10022664
22	Queso Sandoval e hijos	Elaboración de quesos	Zuleta	823440	10022461

23	Queso Alvear Sandoval	Elaboración de quesos	Zuleta	823740	10022461
24	Casa de las rosas	Hospedaje	La Magdalena	822417	10027455
25	Casas de los alisos	Hospedaje	La Magdalena	822302	10027328
26	Casa de los arrayanes	Hospedaje	La Magdalena	822584	10027681
27	Casa de los cipreses	Hospedaje	La Magdalena	822342	10027411
28	Casa de los geranios	Hospedaje	La Magdalena	822589	10027773
29	Casa el capulí	Hospedaje	La Magdalena	822261	10027271
30	Alfarería	Artesanía (tiestos, pondos, etc.)	La Rinconada	820987	10027357
31	Madera	Artesanías (bigshas, bateas, etc.)	La Rinconada	820998	10027247
32	Música	Talleres de aprendizaje de música	La Rinconada	822714	10027349
33	Apícola 28 de octubre	Venta de miel pura de abeja	La Rinconada	822626	10027378
34	Piscícola	Crianza y venta de truchas	La Rinconada	821108	10027367
35	Museo de sitio Samay Huasi	Apreciación de la cultura Caranqui	Angochagua	825126	10025830
Total micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales					35

Fuente: Información levantada en campo, (2016).

Elaboración: propia.

En la tabla no constan las comunidades de Chilco y Cochas dentro de la investigación sus habitante manifiestan que la agricultura y la ganadería, son la base de la economía, en el caso de los hombres se dedican a la albañilería.

3.1.2. Investigación documental

Constituyo en seleccionar antecedentes que concuerden con el objeto de estudio mediante libros, revistas, artículos, archivos, mapas, redes sociales, con la finalidad de aprender e incorporar información que fortalezca el proceso de investigación.

La investigación documental es la búsqueda de respuestas a partir de la indagación en documentos (Baena y Guillermina, 2014, p.12).

El cual me permitió establecer puntos claves como historia de la Parroquia de Angochagua, organización política, su economía, salud, educación, número de habitantes, comunidades que integran, manifestaciones culturales, atractivos turísticos, límites geográficos, aspectos ambientales entre otros.

3.1.3. Investigación bibliográfica

En la actualidad la base de datos que manejan los ministerios u organismos internacionales siempre están incorporando nueva información, esto condescendió establecer de manera oportuna la propuesta planteada la cual sirva de base para el desarrollo de proyectos a futuro, dentro de la investigación las instituciones proporcionaron información actualizada siendo el caso del GPI (Gobierno Provincial de Imbabura) con el inventario de atractivos naturales y culturales de Imbabura.

López (2006)"la información científica disponible se duplica en menos de cinco años y su producción es de tal magnitud que se estima que en el mundo se publican anualmente alrededor de 20.000 publicaciones periódicas y 17.000 nuevos libros"(p.2).

3.1.4. Descriptiva

Hernández y Coello (2011) plantea que "Su principal objetivo es describir el fenómeno y reflejar lo más esencial y significativo del mismo, sin tener en cuenta las causas que lo originan, para lo que

es necesario captar sus relaciones internas y regularidades, así como aquellos aspectos donde se revela lo general” (p.57).

Se reconoció el potencial turístico natural, cultural, con que cuenta la zona de estudio permitiéndome ser parte de la vida cotidiana y adentrándome a sus costumbres y tradiciones para entender y respetar su cosmovisión.

Tabla 6:

Potencial turístico y cultural de la parroquia de Angochagua.

#	Potencial	Comunidad
1	Bosque protector Zuleta	Zuleta
2	Tolas de Zuleta	Zuleta
3	Haciendas	Haciendas
4	Asociaciones agroindustriales	Rinconada
5	Tienda de artesanías	Zuleta
6	Museo de sitio	Angochagua
7	Lagunas de Zuleta	Zuleta
8	Laguna del Cubilche	Zuleta
9	Mirador Muchanakun Rummy	Angochagua
10	Cascadas de la Rinconada	Rinconada
11	Celebraciones del Pawkar Raymi	Rinconada
12	Celebración Virgen de la Merced	Zuleta
13	Ferias gastronómicas y artesanales	Zuleta
14	ferias agroindustriales	Zuleta
15	Celebraciones de San Juan y San Pedro	Todas la comunidades
16	Fiestas de Parroquialización	Angochagua
17	Juegos tradicionales	Angochagua

Fuente: Información levantada en campo y descriptiva, (2016).

Elaboración: propia.

3.1.5. Exploratoria

En el campo del turismo hay infinidad de cosas novedosas que día a día se las puede incorporar para que los diferentes proyectos existentes puedan mejorar sus servicios y mejorar la calidad empresarial.

En la investigación se distinguió claramente oficios que han desaparecido en diferentes provincias y el mundo citando el caso de la alfarería que se los puede tomar como valor agregado y dar un

mayor realce. También los sitios arqueológicos que se visitaron tienen un potencial muy fuerte por ende podrían promover un turismo de investigación y consigo arrojar datos de suma importancia sobre la propia historia.

Universidad, D. L. H. (2011) plantea que “los estudios exploratorios tiene por objeto esencial familiarizarnos con un tópico desconocido o poco estudiado o novedoso esta clase de investigaciones sirve para desarrollar métodos a utilizar en estudios más profundos”.

3.2. Métodos

3.2.1. Método Analítico

Fragmentamos el objeto de estudio en micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales, factores de localización y desarrollo general, potencialidades turísticas y culturales permitiendo reconocer como un problema afecta a todos y como todos pueden solucionar un problema.

Es aquel método de investigación que consiste en la desmembración de un todo, descomponiéndolo en sus partes o elementos para observar las causas, la naturaleza y los efectos (Ruiz, 2007, p.13).

3.2.2. Método sintético

Proporcionó la integración del objeto de estudio y dio como resultado que la propuesta planteada es una de las soluciones a los diferentes problemas desencadenados al trabajar individualmente.

Lara (2011) plantea que “El método consiste en integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad” (p.60).

3.3. Técnicas

3.3.1. Encuesta

Fue la clave de la investigación ya que permitió la interacción entre el investigador y el investigado, proporcionando valiosa información desde una perspectiva más real y veraz de las situaciones que se producen en cada una de sus comunidades, y ver de igual manera las potencialidades de las mismas.

Blanco (como se cita en Dorado, 2000) “es una técnica que depende del contacto directo o indirecto con todas las personas cuyas actitudes, conductas o características son significativas para una determinada investigación”.

3.4. Población

Se consideraron a los propietarios de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales, de la Parroquia de Angochagua los cuales de manera organizada están asociados en algunos casos. Como parte de la población se consideró de suma importancia a los turistas nacionales y extranjeros que visiten la parroquia como también a los consumidores de productos agroindustriales y artesanales.

En el siguiente cuadro detallamos a cada uno de los micro-emprendimientos como también la actividad a la que están dedicados, su respectiva ubicación. La población nos proporcionó información

necesaria para el cumplimiento de los objetivos planteados dentro de la investigación.

Tabla 7:
Micro-emprendimientos vinculados con el sistema productivo.

MICROEMPRESARIOS	ACTIVIDAD	UBICACIÓN	# Propietario
Grupo de mujeres bordadoras de Zuleta	Privada para beneficio de las bordadoras asociadas.	Zuleta	12
La Choza	Comida típica	Zuleta	1
Taller artesanal	Artesanías en madera pino, ciprés, eucalipto.	Zuleta	1
Bordados Mariancita	Tienda de bordados	Zuleta	1
Cabañas el Molino	Hospedaje	Zuleta	1
Restaurante comunitario Zuleta	Venta de comida	Zuleta	1
La Zuleteña	Miel, polen y licor artesanal.	Zuleta	1
Artesanales	Tienda de bordados	Zuleta	1
Talabartería Jaime	Artesanías en cuero	Zuleta	1
Familiar Artesanales	Bordados, bisutería, tejidos	Zuleta	1
Edgar Alvear	Venta de comida	Zuleta	1
Tienda María Fanny	Venta de bordados a mano	Zuleta	1
Zuturismo Cia. Ltda.	Privada para promoción de turismo	Zuleta	1
Bar Zuleta	Disfrute musical	Zuleta	1
Tambi vegetales	Venta de verduras agroecológicas	Zuleta	1
Cárnicos	Venta de carnes de borrego, chancho	Zuleta	1
Harinas Zuleta	Venta de harinas y cereales.	Zuleta	1
Romelia bordados	Tienda de bordados	Zuleta	1
Hospedaje Carmita	Descanso turista	Zuleta	1
Hospedaje	Descanso turista	Zuleta	1
Artesanías MDF	Adornos de hogar	Zuleta	1
Microempresa Familiar Sandoval e Hijos.	Privada compra y vende leche y quesos	Zuleta	1
Microempresa Alvear Sandoval.	Privada compra y vende leche y quesos	Zuleta	1
Microempresa Familiar Carlosama Chachalo.	Privada compra y vende leche y quesos	Zuleta	1
Asociación apícola 8 de Agosto.	Organización Productiva de Miel de Abejas	Rinconada	8
Alfarería	Creación de vasijas de barro.	Rinconada	2
Piscícola	Crianza y venta de truchas	Rinconada	2
Artesanía en madera	Bateas bicshas cucharas	Rinconada	1

Grupo de Música	Organización artística	Rinconada	
Museo	Representación cultural y etnográfica	Angochagua	1
Casa las rosas	Hospedaje	Magdalena	1
Casa los arrayanes	Hospedaje	Magdalena	1
Casa el capulí	Hospedaje	Magdalena	1
Casa el aliso	Hospedaje	Magdalena	1
Casa el geranio	Hospedaje	Magdalena	1
Turista	Vista a la parroquia	Nacionales y extranjeros	30
Clientes	Productos agroindustriales	Ibarra, Esperanza, Angochagua	30
Total de la población			119

Fuente: Información levantada en campo, (2016).

Elaboración: propia.

3.5. Muestra:

En tanto la muestra se obtuvo aplicando la siguiente fórmula

$$n = \frac{0,25 * 119}{(118) \frac{0,05^2}{4^2} + 0,25}$$

$$n = \frac{29.75}{118 * 0,000625 + 0,25}$$

$$n = \frac{29.75}{0,07375 + 0,25}$$

$$n = \frac{29.75}{0,32}$$

n = 92 personas

n= Tamaño de la muestra

PQ= Varianza de la población, valor constante = 0.25

N= Población / Universo

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

E= Margen de error estadísticamente aceptable:

0.02 = 2% (mínimo)

0.30 = 30% (máximo)

0.05 = 5% (recomendado en educación)

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

CAPÍTULO IV

4. Análisis e interpretación de resultados

El presente capítulo describe el análisis de las herramientas de investigación que se aplicaron para el cumplimiento de los objetivos planteados. En el primer instrumento se exponen los resultados aplicados a los propietarios de los micro-emprendimientos turísticos. El segundo instrumento a los propietarios de los micro-emprendimientos agroindustriales, los micro-emprendimientos antes mencionados están localizados en la parroquia Rural de Angochagua, en sus respectivas comunidades como son la Magdalena, Rinconada, Angochagua y Zuleta dando a conocer que en las comunidades de Chilco y Cochas no se han desarrollado micro-emprendimientos, los habitantes de estas dos comunidades están plenamente dedicados a la agricultura y ganadería, albañilería en el caso de los hombres, en las mujeres dedicadas al bordado para otras tiendas artesanales.

En el tercer instrumento se da a conocer los resultados obtenidos de las encuestas aplicadas a los turistas nacionales, extranjeros que visitaron la parroquia rural de Angochagua en el mes de mayo del presente año.

El cuarto instrumento dirigido a consumidores de productos agroindustriales de la parroquia de Angochagua esta investigación fue realizada en las diferentes zonas como la ciudad de Ibarra, la parroquia la Esperanza y la parroquia de Angochagua siendo los principales puntos de compra y venta, con la finalidad de verificar la percepción del consumidor de productos elaborados en los micro-emprendimientos agroindustriales y como estos aportan al desarrollo de la parroquia.

4.1 Análisis sociocultural

En la parroquia de Angochagua la mayor parte de su población es habitada por personas indígenas, los cuales han desarrollado micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales, que han aportado a la economía local, en estos micro-emprendimientos se manifiestan diferentes representaciones tales como la alfarería, los famosos bordados a mano, representaciones musicales, talabartería y el trabajo en la madera destacándose las bateas, bigshas (cucharones de madera) y muebles rústicos. Al referirnos a lo agroindustrial es la transformación de materia prima en productos elaborados de acuerdo a las actividades que más desempeño tienen como son la agricultura y la ganadería, en los últimos años se ha llevado a cabo otras actividades como la apicultura y piscicultura.

La mayor parte de las construcciones designadas para albergues o cabañas llevan una mezcla de lo contemporáneo con lo vernáculo perfeccionados por los mismos habitantes de las diferentes comunidades.

Estos resultados fueron obtenidos en base a las preguntas 1, 7, 10,11 de la encuesta 1 y 2 aplicada a los propietarios de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales.

4.2 Resultados potencial turístico

Los potenciales atractivos naturales y culturales son los ejes transversales del turismo, el medio de curiosidad y de nuevas experiencias para el turista, en conjunto con los servicios y los productos que se ofertan en la zona, van desplegando un abanico de actividades por realizar destacando una serie de interacción entre la población indígena su diario vivir y el entorno natural que rodea.

En la siguiente tabla se destacan los atractivos naturales y culturales que representan a la parroquia de Angochagua los cuales han sido considerados como los más representativos por los turistas en la investigación realizada.

Tabla 8:

Potencialidades turísticas

CATEGORIA	TIPO	SUBTIPO	COMUNIDAD
Atractivos naturales	Montaña	Mirador Muchanakun Rummy	Angochagua
	Ambientes lacustres	Lagunas de Cunrru, Torococha Cubilche.	Zuleta
	Bosques	Bosque protector	Zuleta Zuleta
	Ríos	Cascadas de la Rinconada.	Rinconada
Atractivos culturales	Históricos	Tolas de Zuleta Fiestas de Parroquialización Hacienda Galo Plaza Laso	Zuleta
	Etnografía	Pawkar Raymi, Fiestas de San Juan y san Pedro.	Todas las comunidades (6)
	Realizaciones artísticas	Ferias gastronómicas y artesanales. Museo de sitio ,	Zuleta Angochagua

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Estos resultados fueron obtenidos en base a la pregunta 20 de la encuesta 3 la cual está dirigida a los turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Angochagua.

4.3 Factores localización y desarrollo de los micro-emprendimientos

La parroquia de Angochagua desde el año 2015 cuenta con una vía de primer orden que comunica las ciudades como son Ibarra-Cayambe-Aeropuerto Mariscal Sucre y la capital del Ecuador Quito, esta vía ha permitido reducir los diferentes puntos de tráfico existentes en la E35 como también la distancia entre los diferentes puntos ya mencionados.

Este factor de vitalidad ha permitido que el turismo sea una alternativa donde los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales puedan ofertar sus servicios y productos a los turistas en distintas maneras como ferias, turismo comunitario entre otros, como también disfrutar de un aire puro y un hermoso paisaje típico de la zona el cual impresiona a propios y extraños. El problema que más se enfatiza por los encuestados es la falta de algunos servicios básicos en algunas de sus comunidades como son la Rinconada, Angochagua, la Magdalena, Chilco y Cochabamba sus habitantes están totalmente conscientes que sin estos servicios básicos es difícil desarrollar de excelente manera los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales los cuales representan la esencia y el trabajo de su gente.

Para ello se dan a conocer los factores tomados en cuenta en esta investigación tales como:

Factores decisivos: se les denomina factores decisivos porque si falta uno de ellos, la productividad de los micro-emprendimientos sería nula o quizá no existiría, por lo tanto el desarrollo de la parroquia se vería intensamente limitado, entre ellos se consideraron en la investigación los siguientes:

- Existencia de vías de comunicación.
- Disponibilidad de agua potable y alcantarillado.
- Disponibilidad de energía eléctrica.
- Disponibilidad de comunicación (telefónica, internet).
- Atractivos turísticos.
- Servicios médicos.
- Señalización turística.
- Otros.

Factores importantes: permiten unir puentes de comunicación y estrategias de comercialización que ayuden a promover el turismo desde distintas ciudades, se consideraron los siguientes factores:

- Proximidad de las vías principales.
- Topografía
- Aeropuerto cercano.
- Circunvecinos.

Estos resultados fueron obtenidos en base a la pregunta 5,6,7,8,9,10 de la encuesta 1 y 2 la cual está dirigida a los propietarios de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales de la parroquia de Angochagua.

4.4 Análisis de las encuestas.

Son cuatro encuestas que fueron aplicadas específicamente a los propietarios de micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales de manera particular. Se consideró a turistas nacionales y extranjeros quienes visitaron las zonas de mayor influencia siendo el caso de Zuleta y Magdalena, la última encuesta estuvo dirigida a consumidores de productos agroindustriales.

Encuesta 1 aplicada a los propietarios de los micro-emprendimientos turísticos de la parroquia de Angochagua.

1 Género:

Tabla 1:

Género del encuestado

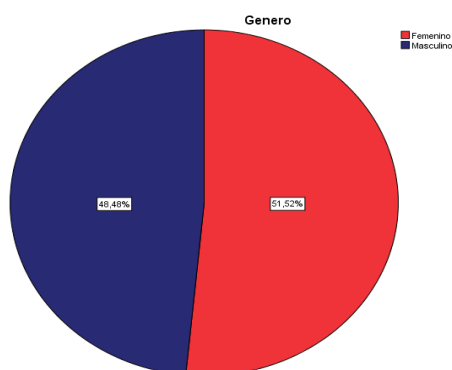
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	17	51,5	51,5	51,5
	Masculino	16	48,5	48,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 1:

Género del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 51,5% se destacan la mujeres como entes productivas con iniciativas de empresarias, con la responsabilidad de ayudar en los ingresos económicos dentro del hogar y contar con nuevas alternativas de desarrollo en el ámbito turístico.

2 Edad:

Tabla 2:

Edad del encuestado

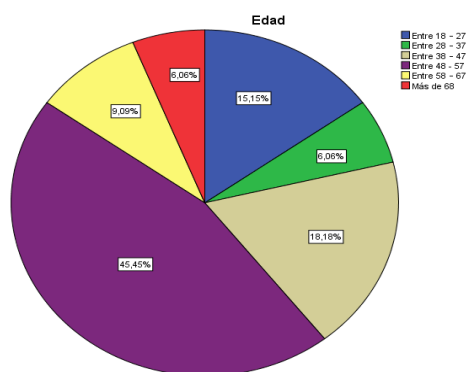
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 18 – 27	5	15,2	15,2	15,2
	Entre 28 – 37	2	6,1	6,1	21,2
	Entre 38 – 47	6	18,2	18,2	39,4
	Entre 48 – 57	15	45,5	45,5	84,8
	Entre 58 – 67	3	9,1	9,1	93,9
	Más de 68	2	6,1	6,1	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 2:

Edad del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 45.5% asegura que en este periodo de edad es sumamente difícil encontrar trabajo en diferentes instituciones, la forma de asegurar su estabilidad económica es tener un negocio propio que ayude a generar ingresos para sustentabilidad de la familia.

3 Cargo:

Tabla 3:

Cargo del encuestado

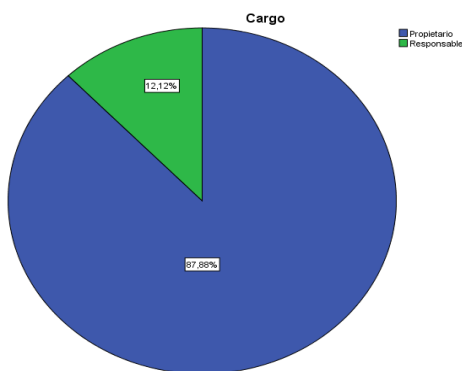
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Propietario	29	87,9	87,9	87,9
	Responsable	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 3:

Cargo del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 87,9% de los micro-emprendimientos están administrados por sus propietarios, en alguno de los casos son herencias de sus padres pero en su gran mayoría son el fruto del trabajo, unión y el esfuerzo. El 12,1% de los micro-emprendimientos se encuentra en responsabilidad de los hijos ya que sus padres se dedican a otro tipo de actividades que ayudan a generar mayores ingresos para sus hogares.

4 Instrucción

Tabla 4:

Instrucción del encuestado

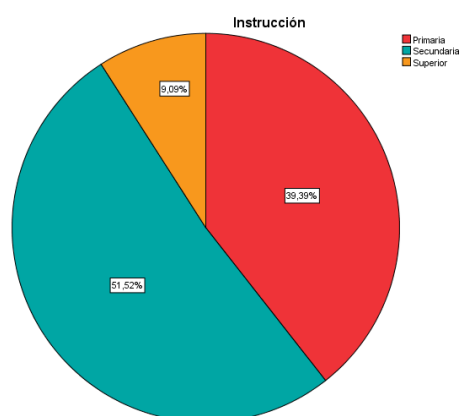
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	13	39,4	39,4	39,4
	Secundaria	17	51,5	51,5	90,9
	Superior	3	9,1	9,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 4:

Instrucción del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian, (2016).

El 51,5% de los propietarios han culminado su bachillerato esto ayudado a que puedan administrar de manera un poco más técnica sus micro-emprendimientos, mientras el 9,1% cursan estudios superiores y son hijos de los propietarios de algunos micro-emprendimientos y son los encargados de la administración, en ninguno de los casos se han especializado en turismo.

5 ¿Cómo ve el desarrollo de la parroquia?

Tabla 5:

Desarrollo Angochagua

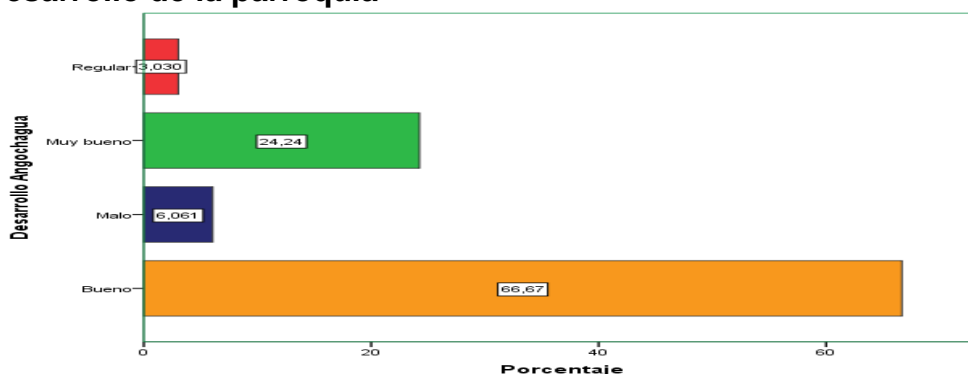
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	22	66,7	66,7	66,7
	Malo	2	6,1	6,1	72,7
	Muy bueno	8	24,2	24,2	97,0
	Regular	1	3,0	3,0	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 5:

Desarrollo de la parroquia



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian, (2016).

El 66,7% de los encuestados manifiestan que el desarrollo de la parroquia ha sido buena, mientras que el 24,2% expresan ser muy buena. En esta administración encabezada por el GAD parroquial se han destacado en distintas obras como vialidad, seguridad, deporte, cultura. Pero manifiestan que hay varios ejes en los cuales no se han trabajado o si se los ha hecho ha sido insuficiente por ejemplo servicios básicos.

6 ¿Con que servicios e infraestructura básica cuenta la parroquia de Angochagua para el desarrollo del turismo?

Tabla 6:

Factores de localización

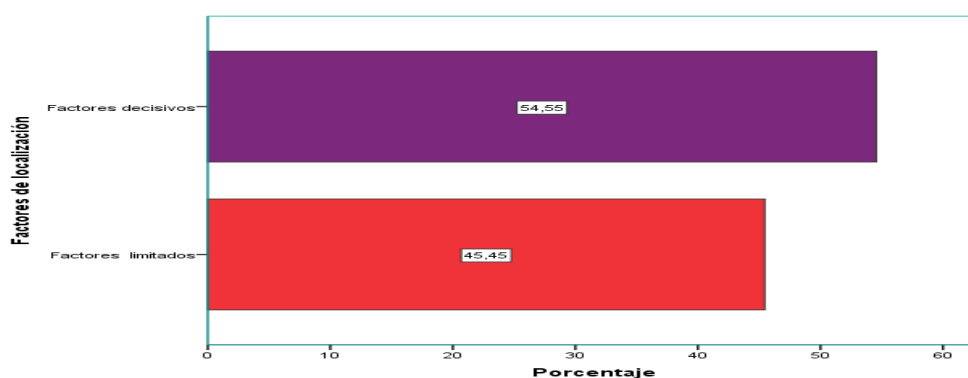
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Factores limitados	15	45,5	45,5	45,5
	Factores decisivos	18	54,5	54,5	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 6:

Factores de localización



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Los factores limitantes ocupan un 45,5% la falta de agua potable, alcantarillado, alumbrado público, carreteras , cunetas, señalización turística son escasas o no están implementadas en algunas de las comunidades como son la Rinconada, Chilco, Magdalena , Angochagua. Mientras el 54,5% poseen todos los servicios básicos y una carretera de primer orden que comunica Ibarra-Zuleta-Quito. Destacando que en esta comunidad existe mayor número de micro-emprendimientos turísticos.

7 ¿Por qué medios se dan a conocer las artesanías elaborados en la parroquia?

Tabla 7:

Medios de promoción

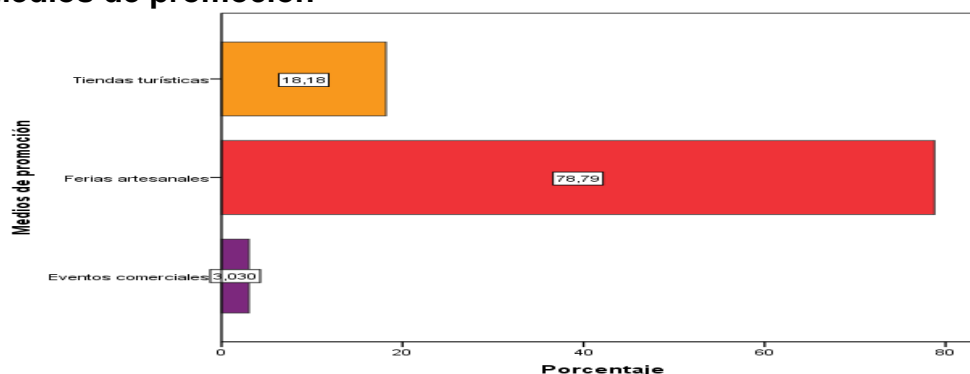
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Eventos comerciales	1	3,0	3,0	3,0
	Ferias artesanales	26	78,8	78,8	81,8
	Tiendas turísticas	6	18,2	18,2	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 7:

Medios de promoción



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 78,8% de los encuestados determinan que la mejor forma de ofertar sus artesanías es por medio de ferias artesanales que se realizan por lo general en la comunidad de Zuleta los fines de semana. En las demás comunidades las ferias son realizadas ocasionalmente. Mientras que el 18,2% se dan a conocer en tiendas turísticas donde exponen sus artesanías y por lo general se concentran en la misma comunidad ya mencionada.

8 ¿Qué entidades públicas y privadas han aportado con conocimiento técnico para el desarrollo de los micro emprendimientos turísticos?

Tabla 8:

Entidades públicas y privadas

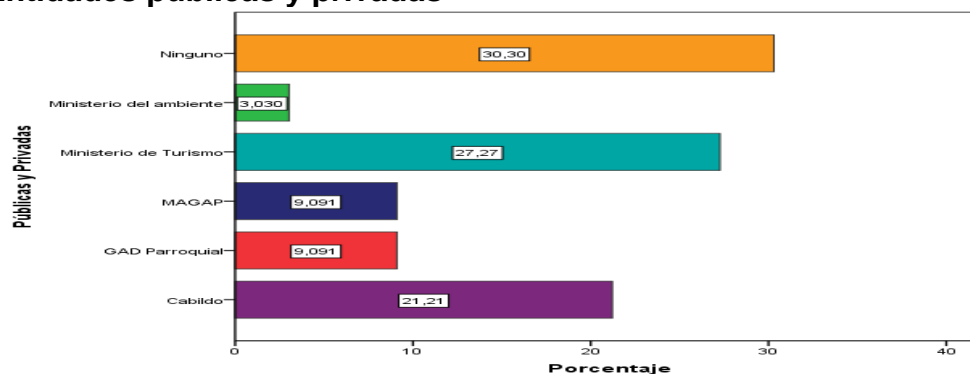
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cabildo	7	21,2	21,2	21,2
	GAD Parroquial	3	9,1	9,1	30,3
	MAGAP	3	9,1	9,1	39,4
	Ministerio de Turismo	9	27,3	27,3	66,7
	Ministerio del Ambiente	1	3,0	3,0	69,7
	Ninguno	10	30,3	30,3	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 8:

Entidades públicas y privadas



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 30,3% de los encuestados manifiesta que ninguna entidad pública, privada han aportado con conocimientos técnicos que ayuden al desarrollo de los micro-emprendimientos, mientras que el 27,3% manifiesta que han recibido capacitaciones por parte del Ministerio de Turismo pero han sido insuficientes y mal direccionadas en los temas.

9 ¿Qué tipo de inversión financiera han recibido para el mejoramiento de los micro-emprendimientos?

Tabla 9:

Inversión financiera

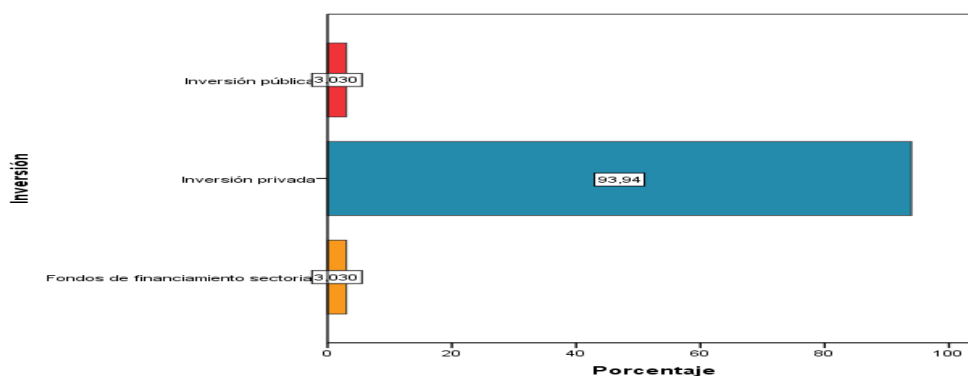
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Fondos de financiamiento sectorial	1	3,0	3,0	3,0
	Inversión privada	31	93,9	93,9	97,0
	Inversión pública	1	3,0	3,0	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 9:

Inversión financiera



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 93,9% dio a conocer que la inversión para el mejoramiento de sus micro-emprendimientos ha surgido de las pocas ganancias que se han generado en los mismos, mientras el 6% dividido en fondos sectoriales e inversión pública el inconveniente radica en la existencia de trabas y un sinnúmero papeleos que no agilizan el financiamiento.

10 ¿Cuáles son los servicios que presta su establecimiento turístico?

Tabla 10:

Servicios establecimiento

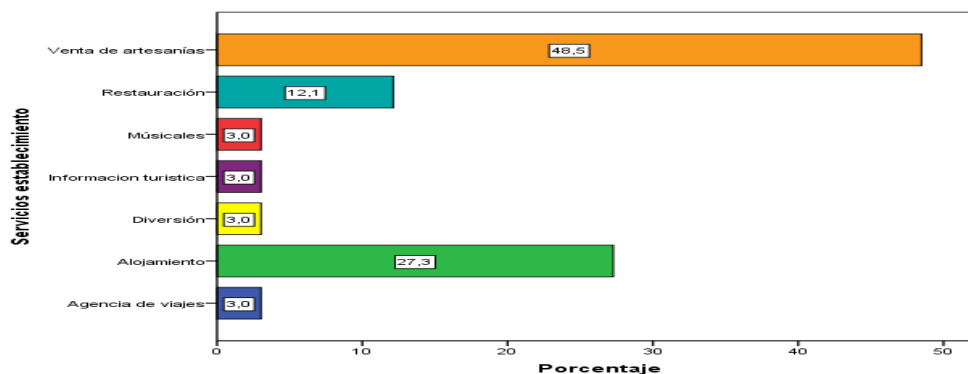
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Agencia de viajes	1	3,0	3,0	3,0
	Alojamiento	9	27,3	27,3	30,3
	Diversión	1	3,0	3,0	33,3
	Información turística	1	3,0	3,0	36,4
	Musicales	1	3,0	3,0	39,4
	Restauración	4	12,1	12,1	51,5
	Venta de artesanías	16	48,5	48,5	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 10:

Servicios turísticos



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

La parroquia de Angochagua se caracteriza por las artesanías como son los bordados a mano, madera, alfarería entre otros por ello 48,5% prestan sus servicios mediante la venta de artesanías, seguido por la prestación de servicios de alojamiento con un 27,3% ubicados en las comunidades de Zuleta y la Magdalena. Otros servicios no se han visibilizado por falta de organización.

11 ¿A qué clasificación pertenece su establecimiento turístico?

Tabla 11:

Clasificación turística

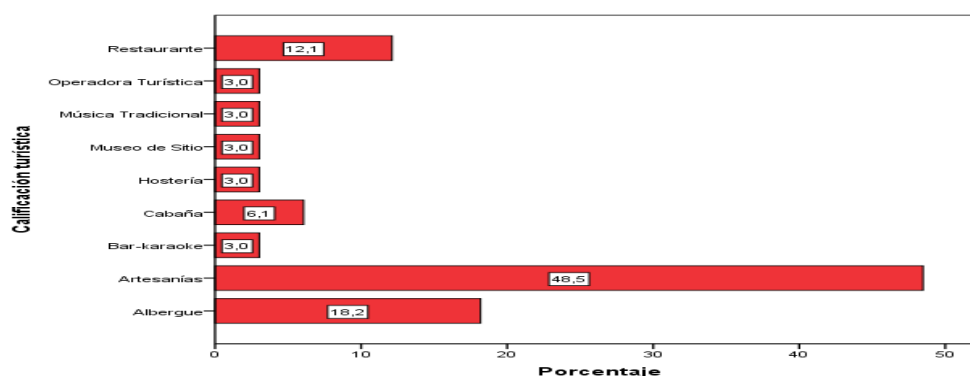
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Albergue	6	18,2	18,2	18,2
	Artesanías	16	48,5	48,5	66,7
	Bar-karaoke	1	3,0	3,0	69,7
	Cabaña	2	6,1	6,1	75,8
	Hostería	1	3,0	3,0	78,8
	Museo de Sitio	1	3,0	3,0	81,8
	Música Tradicional	1	3,0	3,0	84,8
	Operadora Turística	1	3,0	3,0	87,9
	Restaurante	4	12,1	12,1	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 11:

Clasificación turística



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 48,5% dedicado a la elaboración y venta de artesanías, seguido por hospedaje donde combinan varias actividades tales como alimentación, caminatas, senderismo, mientras el 3% da a conocer que hace falta infraestructura turística.

12 ¿Qué tiempo su establecimiento turístico lleva funcionando en el mercado?

Tabla 12:

Tiempo de funcionamiento

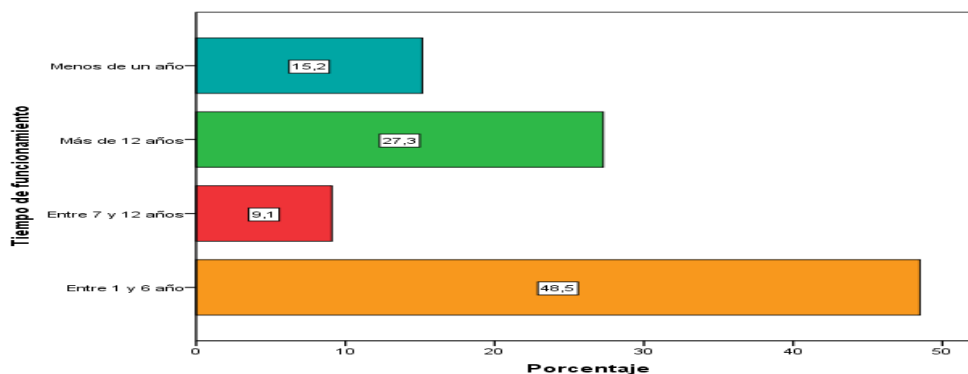
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 1 y 6 año	16	48,5	48,5	48,5
	Entre 7 y 12 años	3	9,1	9,1	57,6
	Más de 12 años	9	27,3	27,3	84,8
	Menos de un año	5	15,2	15,2	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 12:

Tiempo funcionamiento



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016)

El 48,5% de los micro-emprendimientos lleva en funcionamiento entre uno y seis años, este tiempo les ha permitido ofertar sus productos y servicios en el mercado turístico, en comparación al 15,2% lleva funcionando menos de un año por lo general ven con entusiasmo la apertura de sus micro-emprendimientos ya que en la actualidad poseen una vía de primer orden que conecta con el aeropuerto Mariscal Sucre.

13 ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento turístico?

Tabla 13:

Personas trabajo

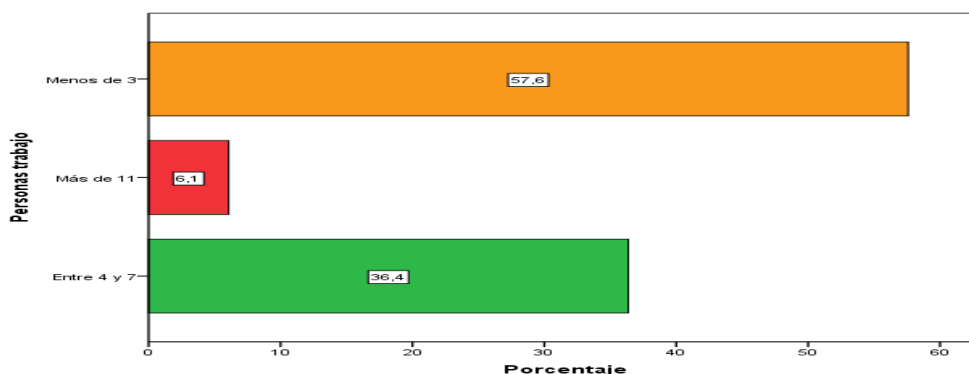
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 4 y 7	12	36,4	36,4	36,4
	Más de 11	2	6,1	6,1	42,4
	Menos de 3	19	57,6	57,6	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 13:

Personas trabajo



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 57,6% de los encuestados da a conocer que en sus micro-empresarios trabajan de uno a tres personas en su mayoría son personas que conforman el grupo familiar, mientras el 6,1% corresponde a asociaciones que al organizarse han logrado generar más fuentes de trabajo y mejorar la calidad de vida.

14 ¿De qué servicios dispone su establecimiento turístico?

Tabla 14:

Disponibilidad de servicios

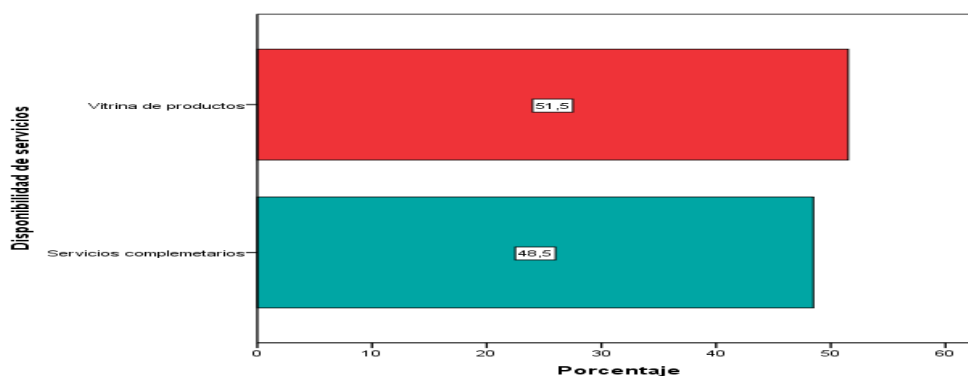
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Servicios complementarios	16	48,5	48,5	48,5
	Vitrina de productos	17	51,5	51,5	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 14:

Disponibilidad de servicios



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 51,1% de los micro-emprendimientos dedicados a las artesanías disponen de vitrinas para la exposición de sus bordados, alfarería, bisutería, vestimenta autóctona, trabajo en madera y cuero. Por lo tanto los 48,5% correspondientes a restaurantes y alojamientos poseen por lo general disponen de wi-fi, parqueadero, áreas verdes y en caso particular del alojamiento agua caliente.

15 ¿A qué categoría pertenece su establecimiento turístico?

Tabla 15:

Categoría establecimientos

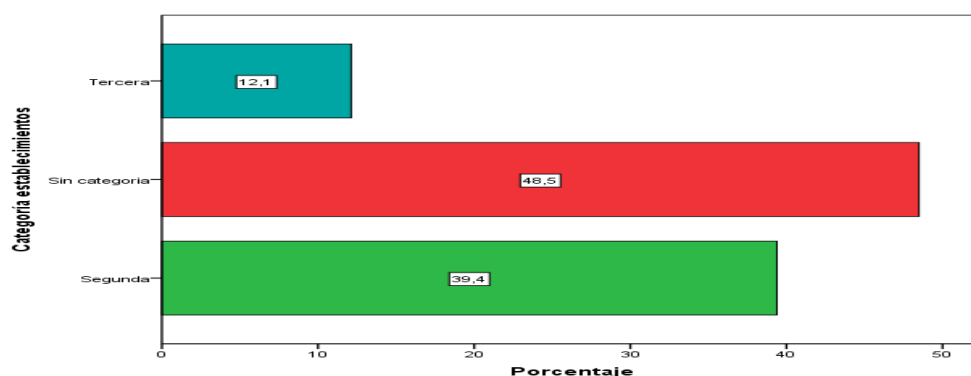
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Segunda	13	39,4	39,4	39,4
	Sin categoría	16	48,5	48,5	87,9
	Tercera	4	12,1	12,1	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 15:

Categoría establecimiento



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 39,4% de los alojamientos pertenecen a segunda categoría donde se destacan albergues, cañas y hosterías estas cuentas con servicios muy básicos y tienen espacio limitado para 5 personas en su mayoría. El 12,1% perteneciente a los restaurantes tercera categoría (1 tenedor) el cual se caracteriza por ofrecer platos básicos como sopas, especialidades y postres de casa o frutas, no tienen un menú variado. El 48,5% no tiene ninguna categoría establecida y son en su mayoría tiendas de artesanías.

16 ¿A qué segmento de mercado está destinado su establecimiento turístico?

Tabla 16:

Segmento de mercado

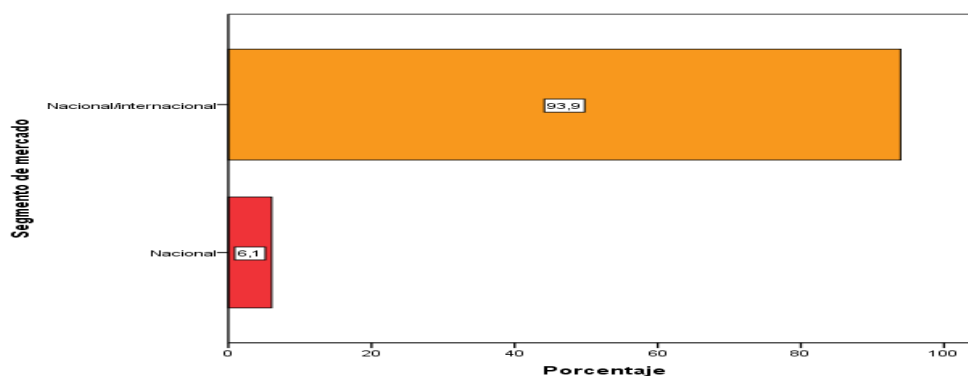
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nacional	2	6,1	6,1	6,1
	Nacional/internacional	31	93,9	93,9	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 16:

Segmento de mercado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El segmento al cual están direccionado sus productos y servicios corresponde en un 93,9% a turistas nacionales e internacionales, quienes son los que mayor tiempo de estadía y dinero deponen por la compra de diferentes bienes y servicios en las comunidades.

17 ¿Qué medios de comunicación utiliza para promocionar su establecimiento turístico?

Tabla 17:

Medios comunicación

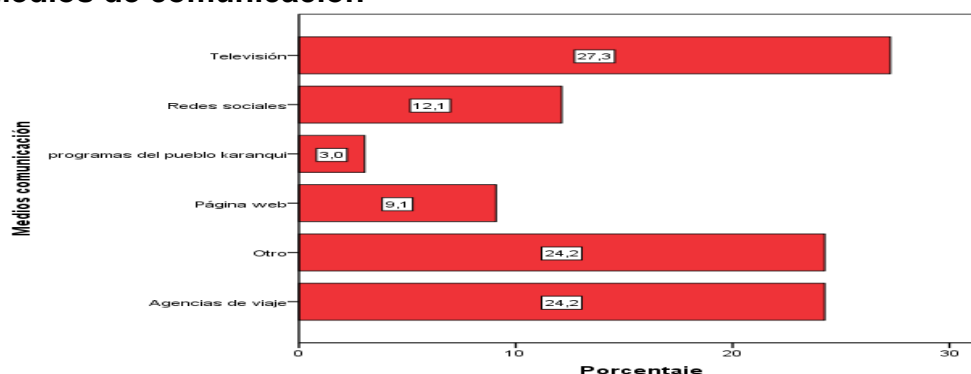
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Agencias de viaje	8	24,2	24,2	24,2
	Otro	8	24,2	24,2	48,5
	Página web	3	9,1	9,1	57,6
	programas del pueblo karanqui	1	3,0	3,0	60,6
	Redes sociales	4	12,1	12,1	72,7
	Televisión	9	27,3	27,3	100,0
	Total	33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 17:

Medios de comunicación



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

En el caso de los servicios de alojamiento el 24,2% los ayuda a promocionar las agencias de viaje como son Klein tours y Pachaquilla tours, por medio de paquetes turísticos ofertados en sus páginas web. Mientras el 27,3% de las artesanías han debido gestionar la visita de canales de televisión como Ecuavisa y Televisión pública. El 24,2% opta por tarjetas de presentación, trípticos, afiches.

18 ¿Cómo califica usted el servicio ofrecido al turista en su establecimiento?

Tabla 18:

Calificación propietario

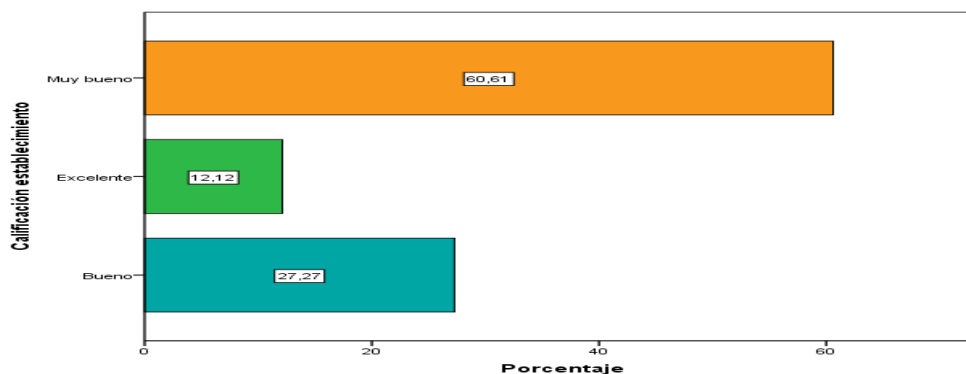
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	9	27,3	27,3	27,3
	Excelente	4	12,1	12,1	39,4
	Muy bueno	20	60,6	60,6	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 18:

Calificación propietario



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Mediante la encuesta realizada el 60,6% de los propietarios, brindar todos los servicios de manera adecuada con el propósito de que los turistas se sientan satisfechos y puedan volver en otra ocasión con más amigos o familiares. Mientras el 27,3% plantea que hace falta capacitaciones en atención al cliente.

19 Sabía usted. ¿Que la meta del sector turístico es ser la primera fuente de ingresos no petroleros en el Ecuador?

Tabla 19:

Meta sector turístico

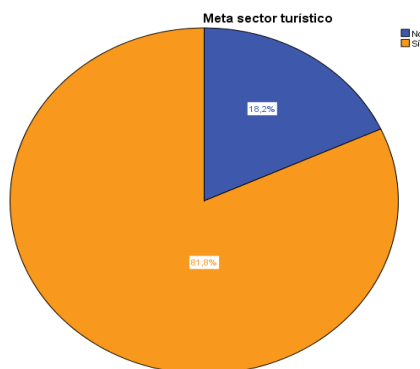
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	6	18,2	18,2	18,2
	Sí	27	81,8	81,8	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 19:

Meta del sector turístico



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 81,8% de los encuestados menciona haberse informado por medio de la televisión y las propagandas hechas para la promoción de nuestro país a nivel nacional e internacional en el ámbito turístico, y este sector sea el que genere divisas y aumente la economía del país. En cuanto el 18,2% mantiene que es complicado sustituir los ingresos petroleros por ingresos turísticos.

20 ¿Cree usted que la unión de voluntades del sector público y de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales promuevan un turismo de manera responsable, cultural y ambiental y que obtenga crear un negocio bueno para todos?

Tabla 20:

Integración sectores

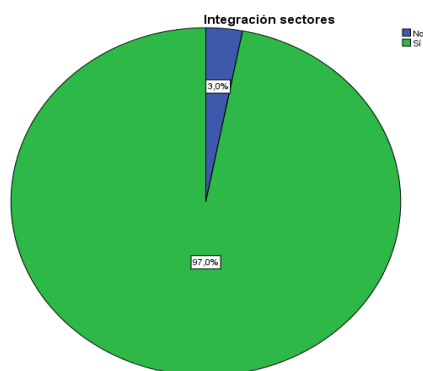
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	1	3,0	3,0	3,0
	Sí	32	97,0	97,0	100,0
Total		33	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 20:

Integración de sectores



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 97% de los encuestados opina que la unión de voluntades del sector público y los micro-emprendimientos llevaría a concluir proyectos que nazcan desde las necesidades de los actores turísticos, ayuden a reactivar y mejorar sus servicios. En tanto el 3% mantiene que es mejor trabajar individualmente y no espera de ninguna ayuda.

Encuesta 2 dirigida a propietarios de micro-empresarios agroindustriales de la parroquia de Angochagua cantón Ibarra provincia de Imbabura.

1 Genero:

Tabla 1:

Genero del encuestado

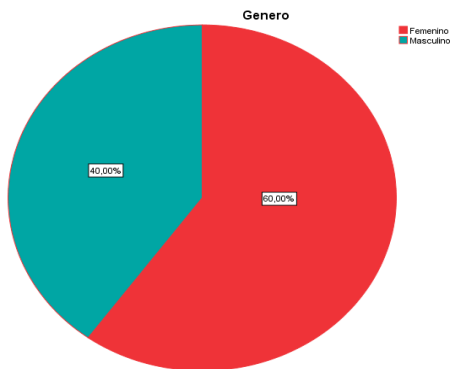
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	9	60,0	60,0	60,0
	Masculino	6	40,0	40,0	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 1:

Genero del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 60% de los propietarios de los micro-empresarios agroindustriales son mujeres y madres de familia que ayudan a satisfacer las necesidades de la familia mejorando la calidad de vida. El 40% son hombres dedicados plenamente a la actividad siendo esta su principal fuente de ingresos.

2 Edad:

Tabla 2:

Edad del encuestado

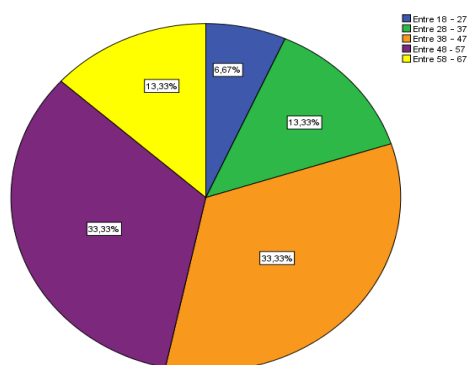
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 18 – 27	1	6,7	6,7	6,7
	Entre 28 – 37	2	13,3	13,3	20,0
	Entre 38 – 47	5	33,3	33,3	53,3
	Entre 48 – 57	5	33,3	33,3	86,7
	Entre 58 – 67	2	13,3	13,3	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 2:

Edad del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 33,3% de los encuestados mantienen que los micro-emprendimientos han pasado de generación en generación, donde uno de la familia tiene que administrar. Mientras el 13,3% son un referente de esfuerzo y dedicación constante que ha base de estudios en este ámbito han creado sus micro-emprendimiento agroindustrial con la finalidad de innovar el producto.

3 Cargo:

Tabla 3:

Cargo del encuestado

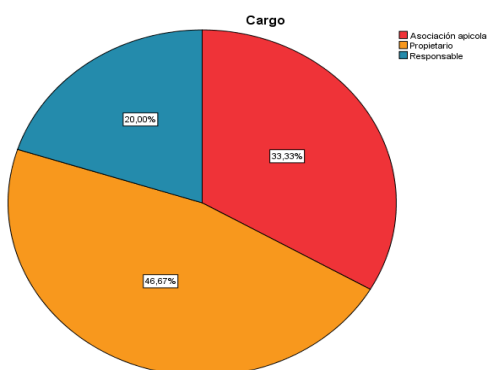
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Asociación apícola	5	33,3	33,3	33,3
	Propietario	7	46,7	46,7	80,0
	Responsable	3	20,0	20,0	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 3:

Cargo del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 46,7% de los micro-empresarios agroindustriales está administrado por sus propietarios de una u otra manera están encargados de todos los procesos de transformación de materia prima hasta obtener los productos terminados y listos para la venta. Mientras el 33,3% está legalmente constituida como asociación manifestado inconformidad a la hora de la toma de decisiones y la presencia de interés personales y no grupales siendo esta la causa principal de que varios integrantes hayan desertado de la asociación.

4 Instrucción

Tabla 4:

Instrucción del encuestado

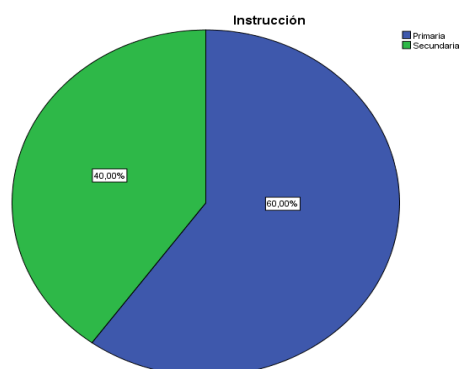
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Primaria	9	60,0	60,0	60,0
	Secundaria	6	40,0	40,0	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 4:

Instrucción del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 40% de los encuestados han terminado el bachillerato pero este no enfocado en el tema agroindustrial ellos parten del aprendizaje transmitido de padres a hijos para realización de los productos, en los últimos años han buscado ayuda para innovar sus productos en varios aspectos envasado, empacada en el caso de otros no han logrado y por ende no se ha podido abrir mercado.

5 ¿Cómo ve el desarrollo de la parroquia?

Tabla 5:

Desarrollo parroquia

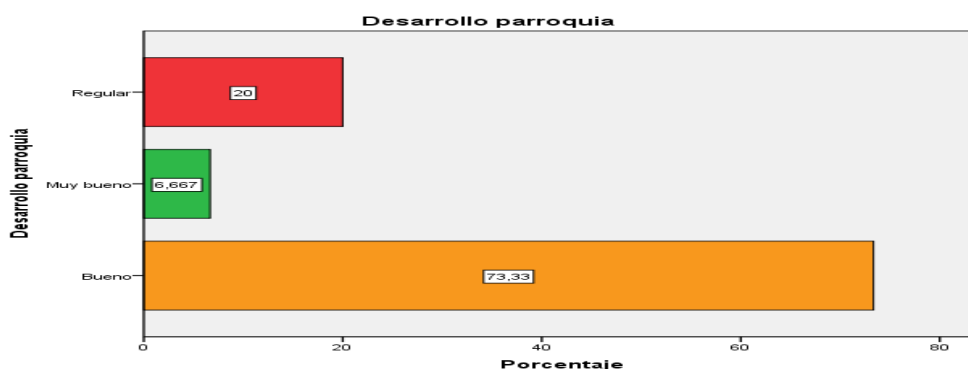
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bueno	11	73,3	73,3	73,3
	Muy bueno	1	6,7	6,7	80,0
	Regular	3	20,0	20,0	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 5:

Desarrollo de la parroquia



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 73,3% de los encuestados identifican que el desarrollo de la parroquia es bueno ya que las obras como vialidad es de suma importancia para expresar las manifestaciones culturales, el disfrute de sus paisajes y los visibilizar los productos que se elaboran. Mientras el 20% de los encuestados identifican varios problemas como la falta de servicios básicos que son base fundamental para el desarrollo económico y productivo.

6 ¿Con que servicios e infraestructura básica cuenta la parroquia de Angochagua para el desarrollo agroindustrial?

Tabla 6:

Factores generales

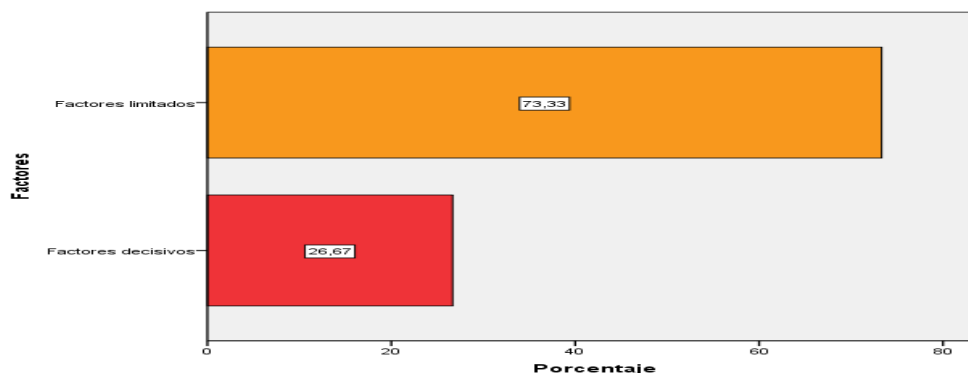
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos ² Factores decisivos	4	26,7	26,7	26,7
Factores limitados	11	73,3	73,3	100,0
Total	15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 6:

Factores generales



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 73,3% de los propietarios de los micro-emprendimientos agroindustriales de las comunidades de Magdalena, la Rinconada, Angochagua y Chilco identifican la falta de agua potable, alumbrado público, alcantarillado por ende no se han podido desarrollar varios proyectos ya que en los reglamentos municipales son la base primordial para la apertura de los mismos. Mientras el 26,7% de propietarios que residen en la comunidad de Zuleta se sienten satisfechos con los servicios básicos y sobre todo con su carretera de primer orden que comunica con el aeropuerto Mariscal Sucre.

7 ¿Por qué medios se dan a conocer los productos agroindustriales elaborados en la parroquia?

Tabla 7:

Medios de promoción

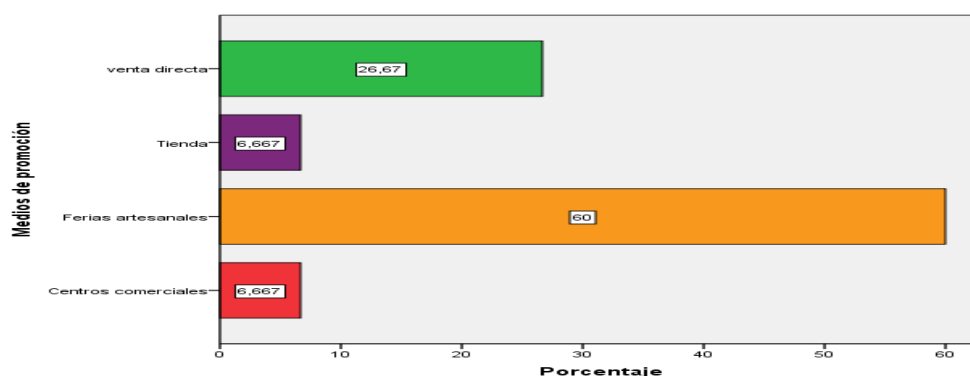
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Centros comerciales	1	6,7	6,7	6,7
	Ferias artesanales	9	60,0	60,0	66,7
	Tienda	1	6,7	6,7	73,3
	venta directa	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 7:

Medios de promoción



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 60% de los propietarios de micro-empresarios da a conocer sus productos por medio de ferias artesanales realizadas en la comunidad de Zuleta los días sábados y domingos. Mientras el 26,7% realiza la venta directa de lácteos a las tiendas establecidas en la parroquia de la esperanza, Angochagua y la ciudad de Ibarra donde ha tenido un buen recibimiento.

8 ¿Qué entidades públicas y privadas han aportado con conocimiento técnico para el desarrollo de los micro emprendimientos agroindustriales?

Tabla 8:

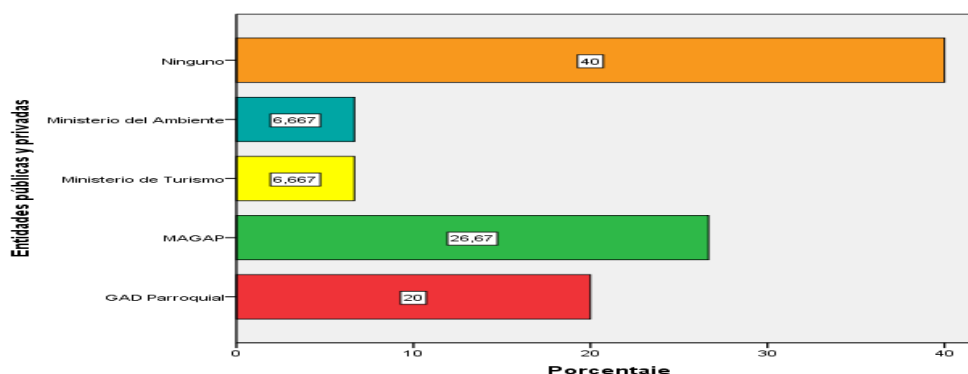
Entidades públicas y privadas		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	GAD Parroquial	3	20,0	20,0	20,0
	MAGAP	4	26,7	26,7	46,7
	Ministerio de Turismo	1	6,7	6,7	53,3
	Ministerio del Ambiente	1	6,7	6,7	60,0
	Ninguno	6	40,0	40,0	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 8:

Entidades públicas y privadas



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 40% de los propietarios da a conocer que ninguna entidad pública ni privada ayudado con la realización de algún proyecto o capacitación que conlleve a un fortalecimiento de los productos agroindustriales y permita competir en el mercado. Mientras el 26,7% dice en algún momento haber recibido capacitaciones y ayuda técnica por parte del MAGAP.

9 ¿Qué tipo de inversión financiera han recibido para el mejoramiento de los micro-emprendimientos agroindustriales?

Tabla 9:

Inversión financiera

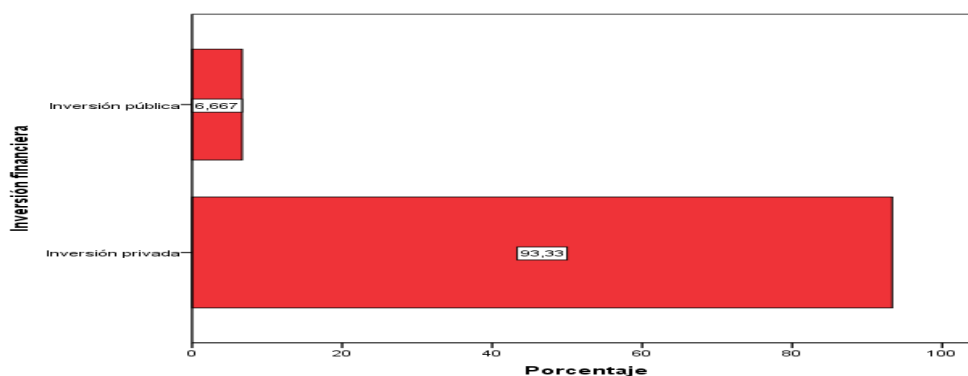
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Inversión privada	14	93,3	93,3	93,3
	Inversión pública	1	6,7	6,7	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 9:

Inversión financiera



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 93,3% de los propietarios han invertido en sus micro-emprendimientos sin la ayuda de entidades públicas mantienen que ha sido un sacrificio grande donde algunos debieron de vender sus terrenos o sus pertenencias para incorpora material tecnológico, en el caso de las asociaciones por estar unidas lograron obtener inversión pública para la apertura de su emprendimiento.

10 ¿Qué tipo de productos agrícolas procesados elabora en su micro emprendimiento agroindustrial?

Tabla 10:

Productos procesados

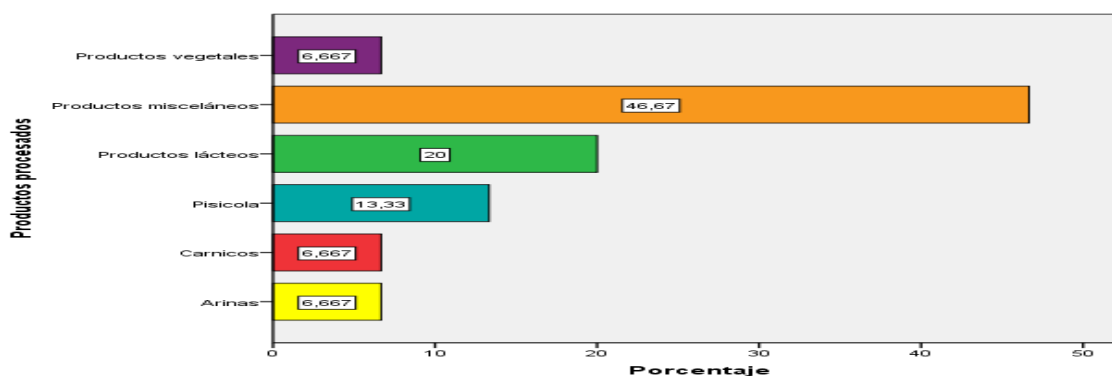
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Harinas	1	6,7	6,7	6,7
	Cárnicos	1	6,7	6,7	13,3
	Piscícola	2	13,3	13,3	26,7
	Productos lácteos	3	20,0	20,0	46,7
	Productos misceláneos	7	46,7	46,7	93,3
	Productos vegetales	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 10:

Productos procesados



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 46,7% de los encuestados entre ellos a cinco integrantes de la asociación 28 de agosto y emprendimientos individuales está dedicado a la realización de productos como miel polen, alcohol artesanal, mermeladas. Mientras el 20% se dedica a la compra y venta de leche y queso en algunos casos yogures destacando que solo los quesos cuentan con registro sanitario esto les ha permitido el ingreso al mercado.

11 ¿Qué tiempo su micro-emprendimiento agroindustrial lleva funcionando en el mercado?

Tabla 11:

Tiempo de funcionamiento

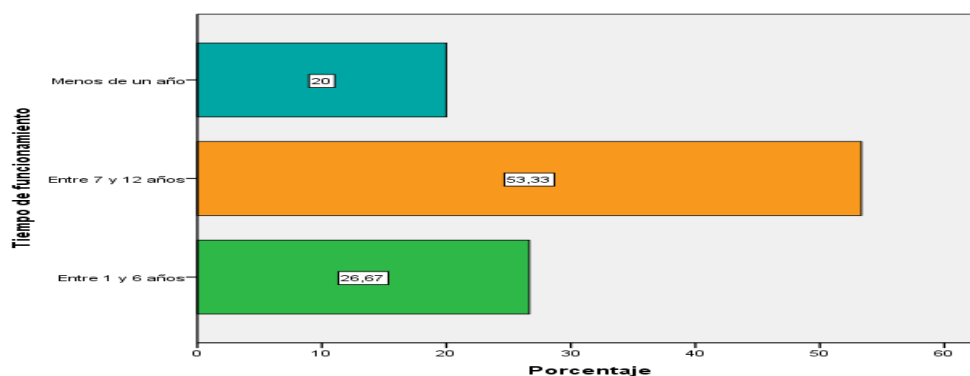
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 1 y 6 años	4	26,7	26,7	26,7
	Entre 7 y 12 años	8	53,3	53,3	80,0
	Menos de un año	3	20,0	20,0	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 11:

Tiempo de funcionamiento



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 53,3% de los micro-emprendimientos encuestados llevan funcionando entre 7 y 12 años lo cual les ha permitido ingresar al mercado en la cuestión de los quesos. Mientras el 23,6% lleva funcionando en un rango de 1 a 6 años, cabe destacar que todavía no han conseguido obtener los registros sanitarios para incorporar al mercado y solo es de venta local realizada a los turistas y personas de la comunidad mediante ferias organizadas.

12¿Cuántas personas trabajan en su micro-emprendimiento agroindustrial?

Tabla 12

Número de trabajadores

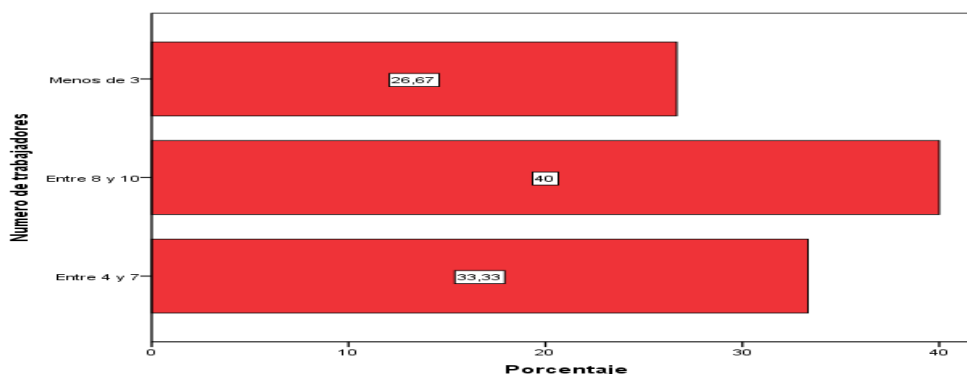
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 4 y 7	5	33,3	33,3	33,3
	Entre 8 y 10	6	40,0	40,0	73,3
	Menos de 3	4	26,7	26,7	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 12:

Número de trabajadores



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 26,7% de los micro-emprendimientos agroindustriales genera fuentes de trabajo entre 8 y 10 personas de manera directa e indirecta fomentando la economía local, en algunos casos los trabajadores pertenecen al mismo grupo familiar. Mientras el 26,7% es más familiar y no cuenta con equipo necesario es más artesanal los procesos de transformación.

13 ¿A qué tipo de mercado está destinado sus productos agroindustriales?

Tabla 13:

Mercado

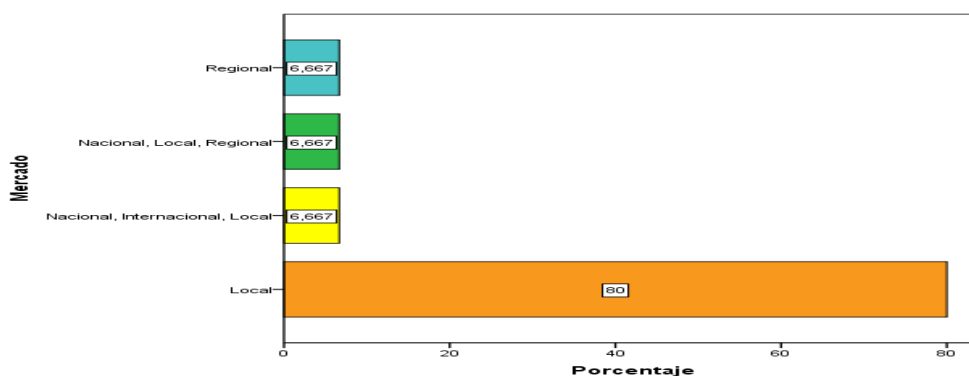
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Local	12	80,0	80,0	80,0
	Nacional, Internacional, Local	1	6,7	6,7	86,7
	Nacional, Local, Regional	1	6,7	6,7	93,3
	Regional	1	6,7	6,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 13:

Mercado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 80% de los encuestados aluden que sus productos son para el abastecimiento local y el 6,7% consideran que la venta realizada a los turistas extranjeros y nacionales es considerada parte de nuevos nichos de mercado que ayudara a fomentar la economía de los diferentes micro-emprendimientos.

14 ¿Qué medios utiliza para promocionar sus productos agroindustriales?

Tabla 14:

Publicidad

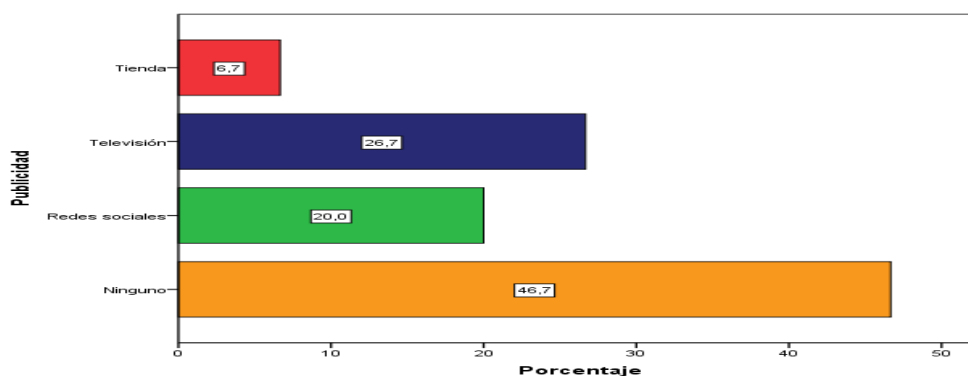
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ninguno	7	46,7	46,7	46,7
	Redes sociales	3	20,0	20,0	66,7
	Televisión	4	26,7	26,7	93,3
	Tienda	1	6,7	6,7	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 14:

Publicidad



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 46,7% de los propietarios no utilizado ninguna forma de publicidad, otro de los factores es el desconocimiento del tema, y la falta de dinero. Mientras el 26,7% se ha dado a conocer por reportajes de televisión entre ellos televisión pública y ecuavisa.

15 ¿Cuáles son las limitaciones que usted ha tenido para que los micro-emprendimientos agroindustriales no se desarrollen de la mejor manera?

Tabla 15:

Limitaciones

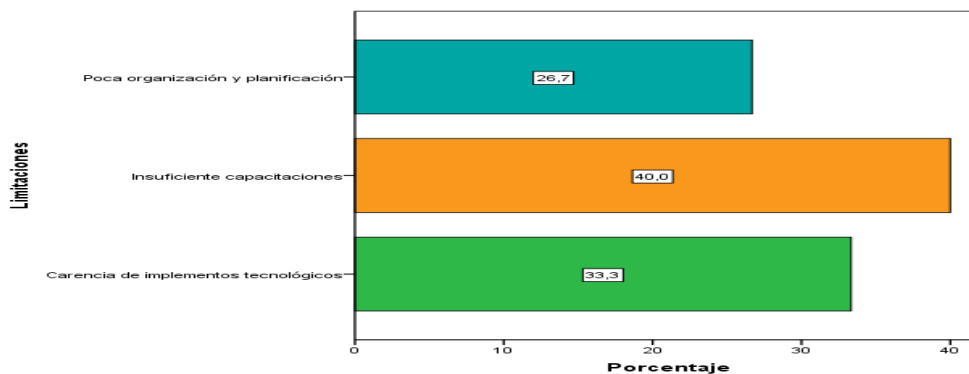
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Insuficiente capacitaciones	2	13,3	13,3	13,3
	Carencia de implementos tecnológicos	5	33,3	33,3	46,7
	Insuficiente capacitaciones	4	26,7	26,7	73,3
	Poca organización y planificación	4	26,7	26,7	100,0
	Total	15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 15:

Publicidad



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 33,3% de los encuestados dan a conocer que los implementos necesarios para la transformación de los productos agroindustriales son escasos y en otros insuficientes. Mientras el 26,7% demuestra su inconformidad sobre el desamparo que dan las autoridades a esta actividad, esto se ha dado por la desorganización y el trabajo individual de este sector

16 ¿Qué planes desarrollará a largo y mediano plazo?

Tabla 16:

Planes

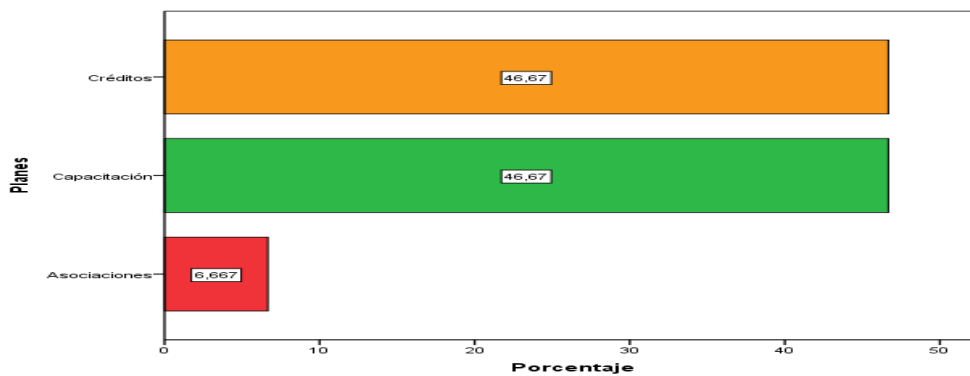
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Asociaciones	1	6,7	6,7	6,7
	Capacitación	7	46,7	46,7	53,3
	Créditos	7	46,7	46,7	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 16:

Planes



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 46,7% de los encuestados asumen realizar capacitaciones en diferentes temas que les ayuden a la innovación y la calida de sus productos, el problema es que no se organizan ni logran gestionar con ninguna entidad. Para el mejoramiento de los micro-emprendimientos realizaran créditos bancarios para la adquisición de tecnología y infraestructura adecuada.

17 Sabía usted. ¿Que la meta del sector turístico es ser la primera fuente de ingresos no petroleros en el Ecuador?

Tabla 17:

Sector turismo

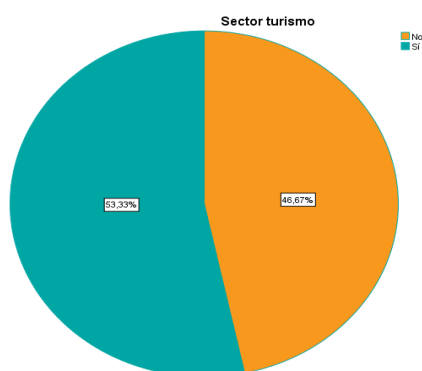
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	7	46,7	46,7	46,7
	Sí	8	53,3	53,3	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 17:

Sector turismo



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 53,3% de los encuestados tiene algo de conocimiento sobre la importancia del turismo y como ayuda a visibilizar sus productos y la finalidad es dinamizar la economía. Mientras el 46,7% no ha escuchado nada sobren el turismo y su influencia con la economía de un país, manifiestan que su sector es independiente del turismo.

18 ¿Cree usted que la unión de voluntades del sector público y de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales promuevan un turismo de manera responsable, cultural y ambiental y que obtenga crear un negocio bueno para todos?

Tabla 18:

Integración de sectores

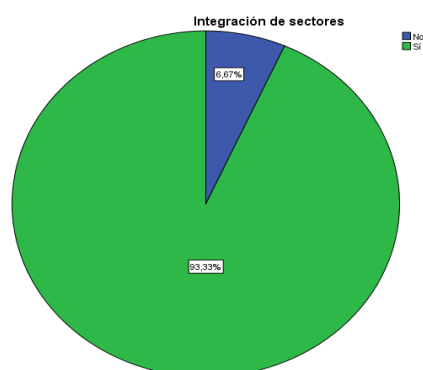
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	1	6,7	6,7	6,7
	Sí	14	93,3	93,3	100,0
Total		15	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 18:

Integración de sectores



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 93% de los encuestados están de acuerdo pero destacan que no sea con fines políticos y sea una organización que mantenga las puertas abiertas para todos y que se escuche las necesidades desde las bases y de esas bases se generen los distintos proyectos donde toda la parroquia sea reconocida por el trabajo integro.

Encuesta 3 dirigida a turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Angochagua cantón Ibarra provincia de Imbabura.

1 Genero:

Tabla 1:

Genero del encuestado

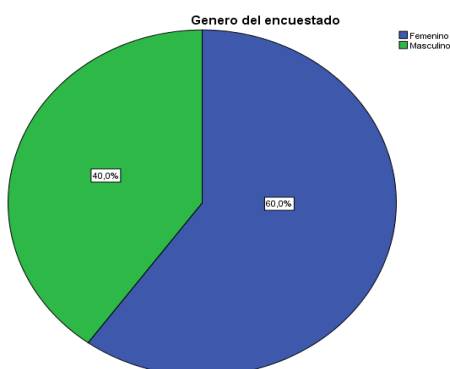
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	18	60,0	60,0	60,0
	Masculino	12	40,0	40,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 1:

Genero del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 60% de los encuestados, destacan que al estar en el trabajo de lunes a viernes es indispensable distraerse los fines de semana por lo general viajan con sus familiares o entre amigas y amigos de trabajo. La iniciativa nace desde el género femenino que eligen lugares cercanos y diferentes que puedan brindar nuevas experiencias.

2 Edad:

Tabla 2:

Edad del encuestado

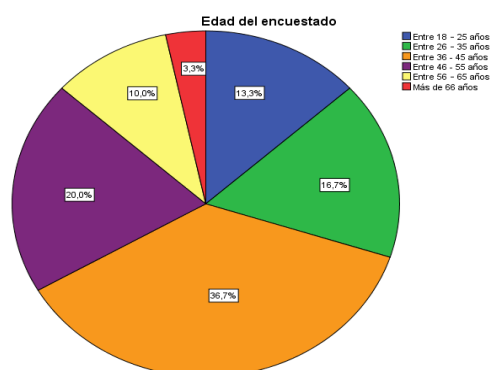
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 18 – 25 años	4	13,3	13,3	13,3
	Entre 26 – 35 años	5	16,7	16,7	30,0
	Entre 36 - 45 años	11	36,7	36,7	66,7
	Entre 46 - 55 años	6	20,0	20,0	86,7
	Entre 56 – 65 años	3	10,0	10,0	96,7
	Más de 66 años	1	3,3	3,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	—

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 2:

Edad del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 36,7% de los encuestados cuentan con un trabajo o negocios que proporciona suficiente ingreso económico que permite que puedan viajar, destacando que el 10% perteneciente personas que en algunos casos son jubilados y en otros poseen su propio negocio que ven la mejor manera de disfrutar su patrimonio viajando .

3 Origen:

Tabla 3:

Origen del encuestado

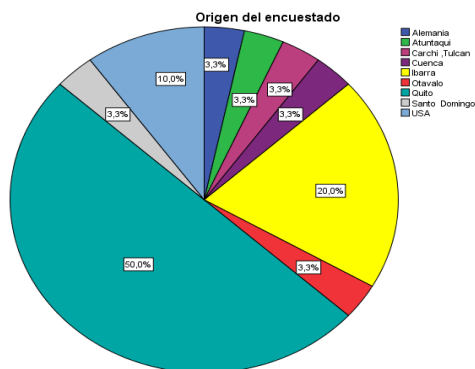
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alemania	1	3,3	3,3	3,3
	Atuntaqui	1	3,3	3,3	6,7
	Tulcán	1	3,3	3,3	10,0
	Cuenca	1	3,3	3,3	13,3
	Ibarra	6	20,0	20,0	33,3
	Otavalo	1	3,3	3,3	36,7
	Quito	15	50,0	50,0	86,7
	Santo Domingo	1	3,3	3,3	90,0
	USA	3	10,0	10,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 3:

Origen del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 50% de los turistas que visitan la parroquia de Angochagua pertenecen a la capital del Ecuador, el motivo es por la nueva vía de primer orden que comunica Ibarra-Quito, sus paisajes y la cultura han sido el principal motivo de visita. Mientras el 3% pertenecen a turistas extranjeros su principal motivación ha sido la visita a la hacienda Zuleta.

4 Estado Civil:

Tabla 4:

Estado civil

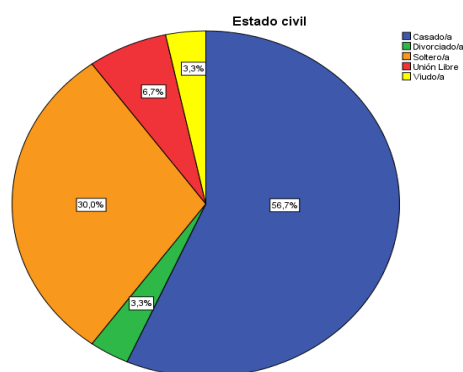
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casado/a	17	56,7	56,7	56,7
	Divorciado/a	1	3,3	3,3	60,0
	Soltero/a	9	30,0	30,0	90,0
	Unión Libre	2	6,7	6,7	96,7
	Viudo/a	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 4:

Estado civil



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 56,7% de los encuestados asumen un núcleo familiar los cuales organizan viajes de fines de semana para conocer y aprender en familia. Por lo tanto el 30% pertenece a personas que no tienen cargas familiares por lo cual prefieren viajar solos o acompañados con amigos y disfrutar lo que oferta el Ecuador. Estos segmentos son considerados apropiados para el turismo ya que son viajes programados y con gran curiosidad de conocer más lugares dentro de la parroquia.

5 Nivel de Educación:

Tabla 5:

Nivel de educación

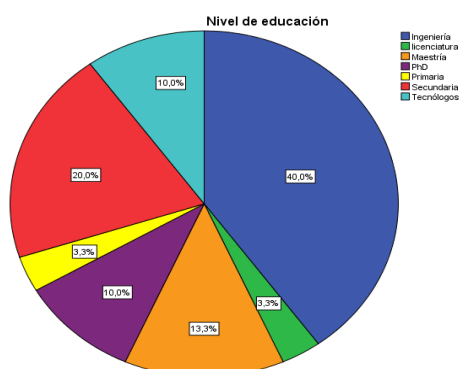
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ingeniería	12	40,0	40,0	40,0
	Licenciatura	1	3,3	3,3	43,3
	Maestría	4	13,3	13,3	56,7
	PhD	3	10,0	10,0	66,7
	Primaria	1	3,3	3,3	70,0
	Secundaria	6	20,0	20,0	90,0
	Tecnólogos	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 5:

Nivel de educación



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 40% de los encuestados que visitan la parroquia poseen título de tercer nivel profesionales desempeñándose en diferentes campos públicos como privados. Mientras el 20% de los turistas son estudiantes que los fines de semana viajan con sus padres, en algunos casos ya son adultos y se dedican al comercio de diferentes productos. El 13% constituye profesionales de cuarto nivel donde son considerados de suma importancia para futuros proyectos que se puedan desarrollar en la parroquia con ideas innovadoras que plantean este grupo de encuestados.

6 Del siguiente enunciado, seleccione el promedio de sus ingresos mensuales:

Tabla 6:

Promedio de ingresos mensuales

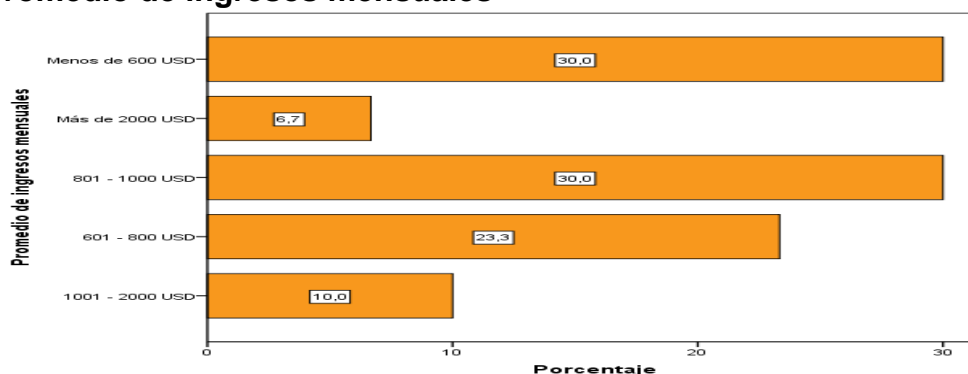
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1001 - 2000 USD	3	10,0	10,0	10,0
	601 - 800 USD	7	23,3	23,3	33,3
	801 - 1000 USD	9	30,0	30,0	63,3
	Más de 2000 USD	2	6,7	6,7	70,0
	Menos de 600 USD	9	30,0	30,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 6:

Promedio de ingresos mensuales



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 30% de los encuestados posee un valor adquisitivo entre 801-1000 dentro del ámbito turístico aportan mediante la compra de varios productos y servicios que oferta la parroquia dinamizando la economía de los micro-emprendimientos. El 30% tienen un sueldo básico o menos de 600 ellos prefieren la visita de atractivos naturales y por lo general la gastronomía.

7 En el año. ¿Con que frecuencia Usted realiza turismo?

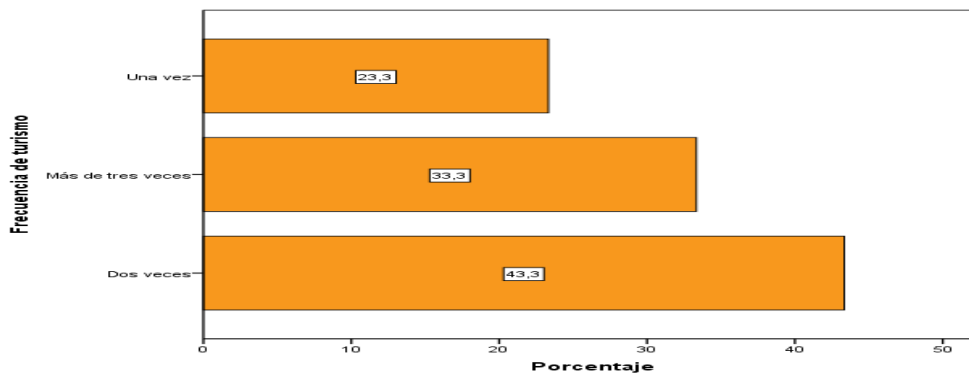
Tabla 7:

Frecuencia de turismo

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Dos veces	13	43,3	43,3	43,3
	Más de tres veces	10	33,3	33,3	76,7
	Una vez	7	23,3	23,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Figura 7:

Frecuencia de turismo



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 43,3% de las encuestas realizadas a los turistas manifiestan que viajan dos veces al mes y prefieren lugares con alternativas diferentes y cercanas del lugar de origen. Mientras el 33,3% visitan más de tres veces al año con la finalidad de comprar artesanías o productos que sean aptos para obsequiar en diferentes fechas del año, estos grupos ocupan los espacios de destinados en feriados para su visita a diferentes lugares del Ecuador.

8 ¿Qué porcentaje de su promedio anual de ingresos, destina Usted para realizar la actividad turística?

Tabla 8:

Porcentaje destinado al turismo

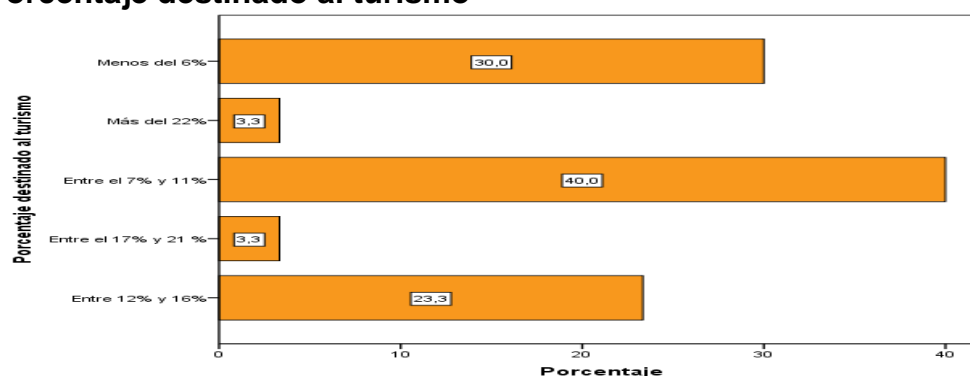
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 12% y 16%	7	23,3	23,3	23,3
	Entre el 17% y 21 %	1	3,3	3,3	26,7
	Entre el 7% y 11%	12	40,0	40,0	66,7
	Más del 22%	1	3,3	3,3	70,0
	Menos del 6%	9	30,0	30,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 8:

Porcentaje destinado al turismo



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 40% de los turistas encuestados mantiene que un porcentaje del sueldo está destinado para viajes por lo general fines de semana. El 30% mantiene un porcentaje menor y solo prefiere su visita de un día para aprovechar de las ferias que se realizan en la comunidad de Zuleta, mientras el 3,3% utiliza un porcentaje muy significativo para la activación económica local ya que sus viajes están programados y utilizan diferentes medios de servicios en sus visita por lo general en fines de semana, feriados y fechas cívicas

9 ¿Cuáles fueron sus principales motivos de visita a la Parroquia de Angochagua?

Tabla 9:

Motivos de visita

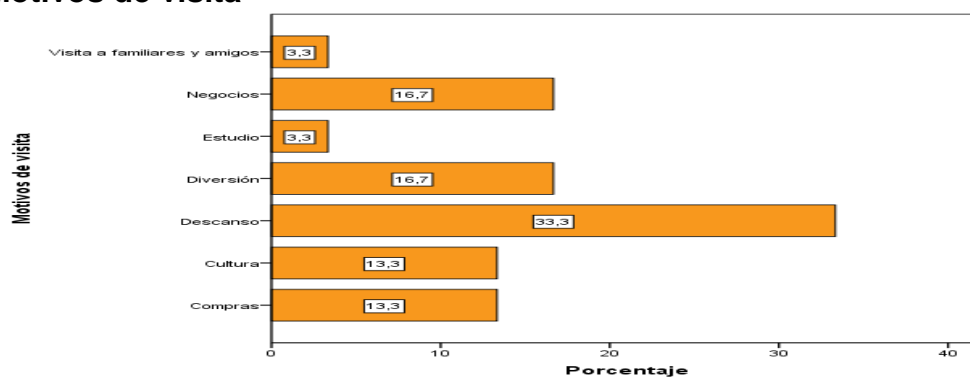
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Compras	4	13,3	13,3	13,3
	Cultura	4	13,3	13,3	26,7
	Descanso	10	33,3	33,3	60,0
	Diversión	5	16,7	16,7	76,7
	Estudio	1	3,3	3,3	80,0
	Negocios	5	16,7	16,7	96,7
	Visita a familiares y amigos	1	3,3	3,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 9:

Motivos de visita



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 33,3% de los encuestados mantienen que el motivo principal es salir de la rutina de trabajo y el estrés que produce la ciudad buscando lugares con mayor tranquilidad. Mientras el 13,3% prefieren por compras de artesanías y productos elaborados en la localidad que de una y otra manera van de mano con la cultura y sus diferentes expresiones las cuales fortalecen el turismo en la parroquia.

10 ¿Factores que influyeron para venir a la parroquia de Angochagua?

Tabla 10:

Factores influyentes

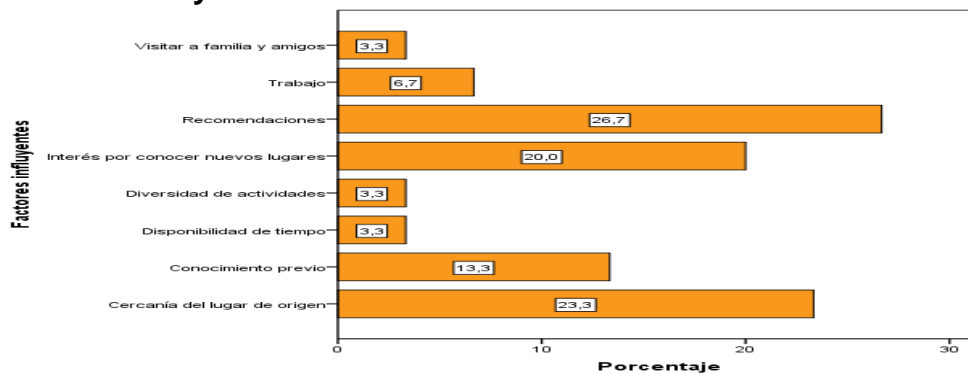
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cercanía del lugar de origen	7	23,3	23,3	23,3
	Conocimiento previo	4	13,3	13,3	36,7
	Disponibilidad de tiempo	1	3,3	3,3	40,0
	Diversidad de actividades	1	3,3	3,3	43,3
	Interés por conocer nuevos lugares	6	20,0	20,0	63,3
	Recomendaciones	8	26,7	26,7	90,0
	Trabajo	2	6,7	6,7	96,7
	Visitar a familia y amigos	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 10:

Factores influyentes



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 26,7% de los turistas encuestados mencionan que los factores que influyeron para la visita a la parroquia es por recomendaciones los cuales manifestaron sus experiencias y los diferentes productos y servicios que se pueden encontrar. El 23,3% mencionan que es por la cercanía del lugar combinado con la excelente vía existente y paisajes hermosos que cubren el transcurso del viaje.

11 ¿Cómo Supo usted de la parroquia de Angochagua?

Tabla 11:

Medios de difusión

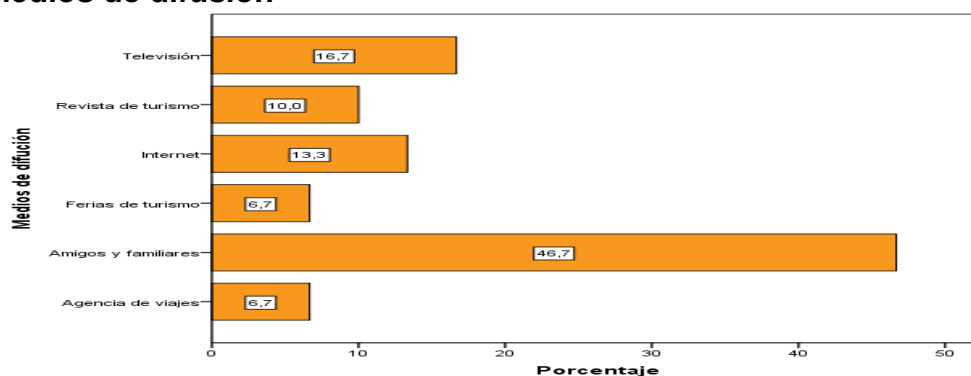
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Agencia de viajes	2	6,7	6,7	6,7
	Amigos y familiares	14	46,7	46,7	53,3
	Ferias de turismo	2	6,7	6,7	60,0
	Internet	4	13,3	13,3	73,3
	Revista de turismo	3	10,0	10,0	83,3
	Televisión	5	16,7	16,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	—

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 11:

Medios de difusión



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 46,7% de los turistas encuestados supo de la parroquia por amigos y familiares que habían visitado por circunstancias casuales. Siendo que el 16,7% se enteró mediante reportajes de televisión realizado a la asociación de mujeres bordadoras de Zuleta. Un 13,3% mediante el internet, el problema manifiestan que no hay datos concretos y las actividades que se puede realizar dentro de la parroquia más bien de pequeños emprendimientos que están trabajando de forma individual.

12 ¿Qué tipo de transporte utilizó para llegar a la parroquia de Angochagua?

Tabla 12:

Medio de transporte

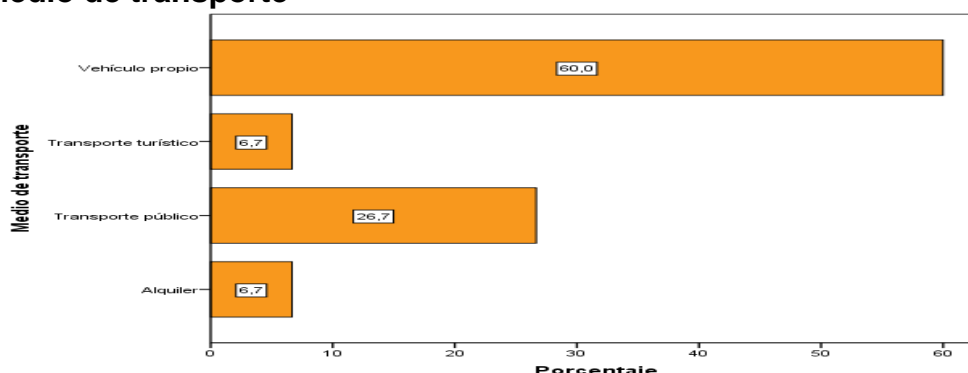
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Alquiler	2	6,7	6,7	6,7
	Transporte público	8	26,7	26,7	33,3
	Transporte turístico	2	6,7	6,7	40,0
	Vehículo propio	18	60,0	60,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	—

Fuente: aplicación de {2encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 12:

Medio de transporte



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 60% de los turistas utilizan vehículo propio esto ayuda a que el viaje se disfrute de manera más tranquila sin preocuparse del horario y poder visitar las diferentes comunidades que están alejadas y que poseen un potencial turístico muy alto. Mientras el 26,7% manifiesta que utiliza el transporte público que es un verdadero inconveniente ya que los buses que transitan se basan en horarios de disponibilidad no muy adecuados y el servicio es de pésima.

13 ¿Con cuánto tiempo de anticipación usted programo su visita?

Tabla 13:

Programación

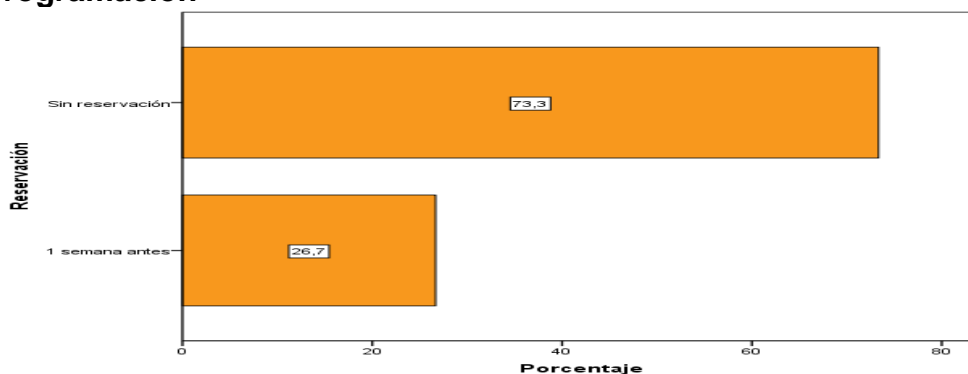
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 semana antes	8	26,7	26,7	26,7
	Sin reservación	22	73,3	73,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 13:

Programación



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 73,3% de los turistas encuestados mantienen que el tiempo de anticipación para el viaje no está programado es decir no realizan reservaciones de ningún tipo más bien es poder visitar otras alternativas de servicios que puedan darse dentro de la parroquia. Mientras 26,7% planifica una semana antes todas las actividades que se pueden desarrollar, investigan que atractivos más se pueden visitar.

14 ¿Medio por el cual reservó su visita?

Tabla 14:

Medio de reservación

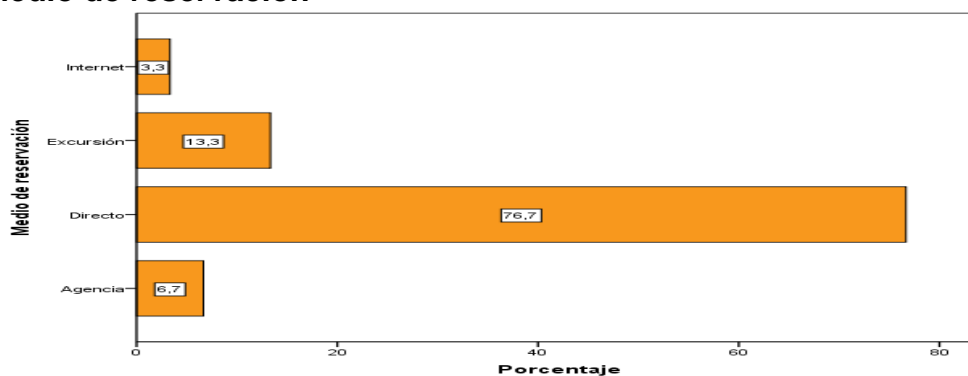
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Agencia	2	6,7	6,7	6,7
	Directo	23	76,7	76,7	83,3
	Excursión	4	13,3	13,3	96,7
	Internet	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 14:

Medio de reservación



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 76,7% de turistas encuestados manifiestan que la manera más fácil es negociar de manera directa entre productor y consumidor, entre prestador de ñ8servicio y cliente así se ahorra más y el dinero se genera en el lugar y se descartan intermediarios. Por lo tanto el 3,3% que visita solo va de excursión y no ve la necesidad de reservar servicios adicionales como hospedaje alimentación o compra de artesanías este es un problema ya que no deja ningún beneficio a la población más bien alteran los atractivos naturales por la contaminación.

15 ¿Cuál fue su forma de pago?

Tabla 15:

Forma de pago

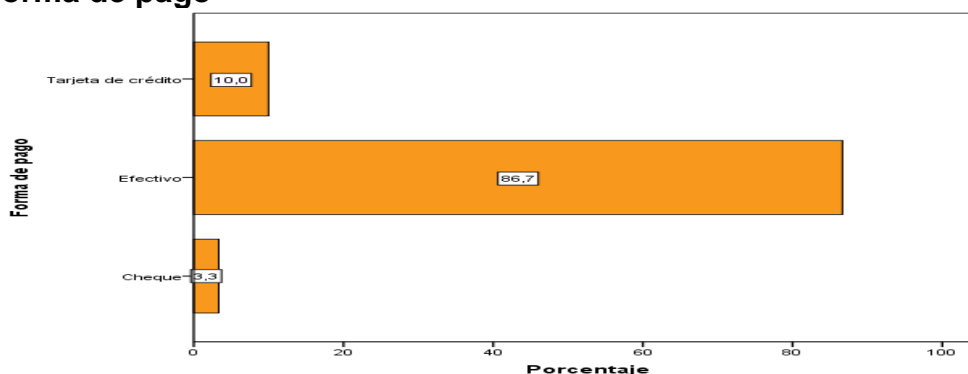
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cheque	1	3,3	3,3	3,3
	Efectivo	26	86,7	86,7	90,0
	Tarjeta de crédito	3	10,0	10,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	-

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 15:

Forma de pago



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 86,7% de los turistas encuestados manifiestan que para la compra de productos o la prestación de servicios cancelan con dinero al instante el inconveniente es que los diferentes micro-emprendimientos no están capacitados para manejar dinero electrónico, y la desconfianza en los cheques. Esto no ayuda más bien perjudica el servicio de calidad en casos el turista paga con un billete de 50 o 100 y los micro-emprendimientos no tienen el cambio y pierden su venta.

16 ¿En esta ocasión Usted viaja?

Tabla 16:

¿Viaja acompañado?

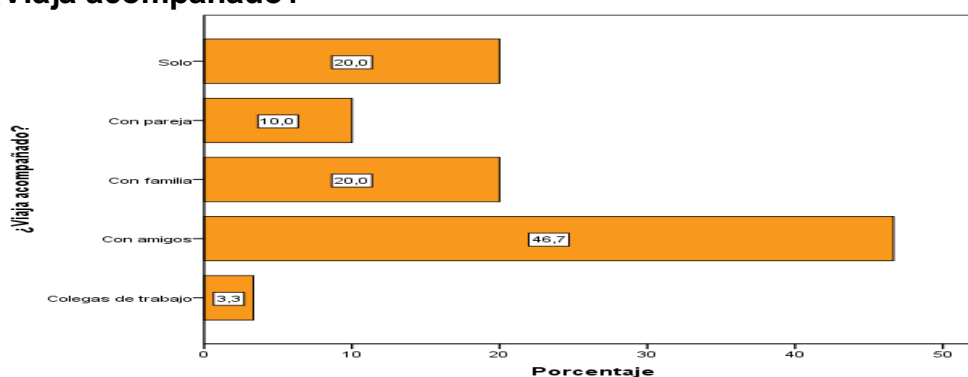
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Colegas de trabajo	1	3,3	3,3	3,3
	Con amigos	14	46,7	46,7	50,0
	Con familia	6	20,0	20,0	70,0
	Con pareja	3	10,0	10,0	80,0
	Solo	6	20,0	20,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 16:

¿Viaja acompañado?



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 46,7% de turistas que visitan la parroquia de Angochagua viajan con amigos en grupo promedio de 5 personas, mientras el 20% viaja con la familia comprendido padres, madres, hijos, abuelos, cuñados, sobrinos entre otros con un grupo promedio de 4 a 7 personas. El 20% viaja solo, pero este motivo se debe a la visita de familiares y amigos que habitan en la parroquia.

17¿Cuál fue su gasto promedio durante su estancia en la parroquia?

Alojamiento:

Tabla 17:

Gasto promedio alojamiento

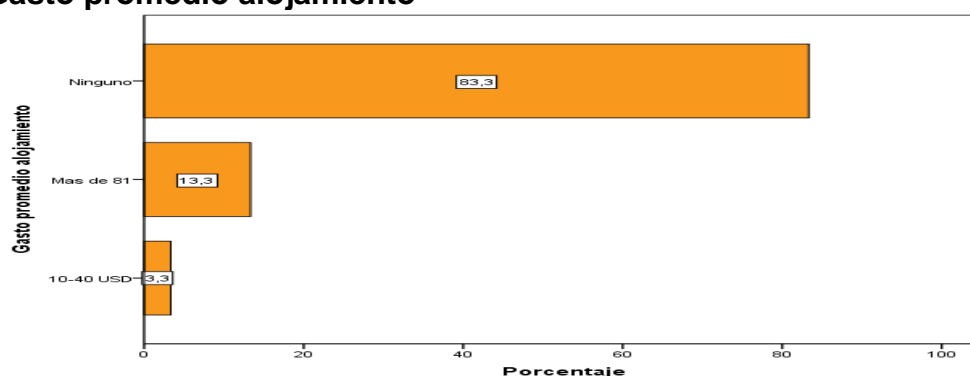
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	10-40 USD	1	3,3	3,3	3,3
	Más de 81	4	13,3	13,3	16,7
	Ninguno	25	83,3	83,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 17:

Gasto promedio alojamiento



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 83,3% de los encuestados viajan por 1 día y se regresan en la tarde o noche y no utilizan el servicio de alojamiento, el motivo manifiestan los encuestados es el desconocimiento de los diferentes lugares donde hospedarse como también la cercanía del lugar de origen del turista. Mientras el 13,3% mantiene que si utiliza el servicio de alojamiento ya que viajan con parejas.

Restauración:

Tabla 17:

Gasto promedio restauración

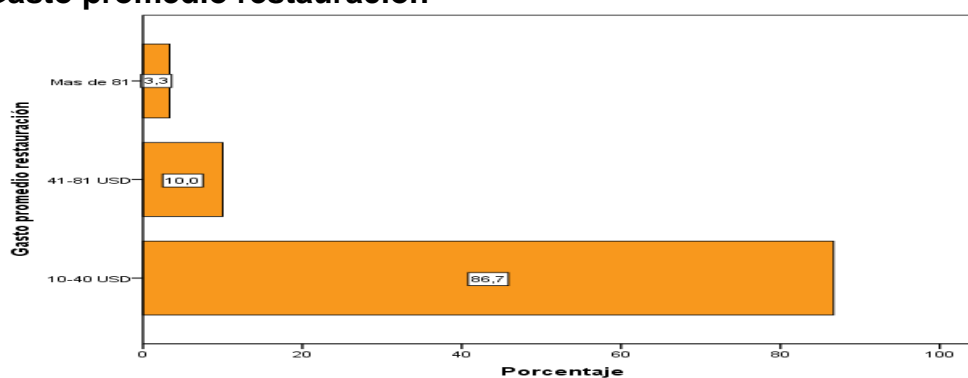
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	10-40 USD	26	86,7	86,7	86,7
	41-81 USD	3	10,0	10,0	96,7
	Más de 81	1	3,3	3,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 17:

Gasto promedio restauración



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 86,7% de los encuestados que visitan la parroquia recurren a los restaurantes y carpas de expendio de comida que existen en el lugar para saborear por lo general la gastronomía local entre los platos que más consumen son: caldo de gallina, papas con choclo y queso, sopas tradicionales, y como platos fuertes truchas en sus diferentes presentaciones, y carnes de cordero realizados a la parrilla.

Transporte:

Tabla 17:

Gasto promedio Transporte

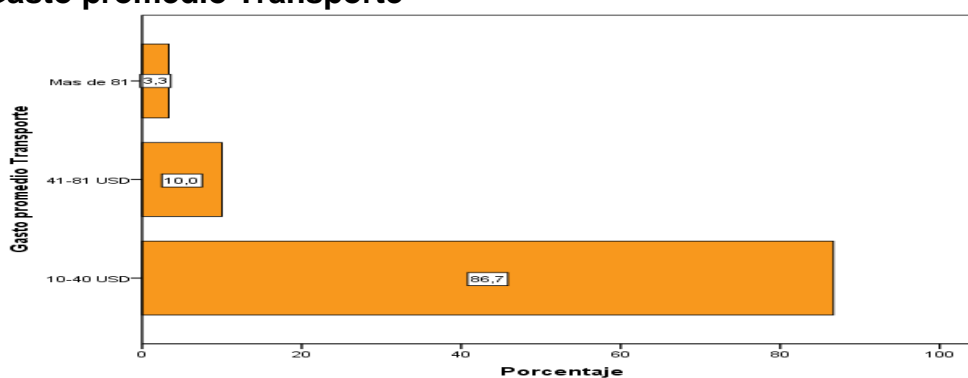
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	10-40 USD	26	86,7	86,7	86,7
	41-81 USD	3	10,0	10,0	96,7
	Más de 81	1	3,3	3,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 17:

Gasto promedio Transporte



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 86,7% viaja en su propio vehículo destacan el valor promedio entre 10-40 por lo que deben disponer de combustible para su traslado la mayoría de turistas son de la ciudad de Quito y en menor cantidad de los alrededores de la ciudad de Ibarra. Mientras el 3,3% adquiere el paquete turístico completo en su mayoría extranjeros los cuales visitan la hacienda Zuleta.

Adquisición de artesanías:

Tabla 17:

Gasto promedio artesanías

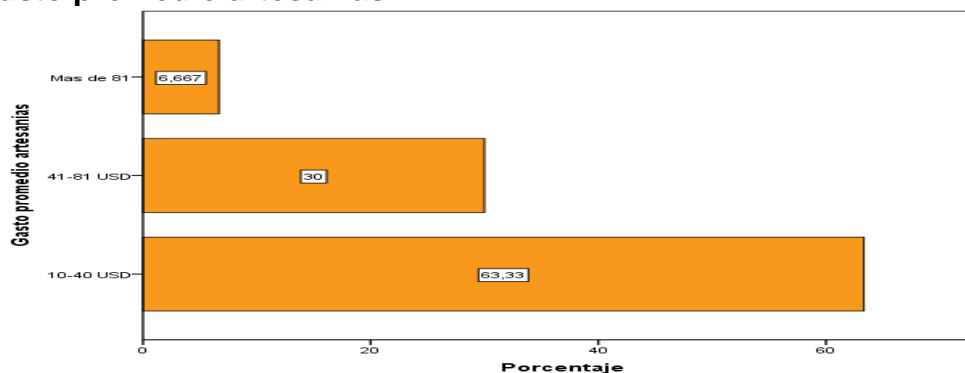
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	10-40 USD	19	63,3	63,3	63,3
	41-81 USD	9	30,0	30,0	93,3
	Más de 81	2	6,7	6,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 17:

Gasto promedio artesanías



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 63,3% de los turistas exclusivamente su visita es por las artesanías que de una y otra manera ha ganado prestigio como son los bordados a mano, pero existe una infinidad de modelos en otras artesanías como la alfarería, tejidos, bisutería, trabajo en madera, talabartería entre otros. También se destacan los productos como miel pura de abeja, polen, licores artesanales, quesos, yogures los cuales son apetecidos por los turistas.

18 ¿Cuáles son las actividades que ha desarrollado en la parroquia?

Tabla 18:

Actividades realizadas

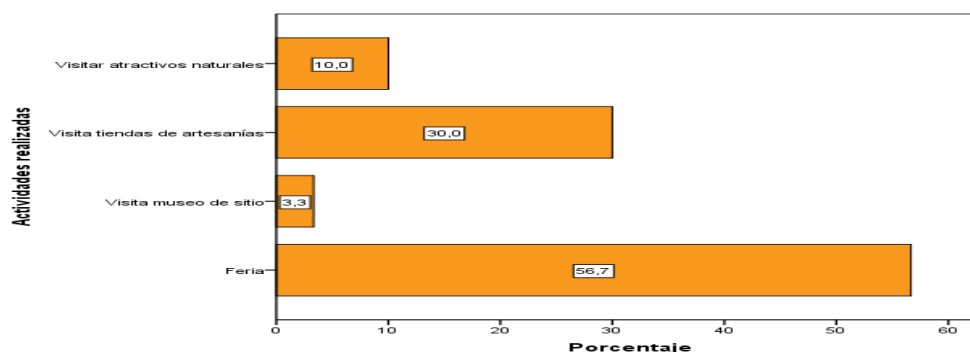
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Feria	17	56,7	56,7	56,7
	Visita museo de sitio	1	3,3	3,3	60,0
	Visita tiendas de artesanías	9	30,0	30,0	90,0
	Visitar atractivos naturales	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	—

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 18:

Actividades realizadas



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 56,7% de los turistas encuestados prefieren visitar las ferias y realizar las compras de los diferentes productos que se ofertan en las mismas. Mientras el 30% prefieren recorrer las diferentes tiendas y así conocer más el lugar. Los turistas mencionan que deben existir varias alternativas y en todas las comunidades, donde se oferte productos innovadores como medicina ancestral, recorrido por senderos con su respectiva señalética y zonas de camping expresiones culturales como danza, música, pintura

19 Sabía usted. ¿Que la meta del sector turístico es ser la primera fuente de ingresos no petroleros en el Ecuador?

Tabla 19:

Sector turístico

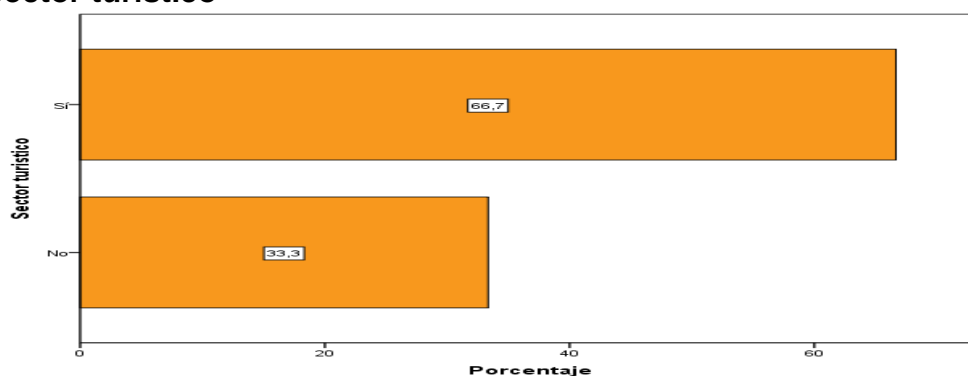
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	10	33,3	33,3	33,3
	Sí	20	66,7	66,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 19:

Sector turístico



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 66,7% de los turistas encuestados mantiene que el turismo es más responsable con lo ambiental, económico, cultural sobre todo en las comunidades indígenas, donde el trabajo conjunto es mucho más visibilizado que en la ciudad. Mientras el 33,3% destacan que más de ser el principal motor económico más bien sería una alternativa económica para el país. Porque sigue siendo un país petróleo, exportador de materia prima y no de productos terminados y de servicios innovadores.

20 ¿Cree usted que la unión de voluntades del sector público y de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales promuevan un turismo de manera responsable, cultural y ambiental y que obtenga crear un negocio bueno para todos?

Tabla 20:

Trabajo conjunto

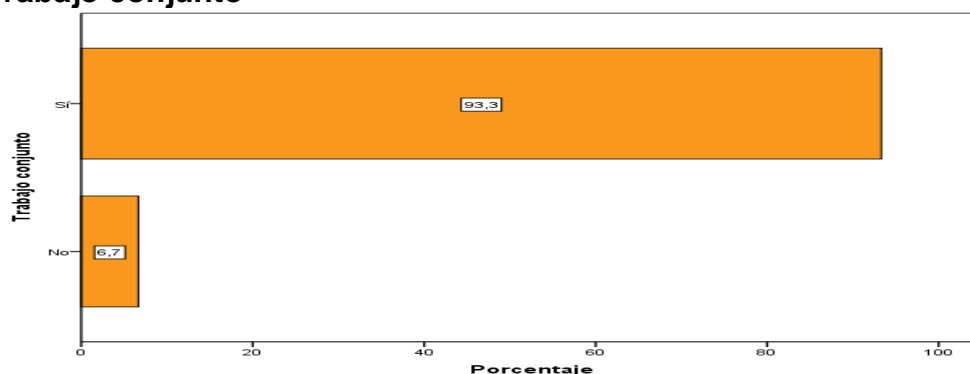
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	2	6,7	6,7	6,7
	Sí	28	93,3	93,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 20:

Trabajo conjunto



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 93,3% de los turistas mantienen que siempre el trabajo en equipo es el mejor camino, la comunicación y el liderazgo de todos los integrantes de la organización hace que marche mejor. Dejar de lado ideologías políticas, prejuicios que en el largo del tiempo el único resultado que han dejado es separar y trabajar individualmente y crear competencias de mercado.

Encuesta 4 dirigidas a consumidores de productos agroindustriales de la parroquia de Angochagua cantón Ibarra provincia de Imbabura

1 Genero:

Tabla 1:

Genero del encuestado

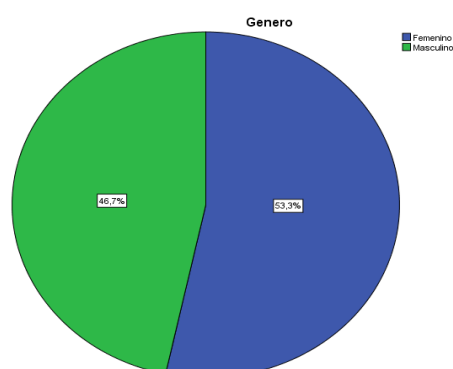
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	16	53,3	53,3	53,3
	Masculino	14	46,7	46,7	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 1:

Genero del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Los 53,3% de los encuestados dirigidos a los consumidores de productos agroindustriales son mujeres entre ellas amas de casa, dueñas de tiendas estudiantes y profesionales. Mientras el 46,7% son hombres en su mayoría comerciantes y estudiantes con el fin de conocer la aceptación de los productos agroindustriales elaborados por los micro-emprendimientos.

2 Edad:

Tabla 2:

Edad del encuestado

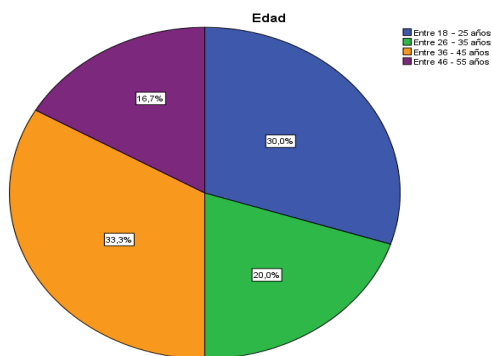
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 18 – 25 años	9	30,0	30,0	30,0
	Entre 26 – 35 años	6	20,0	20,0	50,0
	Entre 36 - 45 años	10	33,3	33,3	83,3
	Entre 46 - 55 años	5	16,7	16,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 2:

Edad del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 33,3% de los encuestados comprenden entre 36-45 años los cuales tienden a trabajar para mantener su núcleo familiar, parte de sus gastos lo realizan en productos para la alimentación. El 30% comprenden la edad de entre 18-25 años generalmente estudiantes ya que son futuros padres de familia y potenciales clientes dentro del mercado.

3 Estado Civil:

Tabla 3:

Estado civil del encuestado

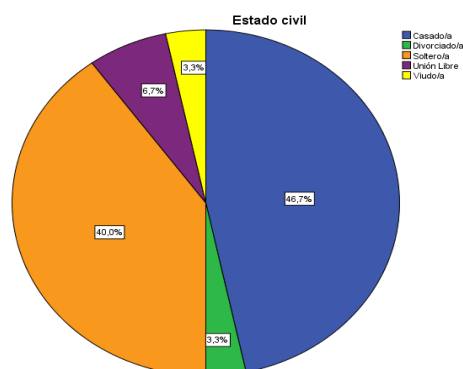
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Casado/a	14	46,7	46,7	46,7
	Divorciado/a	1	3,3	3,3	50,0
	Soltero/a	12	40,0	40,0	90,0
	Unión Libre	2	6,7	6,7	96,7
	Viudo/a	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 3:

Estado civil del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 46,7% de los consumidores encuestados son casados en su mayor parte son habitantes de las diferentes comunidades de la parroquia y sus circunvecinos los cuales consumen los productos. Mientras el 40% no tienen cargas familiares pertenecientes a la ciudad de Ibarra, el objetivo es saber el grado de aceptación de los productos en la ciudad.

4 Ocupación:

Tabla 4:

Ocupación del encuestado

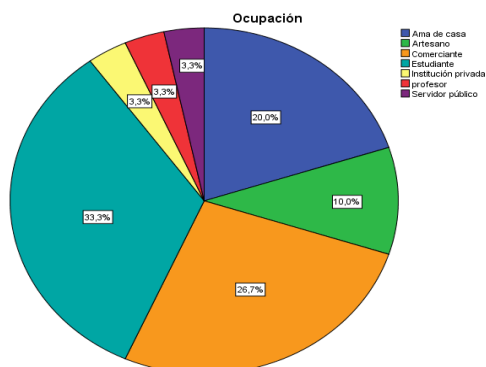
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Ama de casa	6	20,0	20,0	20,0
	Artesano	3	10,0	10,0	30,0
	Comerciante	8	26,7	26,7	56,7
	Estudiante	10	33,3	33,3	90,0
	Institución privada	1	3,3	3,3	93,3
	Profesor	1	3,3	3,3	96,7
	Servidor público	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 4:

Ocupación del encuestado



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 33,3% de los consumidores encuestados pertenece al segmento estudiantes, seguido por comerciantes los cuales tienen su negocio ubicados en las propias comunidades o en otras parroquias como la Esperanza. Mientras el 20% pertenece al segmento de las amas de casa las cuales toman la decisión de adquirir o no el producto elaborado y expendido en las tiendas.

5 ¿Qué tipo de productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales usted consume?

Tabla 5:

Preferencia de productos

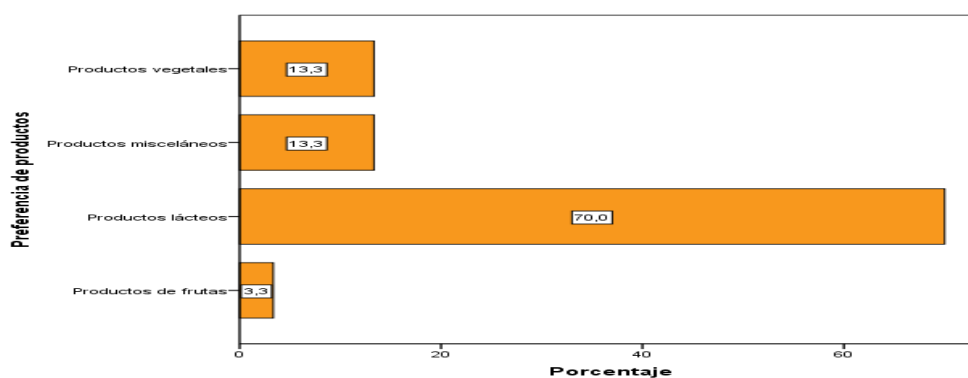
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Productos de frutas	1	3,3	3,3	3,3
	Productos lácteos	21	70,0	70,0	73,3
	Productos misceláneos	4	13,3	13,3	86,7
	Productos vegetales	4	13,3	13,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 5:

Preferencia de productos



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 70% de los consumidores encuestados mantiene que los quesos y la leche son los productos que más adquieren para la alimentación dentro del hogar y están dentro del alcance, el 13,3% manifiesta que en algún momento compro miel, polen y licor artesanal pero en ferias ya que es muy difícil encontrar en supermercados o tiendas de la ciudad, con los productos vegetales sucede lo mismo.

6 ¿Cuánto tiempo lleva consumiendo los productos elaborados en los micro-emprendimientos agroindustriales?

Tabla 6:

Tiempo de consumo

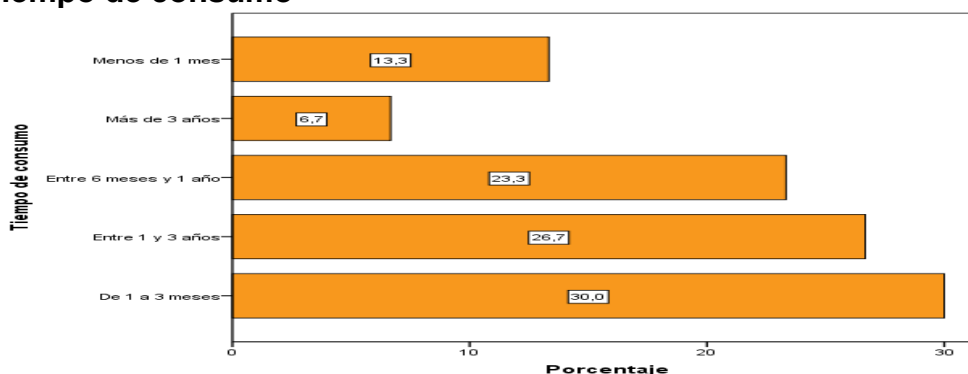
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 1 a 3 meses	9	30,0	30,0	30,0
	Entre 1 y 3 años	8	26,7	26,7	56,7
	Entre 6 meses y 1 año	7	23,3	23,3	80,0
	Más de 3 años	2	6,7	6,7	86,7
	Menos de 1 mes	4	13,3	13,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 6:

Tiempo de consumo



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 30% de los consumidores lleva consumiendo los productos elaborados por los micro-emprendimientos de 1 a 3 meses los diferente productos unos en mayor cantidad que otros. Mientras el 26,7% dirigido a las amas de casa y comerciante llevan consumiendo de 1 a 3 años en este segmento se destacan los productos lácteos. El problema general es que los productos no han buscado la manera de expender y exponer sus productos a los consumidores.

7 ¿Por qué medios se enteró de los productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales?

Tabla 7:

Medios

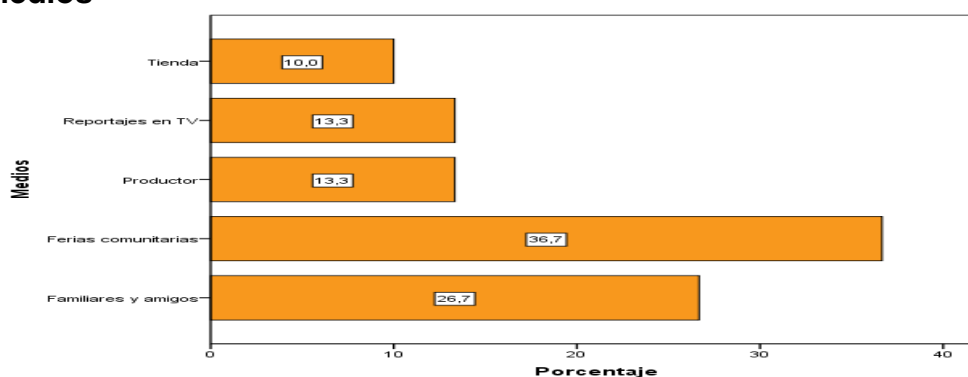
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Familiares y amigos	8	26,7	26,7	26,7
	Ferias comunitarias	11	36,7	36,7	63,3
	Productor	4	13,3	13,3	76,7
	Reportajes en TV	4	13,3	13,3	90,0
	Tienda	3	10,0	10,0	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 7:

Medios



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 36,7% donde se da a conocer los productos elaborados por los micro-emprendimientos han sido las ferias comunitarias por lo general en la comunidad de Zuleta, teniendo en cuenta el factor de cercanía de la vía principal que comunica con las ciudades de Ibarra-Quito. Mientras el 26,7% da a conocer es por familiares y amigos los cuales han adquirido en algún momento sus productos es decir el boca a boca ha tenido un gran resultado.

8 ¿Con que frecuencia consume usted los productos?

Tabla 8:

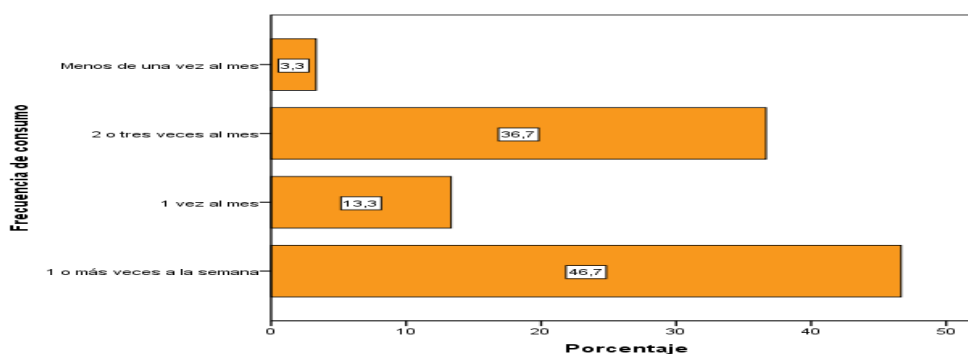
Frecuencia de consumo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1 o más veces a la semana	14	46,7	46,7
	1 vez al mes	4	13,3	60,0
	2 o tres veces al mes	11	36,7	96,7
	Menos de una vez al mes	1	3,3	100,0
Total		30	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 8:



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 46,7% de los encuestados consumen varias veces los productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales por lo general lácteos siendo este indispensable para el desayuno en cada uno de los hogares. Mientras el 36,7% consumen productos que se expende en las ferias tanto vegetales, harinas, miel y sus derivados. Otras comunidades do han dado a conocer sus productos por la falta de organización con las debidas autoridades.

9 Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con los productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales de la parroquia de Angochagua.

Tabla 9:

Grado de satisfacción

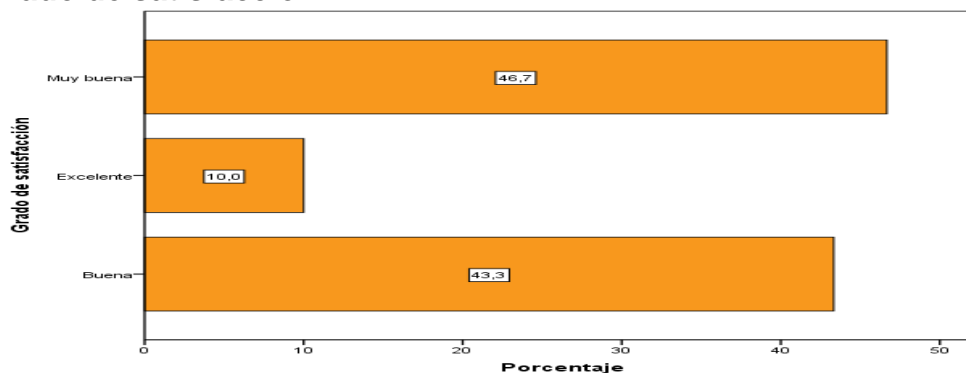
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Buena	13	43,3	43,3	43,3
	Excelente	3	10,0	10,0	53,3
	Muy buena	14	46,7	46,7	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 9:

Grado de satisfacción



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 46,7% de los consumidores encuestados muestra un grado de satisfacción muy bueno empezando por el precio, el sabor pero recalcan que los productos derivados de los lácteos deberían ser muchos más atractivos y existir un sinnúmero de presentaciones, con los demás productos empezar a darle la identidad y el valor agregado que requieren dentro del mercado. Mientras el 43,3% mantiene que el producto es bueno pero falta mejorar la calidad en el producto y en el servicio, una buena marca y estrategias de publicidad desempeñarían un buen papel.

10 ¿En comparación con otras alternativas el producto es?

Tabla 10:

Comparación de alternativas

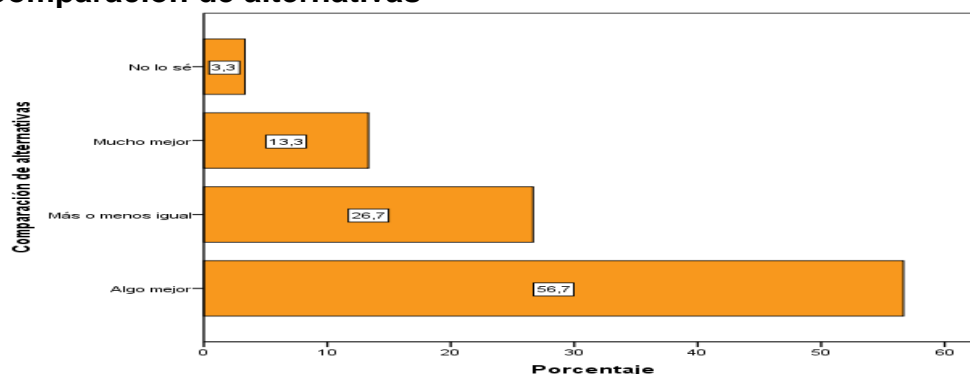
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Algo mejor	17	56,7	56,7	56,7
	Más o menos igual	8	26,7	26,7	83,3
	Mucho mejor	4	13,3	13,3	96,7
	No lo sé	1	3,3	3,3	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 10:

Comparación de alternativas



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 56,7% mencionan que el producto es algo mejor en comparación de los otros. Desde la materia prima que es la leche, la vaca no está alimentada con productos o balanceados que alteren el funcionamiento de su cuerpo más bien está alimentada con pasto y al aire libre lugar preciso para que los animales no se estresen. Mientras el 26,7% mantienen que es igual que otros productos pero refiriéndose al sabor y al precio dentro del mercado.

11 ¿Continuara usted consumiendo los productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales?

Tabla 11:

Continuación de consumo

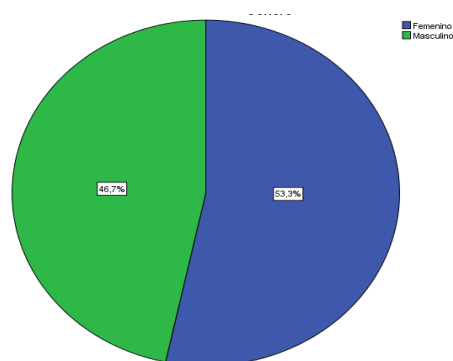
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	1	3,3	3,3	3,3
No	1	3,3	3,3	6,7
Sí	28	93,3	93,3	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 11:

Continuación de consumo



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 93,3% de los consumidores encuestados mantienen que Sí continúen consumiendo los productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales, por distintos motivos como las tiendas ubicadas en las distintas comunidades ofertan los mismos tipos de quesos en comparación con los elaborados en Pesillo. La miel y sus derivados solo se pueden encontrar en pocos lugares como también la piscicultura que son productos que los fines de semana se pueden adquirir a un precio cómodo.

12 ¿Recomendaría Ud. a familias y amigos a que consuman los productos agroindustriales elaborados en la parroquia de Angochagua?

Tabla 12:

Recomendación de productos

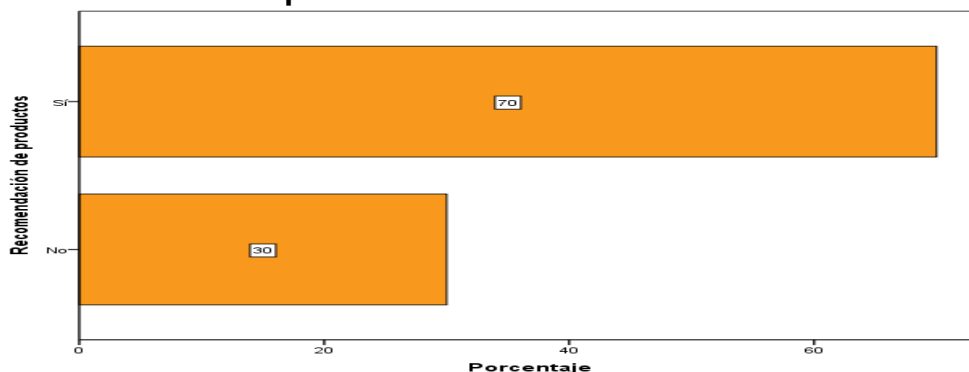
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	9	30,0	30,0	30,0
	Sí	21	70,0	70,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 12:

Recomendación de producto



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 70% de los consumidores encuestados aluden seguirán recomendando a familiares y amigos a que consuman los productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales de la parroquia de Angochagua mencionan que lo primero es lo nuestro antes de comprar productos elaborados por otros países. Mientras el 30% mencionan que no recomendaría porque en algunos casos no tienen el registro sanitario el cual es indispensable para el aseguramiento del producto.

13 Sabía usted. ¿Que la meta del sector turístico es ser la primera fuente de ingresos no petroleros en el Ecuador?

Tabla 13:

Meta sector turismo

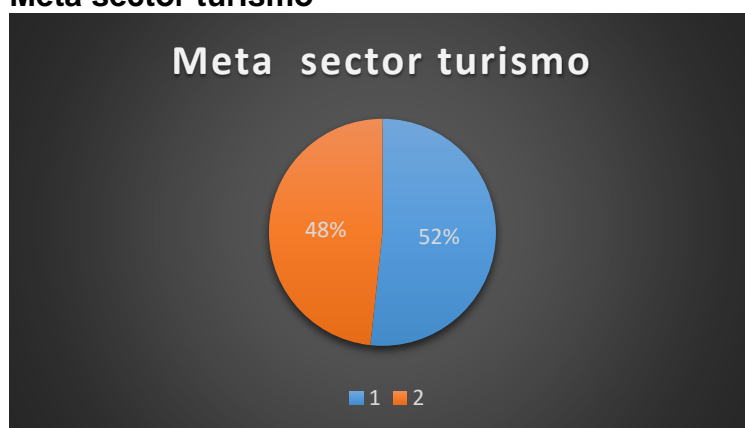
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
No	16	52,0	52,0	52,0
Sí	14	48,0	48,0	100,0
Total	30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 13:

Meta sector turismo



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 52% de los encuestados manifiesta que desconocen el ámbito turístico y creen más bien que la agricultura la ganadería son fuentes económicas que más sobresalen en la zona. El problema radica en que no han considerado que también su actividad está dentro del ámbito turístico. Mientras el 48% de los encuestados mantienen que si se han informado sobre el turismo pero consideran que no involucra a todos los campos de la economía

14 ¿Cree usted que la unión de voluntades del sector público y de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales promuevan un turismo de manera responsable, cultural y ambiental y que obtenga crear un negocio bueno para todos?

Tabla 14:

Integración de entidades

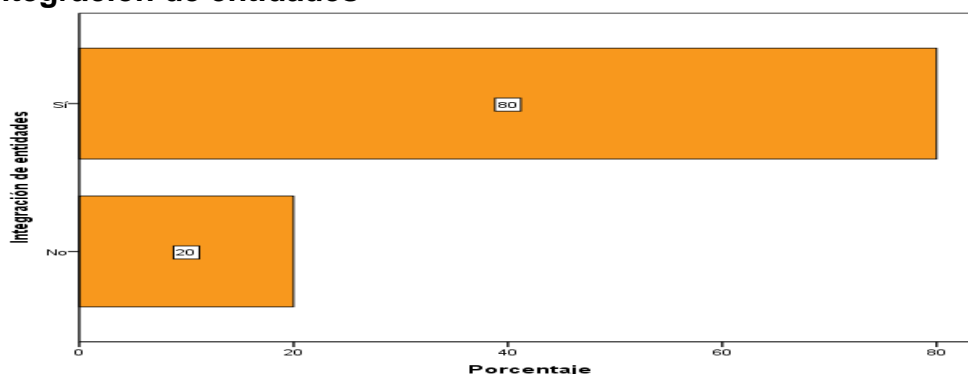
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	No	6	20,0	20,0	20,0
	Sí	24	80,0	80,0	100,0
Total		30	100,0	100,0	

Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

Figura 14:

Integración de entidades



Fuente: aplicación de encuestas

Elaborado: Adrian O. (2016).

El 80% de los encuestados mantiene que el trabajo conjunto generaría más oportunidades para todos los micro-emprendimientos y consideran que se debería trabajar conjuntamente con las autoridades y establecer una sola marca para la parroquia esto demostraría organización y el respaldo de todos los actores, los proyectos deben salir desde las bases de los actores y no de unos cuantos que pretenden que las cosas se deben hacer sin consultar a sus habitantes.

4.5 Discusión de resultados

En el ámbito sociocultural de la parroquia de Angochagua, 35,5% de la población está dedicada a la agricultura, mientras que, 35,5% a la ganadería siendo las principales actividades a las que se dedican sus habitantes. La mayor parte de la población posee terrenos que permiten sembrar diferentes productos agrícolas basados en los solsticios y equinoccios, como también tener sus animales como vacas, cerdos, ovejas entre otros que de una y otra manera generan alternativas de ingresos económicos al hogar.

En el caso del turismo, el 20% de la parroquia se dedica a la prestación de servicios viendo en el sector una alternativa de desarrollo económico, social, cultural y ambiental. Dentro del sector turístico están consideradas las tiendas artesanales donde exhiben los bordados a mano, talleres de madera, alfarería, talabartería y la planta turística. El 51,1% son administrados por sus propietarias, las cuales han visto en el turismo la manera de interrelacionarse con turistas nacionales y extranjeros.

El 9% de los micro-emprendimientos agroindustriales constituyen las apícolas, piscícolas, queserías y el molino artesanal. Dedicándose a transformar la materia prima en productos elaborados, ofertando a nivel local, sobre todo en ferias donde el motivo de esta es exponer sus productos y abrir nuevos nichos de mercado.

El 50% de los recursos naturales que posee la parroquia son de suma importancia ambiental, de estos recursos el 20% se consideran atractivos naturales con potencialidades turísticas entre ellos se destacan:

El bosque protector Zuleta.

Lagunas de Zuleta.
Laguna de Cubilche.
Mirador Muchanajun Rummy.
Cascadas la Rinconada.

Los atractivos naturales se destacan por su belleza paisajística, la preservación y el cuidado de los atractivos por medio de las personas de la comunidad y la concurrencia de turistas quienes buscan una alternativa de interactuar con el entorno natural como también la curiosidad de conocer nuevos lugares cercanos de su lugar de procedencia.

El 50% restante constituye los recursos culturales que se manifiestan en las actividades como son la agricultura, ganadería artesanas, fiestas tradicionales, expresiones orales, museos de sitios, medicina ancestral. La identidad de su gente como la vestimenta, el idioma, su cosmovisión es parte indispensable para el desarrollo personal y colectivo de una sociedad. Las manifestaciones culturales son ejes transversales para que se desarrolle el turismo en la parroquia no obstante la vestimenta y el idioma están en un estado vulnerable por varios motivos el más tratado o hablado en aulas y auditorios es la globalización, la aculturación. Por lo tanto en el ámbito turístico la materia prima con la que se interactúa son los recursos naturales y culturales, si uno de ellos se vea afectados el funcionamiento turístico es decadente.

En la zona de estudio se ha determinado que en las comunidades de Zuleta, la Magdalena, Rinconada y Angochagua han optado por constituir micro-emprendimientos turísticos, mediante la investigación se descubre que el 26,7% de estos disponen de infraestructura de apoyo y servicios básicos. Lo que mejora las condiciones para su debido aprovechamiento, contando

con los factores decisivos como agua potable, energía eléctrica, vías de comunicación, internet, teléfono, atractivos turísticos, servicios médicos, y señalética turística, como también factores importantes o medios por el cual se destaca dicha comunidad como la proximidad de vías, topografía, aeropuertos cercanos y circunvecinos siendo este el caso de la comunidad de Zuleta en donde existe mayor concentración de micro-emprendimientos, estos factores son los que más han aportado en el desarrollo y la productividad local. Mientras el 54,5% que comprenden las comunidades de la Magdalena y la Rinconada se ven limitados por la falta de servicios básicos, e infraestructura de apoyo, el inadecuado manejo del agua potable ya que poseen agua entubada la cual no cumple con los proceso de tratamiento y purificación, la falta de alcantarillado, alumbrado público es latente. Esto ha generado que el efecto migratorio del campo a la ciudad aumente y las condiciones de vida sean mínimas.

45,5% de los emprendimientos agroindustriales dispone de factores decisivos e importantes que permiten la transformación de los productos lácteos, misceláneos, vegetales, localizados en la comunidad de Zuleta, siendo la única comunidad que posee todos los servicios básicos, y su ubicación es privilegiada por la nueva vía.

Los 54,5% de micro-emprendimientos agroindustriales localizados en la comunidad la Rinconada como son apícolas, piscícolas, carecen de infraestructura de apoyo y servicios básicos como también de asistencia técnica, capacitaciones, dificultad en el acceso al mercado y poca organización y planificación. Esto ha ocasionado abandonar o cerrar los emprendimientos y buscar nuevas alternativas de generar dinero para la manutención dentro de los hogares.

El aporte de la investigación es brindar una visión del perfil del turista por lo tanto el 50% de turistas que visitan la parroquia de Angochagua pertenecen a la ciudad de Quito, por diferentes situaciones entre ella se destaca la nueva vía que comunica el cantón de Ibarra con algunos de los cantones de Pichincha, los turistas transitan con la finalidad de visitar a familiares y amigos o por cuestiones de trabajos, negocios y viaje al exterior, en el transcurso del viaje se encuentran con la parroquia que llama la atención por sus tiendas de artesanías, ferias, paisaje. La señalética existente ha logrado captar la curiosidad de propios y extraños.

El 20% de visitantes provienen de la ciudad de Ibarra este fenómeno se da por la cercanía existente, la mayor parte de turistas visitan los fines de semana dejando a un lado el estrés de la ciudad por disfrutar del paisaje el aire puro la cultura, gastronomía y artesanías existentes en la zona.

En tanto el 16,6% corresponde a la visita de turistas extranjeros que en su mayoría visitan la hacienda Zuleta y no recorren las demás comunidades ya que dentro de su paquete turístico no están considerados los productos turísticos de las diferentes comunidades.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- 92,6% de la población de Angochagua se auto identifica como indígena descendientes del pueblo Karanki su forma de vida y cosmovisión son representadas en sus actividades diarias como son la agricultura, ganadería, apicultura, piscicultura, turismo y comercio destacándose en un 57,23% dedicados a estas actividades.

En el tema de educación, la asistencia más baja está presente en el nivel de educación superior 8,57%, seguido del bachillerato 43,37 % y la educación secundaria 65,40%.

- Las potencialidades turísticas que más resalta en la parroquia son el bosque Zuleta el cual cubre una superficie de 1815 ha correspondiente al 16,5% por lo tanto el 3,5% representa las cascadas el mirador y lagunas, estos atractivos se analizan en comparación a su extensión.
- 50% de sus recursos culturales tangibles, intangibles que se manifiestan en la parroquia son parte esencial en el desarrollo del sector turístico.
- 66,7% considera que el desarrollo de la parroquia es bueno, porque cuentan con infraestructura de apoyo y servicios básicos esto permite que los micro-emprendimientos aumenten su productividad en el campo turístico y agroindustrial.

- 90,7% de éxito en los proyectos depende de la interrelación entre autoridades gubernamentales no gubernamentales y actores productivos, para el desarrollo y el fortalecimiento de distintas áreas productivas.

5.2. Recomendaciones

- Fortalecimiento de la cadena productiva, cultural por parte de entidades público privadas, donde surjan propuestas desde los actores principales para solucionar distintos problemas.
- Diseñar y establecer eco rutas o senderos que emerjan con la finalidad de brindar alternativas turísticas, tomando las medidas necesarias para no alterar estos recursos
- Fortalecer la identidad de los habitantes de la parroquia por medio de talleres, museos de sitio, ferias donde se visibilice la riqueza de su gente.
- Las autoridades encargadas de la administración de la parroquia gestionen recursos económicos satisfacer las necesidades básicas de sus habitantes
- Generar un trabajo integral donde los esfuerzos y capacidades se focalicen en desarrollar proyectos innovadores.
- Diseñar un clúster que integre a los actores turísticos, ejes transversales como son el potencial natural y cultural, con el objetivo de que las propuestas vengan desde las bases.

CAPÍTULO VI

6. PROPUESTA ALTERNATIVA

6.1. Título de la propuesta

CLÚSTER TURÍSTICO PARA EL FORTALECIMIENTO DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS EXISTENTES EN LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA.

6.2. Justificación e Importancia

A partir de la investigación realizada se puede afirmar decisivamente que la parroquia de Angochagua posee un desarrollo latente tanto en el aspecto sociocultural, como en el natural. La existencia de factores decisivos e importantes brindan grandes oportunidades de crecimiento a la zona de estudio, pero que, por la falta de una relación y coordinación entre los sectores que apoyan la actividad turística y los micro-emprendimientos, no se ha logrado dar a conocer el potencial que posee.

Por lo anterior, el clúster debe buscar el desarrollo de actividades que maximicen el potencial de la parroquia, sus fortalezas en el área turística y mitigar las debilidades que poseen bajo un marco de acción coordinado con una misma visión de desarrollo de los diferentes sectores que lo constituirán. Gestionando en diferentes áreas tales como: capacitación, recursos financieros, desarrollo tecnológico, diseño de productos, mercadotecnia y distribución. Asimismo, las empresas participarán

y contribuirán en el desarrollo de los mercados laborales, creación de instituciones e infraestructura especializada.

6.3. Fundamentación

En el Ecuador se han desarrollado micro-emprendimientos turísticos con ideas innovadoras, las cuales han aportado al fortalecimiento de la identidad de los pueblos y nacionalidades existentes en el país, como también al manejo de sus recursos naturales de manera sustentable. Con la finalidad de obtener ingresos que ayuden a un buen vivir.

La comunidad Ponce Quilotoa desde hace aproximadamente 20 años empieza a organizarse y crear micro-emprendimientos tales como talleres y tiendas de artesanías en máscaras, pinturas hechas en cuero de borrego estilo Nain, las cuales relatan leyendas que transportan a un mundo lleno de imaginación, diferentes micro-emprendimientos como pequeños restaurantes con gastronomía típica promocionando la variedad de cereales que producen mediante la agricultura, así también pequeñas casas realizadas con materiales de la zona que sirven de albergue para los turistas. Un volcán ya extinto donde nace una de las más hermosas lagunas de color turquesa fue el llamado de unidad para empezar con una nueva visión en el turismo. La organización y la unión de voluntades llevan a crear grandes proyectos, ayudas que se pueden venir dando durante el transcurso, las diferentes alianzas estratégicas como fue el caso de Makita Fucuna, el trabajo en conjunto con los Ministerios en este caso el de ambiente (MAE) y el de Turismo, conjuntamente con los habitantes.

En la actualidad es un referente para el Ecuador y se destaca en el spot publicitario “All You Need Is Ecuador” proyectado al

mundo entero donde miles de turistas de todas partes llegan a disfrutar del hermoso lugar.

En el ámbito agroindustrial Salinas de Guaranda se ha destacado por la presencia de micro-emprendimientos agroindustriales conformando el cooperativismo denominada “El Salinerito” que transforma la materia prima como la leche, en variados y deliciosos quesos, la lana de alpaca en prendas de vestir de excelente calidad, un sinnúmero de deliciosos chocolates, se han desarrollado cooperativas de ahorro y crédito las cuales brindan préstamos para los micro-emprendimientos de la zona. Nació con el objetivo de desarrollar la economía popular y solidaria. Dejando ser una parroquia desorganizada a organizada para ser un ejemplo a nivel nacional.

El trabajo comunitario y la organización, la diversificación de quesos, artesanías y el trabajo asociativo es parte fundamental del funcionamiento interno y externo. Y la proyección a los mercados nacionales y extranjeros.

6.4. Objetivos

General

Diseñar un clúster turísticos, para impulsar el turismo en la parroquia de Angochagua.

Específicos

- Determinar el potencial natural y cultural en las comunidades donde los productos turísticos sean visibles.
- Georreferenciar los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales de la parroquia de Angochagua.

- Diseñar un diagrama y socializar clúster turístico.

6.5. Ubicación Sectorial y física

La parroquia de Angochagua se encuentra entre los 2800 msnm y los 3800 msnm, situada a escasos 15 km al sur de la ciudad de Ibarra. Comprende las comunidades de Angochagua, Zuleta, la Magdalena, Rinconada, Cochas y Chilco, sus habitantes en su mayoría indígenas se dedican a la agricultura, ganadería, artesanías (bordados a mano, madera, alfarería y talabartería). La población total es de 3017 habitantes según el censo 2010. La parroquia posee un extensión de 12.392 ha equivalente a 123 km² (PDOT Angochagua, 2015).

Sus límites son:

Al norte: con la ciudad de Ibarra y La parroquia de la Esperanza.

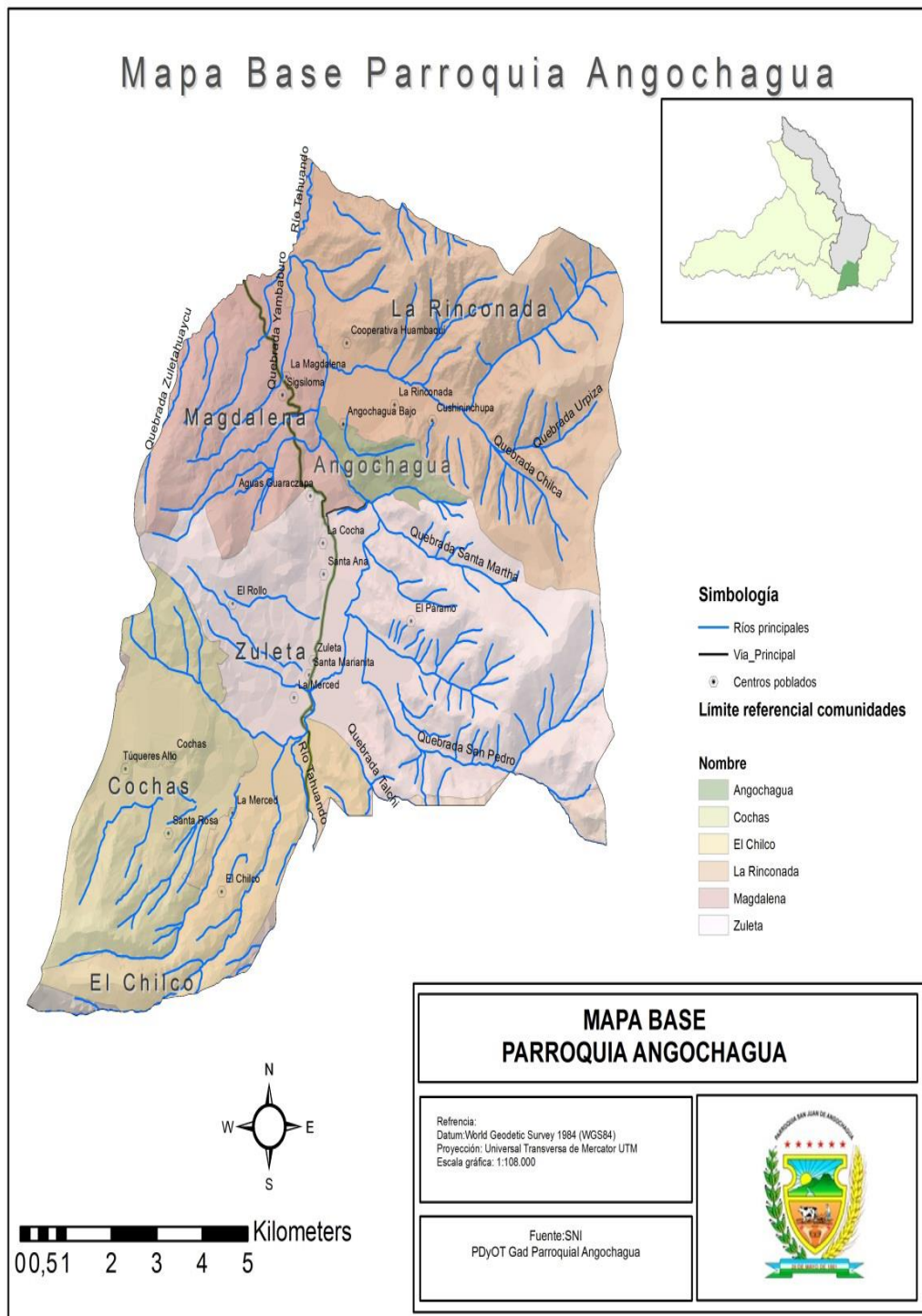
Al sur: con la parroquia Olmedo del cantón Cayambe perteneciente a la provincia de Pichincha.

Al este: con la parroquia San Pablo del Lago y González Suárez del cantón Otavalo perteneciente provincia de Imbabura.

Al oeste: parroquia Mariano Acosta del cantón Pimampiro perteneciente a la provincia Imbabura.

En la investigación se han determinado cuatro productos turísticos, localizados en las comunidades de la Magdalena, Rinconada, Zuleta destacándose por gozar de un alto potencial turístico, y uno en vía de crecimiento en el caso de Angochagua destacándose el micro-emprendimiento Sumay Huasi. Para tener una clara ubicación se incorpora el mapa base de la parroquia.

Figura1:
Mapa base



Elaboración: Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial, Angochagua 2015.

6.6. Desarrollo de la Propuesta

La vigente propuesta está orientada a diseñar un clúster para impulsar el turismo en la parroquia de Angochagua, integrando a la planta turística (micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales), a los atractivos naturales y culturales que posee la zona y a la infraestructura de apoyo la que permitirá generar una mayor coordinación y colaboración entre los distintos actores con el fin de innovar y mejorar la calidad de las mismas.

6.6.1. Potencialidades naturales

En la propuesta se consideran 8 atractivos naturales ubicados en las diferentes comunidades de la parroquia, cada una se caracteriza por su belleza paisajística, cuidado ambiental y fácil acceso, siendo la más concurrida por turistas nacionales y extranjeros.

Estos ecosistemas cumplen un papel fundamental en la simbiosis de la flora y fauna, y en el desarrollo turístico de la parroquia. Al relacionarse con la planta turística, infraestructura y la superestructura se abre un abanico de propuestas que generan cambios positivos para la transformación del sector turístico en la zona.

Para una mayor comprensión se indican las comunidades donde se localizan los distintos atractivos, con sus respectivos nombres y características generales al igual que una pequeña fotografía que permite tener una visión exacta del lugar, en anexos se detalla fichas del inventario proporcionadas por el MINTUR.

6.6.1.1. Comunidad Zuleta

Figura 2:

Bosque protector Zuleta



Fuente: (GAD Angochagua, 2015).Bosque Zuleta.

Elaboración: propia.

PDOT Angochagua (2015) La parroquia de Angochagua posee un solo Bosque Protector denominado "Zuleta y Anexos Cía. Ltda.", que fue declarado por el Ministerio del Ambiente del Ecuador mediante resolución N° 022 del 1 de Junio de 1995. Se localiza en las parroquias de Mariano Acosta en el cantón Pimampiro y las parroquias de La Esperanza y Angochagua del cantón Ibarra en la cuenca hidrográfica del Tahuando; sus límites son: Al norte el centro poblado de la parroquia de La Esperanza, al sur el Río Tahuando y las lomas Negra tola y Turupamba, al este cerca del Parque Nacional Cayambe Coca, al Oeste el centro poblado de San Pablo de Lago; posee una superficie 4200 ha (p.45).

Dentro del bosque Zuleta existe una asociación dedicada a la crianza de alpacas, donde utilizan su lana para realizar hermosas prendas de vestir de alta calidad.

En la zona encontramos también diferentes especies de aves, mamíferos y un sinnúmero de plantas las cuales interactúan en este hermoso ecosistema brindando una magnífica experiencia para el turista amante de la naturaleza.

Flora:

Pillajo & Pillajo (2011) Paja (***Calamagrostis intermedia***), taruka sauna (***Xenophyllum humile***), sunfu (***Clinopodium nubigenum***), siksi (***Cortaderia nítida***), achupalla (***Puya hamata***), mortiño (***Vaccinium floribundum***), walicon (***Macleania rupestris***), suru (***Chusquea scandens***), pumamaki (***Oreopanax ecuadorensis***) (p.58).

Fauna:

Alpaca (***V. pacos***), oso de anteojos (***Tremarctos ornatus***), puma (***Puma concolor***), Lobo de paramo (***Licalopex culpaeus***), conejo de monte (***Sylvilagus brasiliensis***), colibrí alsafiro grande (***Pterophanes cyanopterus***), colibrí colicintillo colinegro (***Lesbia victoriaus***), cóndor (***Vultur grypbus***), caracara curiquinge (***Phalcoboenus carunculatus***), tórtola orejuda (***Zenaida auricleta***), aguilucho cinero (***Circus cinereus***), búho orejicorto (***Circus Asio flammeus***).

Figura 3:

Laguna el Cubilche



Fuente: (Adrian Oscar, 2016).Laguna de Cubilche.

Elaboración: propia.

Tal y como asegura Narváz (2012) es una laguna de origen glaciar con una superficie de 1.45 has, con un perímetro de 0.44 km a 3.631 msnm. El agua es transparente sin turbiedad con una temperatura de 9°C. El relieve de este lugar es moderadamente variable. Es un mirador desde donde se observa diferentes asentamientos de Otavalo, Ibarra. Como también diferentes elevaciones como el taita Imbabura, Fuya Fuya, la cordillera de Angochagua y la Esperanza y la inconfundible Mama Cotacachi, y el nevado Cayambe. Existe en total 5 lagunas una permanece constantemente llena de agua las demás son estacionales, en las faldas de este hermoso lugar se asientan comunidades indígenas donde se desarrolla la agricultura y la ganadería por lo general se cultivan productos como maíz, habas, chochos, mellocos y papas en diferentes meses. El sitio es visitado por turistas nacionales y extranjeros con el fin de realizar camping y fotografía (p.68).

Figura 4:

Laguna Torococha



Fuente: (Adrian Oscar, 2016).Torococha.

Elaboración: propia.

GAD Angochagua (2014) es una laguna de origen glaciar, ubicada en la comunidad de Zuleta, con una superficie: 0,80 has. Perímetro: 0,22 km. El agua es turbia con una temperatura de 9°C. El relieve de este lugar es moderadamente ondulado, con suelos entisoles C5 son poco profundos son de las vertientes de contacto hacia el callejón Interandino, presentan pendientes fuertes. Es un mirador desde donde se observan diferentes poblaciones como: Otavalo, Ibarra y diferentes poblados parroquiales. También se observan diferentes elevaciones Imbabura, Fuya Fuya, la Cordillera de Angochagua, entre otras. El clima es ecuatorial de alta montaña. En la zona baja de esta elevación se encuentran pastizales, cultivos como el maíz, habas y chochos y asentamientos de poblaciones indígenas (p.14).

Figura 5:

Laguna del Cunrru



Fuente: (GAD Angochagua, 2014).Laguna Cunrru.

Elaboración: propia.

Tal y como asegura Narváez (2012) laguna de origen glaciar Superficie: 1.8 has. Perímetro: 0.48 Km. El agua es transparente sin turbiedad con una temperatura de 10°C. Le rodean cultivos y pastizales. Cabe recalcar que esta laguna es estacionaria la cual depende de la época del año para que aumente o disminuya el nivel de agua en la laguna (p.69).

6.6.1.2. Comunidad la Rinconada

Figura 6:

Cascada Juchu Faccha



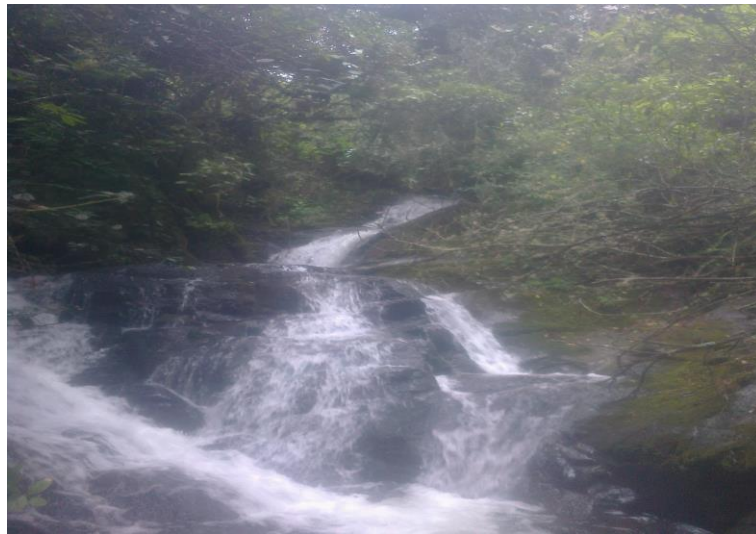
Fuente: (Adrián Oscar, 2016). Cascada Juchu Faccha.

Elaboración: propia.

GAD Angochagua (2014) ubicada en La Rinconada su agua proviene desde la parte alta de los páramos de la cordillera de Angochagua y el Imbabura, es poco turbia aunque en época invernal aumenta el caudal y por arrastres de sedimentos cambia su coloración. La temperatura es de 10 °C. Estas cascadas se encuentran ubicadas en una encañonada, con paredes rocosas y pendientes abruptas, en la parte alta la cobertura vegetal es escasa. Forman pequeños vados poco profundos entre 0.80m y 1.40m de profundidad y con un máximo de 2 metros de diámetro (p.12).

Figura 7:

Urpissa Faccha



Fuente: (Adrián Oscar, 2016).Urpissa Faccha.

Elaboración: propia.

Ubicada a 30 minutos de la comunidad de La Rinconada, la cascada se origina en las encañonadas del río Urpissa tiene una altura aproximada de 8m. La forma es escalonada, sus aguas son cristalinas, en época de invierno su caudal aumenta la temperatura es de 10 °C en este lugar se puede realizar pesca deportiva además de disfrutar de bosques primarios y de una hermosa vista a la ciudad de Ibarra.

6.6.1.3. Comunidad de Angochagua

Figura 8:

Muchanakun Rummy



Fuente: (Adrián Oscar, 2016).Muchanakun Rummy.

Elaboración: propia.

Se encuentra ubicada a 15 minutos del GAD parroquial de Angochagua cuenta con un sendero donde se puede observar flora y fauna del lugar, al margen izquierdo encontramos muros de piedra, ya en el mirador existe una pequeña infraestructura para protegerse de la inclemencia del clima esta zona es apta para campar y mirar las estrellas en la noche.

La existencia de rocas aproximadamente de 4 a 6m de longitud dan origen a su nombre, es un lugar estratégico donde se puede obtener una vista panorámica a los cuatro puntos cardinales al norte Carchi, al sur Cayambe; este el volcán Imbabura y Fuya Fuya y al oeste la cordillera de Angochagua y la Esperanza.

6.6.2. Potencialidades culturales

En la parroquia se destacan 8 atractivos culturales tanto tangibles e intangible estos elementos constituyen parte de la identidad de los habitantes pertenecientes a la etnia Caranqui la mayoría se dedican a la agricultura, ganadería y artesanías lo que ha permitido ser un eje transversal en el turismo. La belleza paisajística de todas las comunidades que comprenden la zona de estudio capta la atención de turistas nacionales y extranjeros que se ven obligados de tanta magia a conocer y aprender de sus diferentes expresiones y manifestaciones culturales.

Atraídos por la belleza y colorido de sus bordados, por el ancestral trabajo de la alfarería, tolas que guardan silenciosamente la historia no contada en un ambiente precolombino y otros que dan a conocer la época de grandes latifundistas como son las haciendas.

Como no acordarnos de las ferias donde exponen sus productos tales como quesos, miel y sus derivados, mermeladas, productos agrícolas, harinas y artesanías, la creatividad de una variada y rica gastronomía.

La celebración de solsticios y equinoccios de épocas que persisten en la actualidad que van generando una trascendencia dentro de tiempo. Las fiestas de parroquialización que recuerdan fechas donde las comunidades se convirtieron en una sola en una integración con el objetivo de velar por todos sus habitantes por un porvenir de un buen vivir.

6.6.2.1. Comunidad de Zuleta

Figura 9:

Tolas Zuleta



Fuente: (Adrián Oscar, 2016).Tolas Zuleta.

Elaboración: propia.

Tal como lo asegura Narváz (2012) sitio localizado en la hacienda Zuleta, a 4 km al sur de la comunidad de Angochagua. Pertenecen al período de Integración, es uno de los pocos sitios arqueológicos mejor conservados. Estas tolas fueron utilizadas como sitios ceremoniales, para rituales y base de vivienda. Existen 148 montículos, de los cuales trece tienen rampa, se hallan emplazadas en una estrecha planicie con montañas escarpadas alrededor (p.70).

Figura 10:

Hacienda Zuleta



Fuente: (GAD Angochagua, 2014).Hacienda Zuleta.

Elaboración: propia.

GAD Angochagua (2014) fue creada por la orden de la corona a finales del siglo XVI. Como consta en la inscripción sobre la puerta del troje de la hacienda en la plaza principal dice: “*Alabado sea el Santísimo sacramento que esta casa se acabó el 15 de agosto de 1691*”. Desde el año de 1728 hasta 1892 la Hacienda Zuleta perteneció a José Valentín Posee y sus herederos. En 1892, José María Lasso de la Vega y Aguirre, padre de Avelina Lasso, quien era madre de Galo Plaza Lasso, adquiere la hacienda y es de su propiedad hasta el año de 1914, año en el cual, Leonidas Plaza Gutiérrez la adquiere, siendo dueño hasta el año de 1921. Posteriormente sería herencia de su hijo Galo Plaza Lasso, quien se destacó como diplomático y político ecuatoriano, fue presidente de la República en el período de 1948-1952. Actualmente la Hacienda pertenece a los herederos de Galo Plaza Lasso y Rosario Pallares de Plaza (p.4, 6).

Figura 11:

Fiestas del Inty Raymi



Fuente: (Adrián Oscar, 2016).Inty Raymi.

Elaboración: propia.

Una de las fechas más importantes en las comunidades indígenas que conforman la parroquia es la celebración del Inty Raymi en agradecimiento al sol y la madre tierra por los alimentos brindados. Inicia el 22 de junio finalizando en el mes de julio, los grupos de músicos acompañados con sus instrumentos como son las guitarras, flautas bombos, quenas seguido por el canto de las mujeres empiezan a deleitar a propios y extraños, dentro de la fecha se destacan varias bebidas como la chicha de jora y el champús realizadas con maíz así mismo los alimentos como la mazamorra acompañados con carne mote y chochos.

Figura 12:

Ferias artesanales



Fuente: (Adrián Oscar, 2016).Feria Zuleta.

Elaboración: propia.

GAD Angochagua (2014) se originó hace doce años gracias a la iniciativa de mujeres indígenas y mestizas de la zona con el fin de promocionar sus artesanías de forma ordenada y equitativa. En la feria se dan a conocer 20 productos diferentes en la línea de bordados, especialmente mantelería, toallas, paneras y servilletas de mesa. La feria se desarrolla en la casa comunal tiene una extensión aproximada de 300 m². Allí se han construido pequeños stands en donde se exhiben los bordados (p.2).

Además de los bordados existen pequeñas carpas donde brinda alimentos típicos como caldo de gallina, morocho con empanadas, habas con mellocos entre otros.

En la feria se encuentran productos derivados de la miel, quesos, mermeladas, harinas y pequeños bocaditos artesanales. Los turistas nacionales y extranjeros son los visitan la feria.

6.6.2.2. Comunidad la Rinconada

Figura 13:

Madera



Fuente: (Adrián Oscar, 2016).Bateas.

Elaboración: propia.

Los habitantes de la comunidad de la Rinconada se dedican a la creación de bigshas, bateas, cucharas, platos y representaciones de herramientas utilizadas en la agricultura tales como rastras, pugyas, yugos, arados. El conocimiento y las técnicas han pasado de generación en generación y han sido parte fundamental de la economía en algunos hogares.

Los árboles que se utilizan para la creación de estas hermosas artesanías son: sauce, pumamaki, matache, aliso entre las principales. Son cosechan cuando estén maduros y se los tala en cuarto menguante por la creencia que no ingresan polillas.

Figura 14:
Alfarería



Fuente: (Adrián Oscar, 2016).Alfarería.

Elaboración: propia.

Cuentan los mayores que antiguamente todas las familias de la comunidad se dedicaban a realizar el trabajo en barro, salían a vender o realizaban trueque con alimentos o animales era un buen negocio menciona don Miguel Chuquin, sus productos eran destacados en las comunidades del Abra, Olmedo, San Pablo Urku, Paniquindra, Otavalo. Con la aparición de las grandes fábricas que utilizan el hierro, aluminio, plásticos para la creación de diferentes implementos de cocina fueron los causantes de que los pobladores dejaran de realizar este hermoso oficio y buscaran otras alternativas llegando al punto de que tan solo cuatro personas se dediquen a este oficio. Para realizar los objetos de cerámica se utiliza 3 variedades de barro (negro, amarillo, rojizo) existentes en la misma comunidad de este material se plasma diferentes objetos de cerámica como ollas, tiestos, platos, pundos, alpha mangas (ollas grandes de forma cónica) entre otras.

Figura 15:

Pawkar Raymi



Fuente: (Adrián Oscar, 2016).Alfarería.

Elaboración: propia.

En el mes de febrero se celebra la fiesta del florecimiento, en esta época del año todos los campos, cerros se visten de color y atraen a un sinnúmero de colibríes e insectos a polinizar los futuros frutos. En la cosmovisión indígena es el tiempo de agradecer al a Madre Tierra por que las plantas dejan de ser niñas y pasan hacer señoritas las cuales exponen sus mejores florescencias de distintos colores ofreciendo un impresionante y mágico paisaje.

En la comunidad se realiza la feria donde se presentan artesanías, gastronomía, productos como miel, polen, mermeladas en la noche la presentación de grupos folclóricos. El objetivo de la feria es fortalecer y visibilizar la identidad de su gente. Este celebración ha desaparecido en las distintas comunidades de la parroquia la causa exclusivamente ha sido la evangelización que empezó en el periodo de la conquista.

6.6.2.3. Comunidad de Angochagua

Figura 16:

Museo de sitio



Fuente: (Adrián Oscar, 2016).Museo de sitio.

Elaboración: propia.

Ubicado a 10 minutos de la carretera principal, su infraestructura es vernácula, se encuentra dividida en 2 habitaciones la primera da a conocer la historia de la parroquia, la indumentaria antigua, oficios que desaparecieron en el tiempo como los telares. En la segunda da a conocer una gran infinidad de ollas de barro sus utilidades, herramientas con las cuales se elaboraban los trabajos en madera y barro, una pequeña tulpa que muestra la unidad de la familia.

En el patio trasero presenta un pequeño jardín botánico con la finalidad de dar a conocer la medicina ancestral, como también pequeños sembríos donde el turista puede cosechar o sembrar productos de la zona.

6.6.3. Georreferenciación de micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales de la parroquia.

Las siguientes tablas determinan la localización de los emprendimientos en la parroquia, para brindar una perspectiva de la información se facilita la creación de mapas temáticos segmentados por actividades y comunidades.

6.6.3.1. Planta turística comunidad Zuleta.

Tabla 9:

Hospedaje y restaurantes

#	NOMBRE	ACTIVIDAD	COMUNIDAD	COORDENADAS UTM 17 N	
				X	Y
1	Bar Zuleta	Disfrute musical	Zuleta	823552	10022751
2	Cabañas el Molino	Hospedaje	Zuleta	823669	10022367
3	Carpa de comida	Venta de comida feria	Zuleta	823667	10022902
4	Feria	Venta de productos y artesanías	Zuleta	823667	10022811
5	Hospedaje Carmita	Descanso turista	Zuleta	823666	10023049
6	Hospedaje Rosita	Descanso turista	Zuleta	823505	10023197
7	Restaurante Zuleta	Venta de comida	Zuleta	823621	10022592
8	La Choza	Comida típica	Zuleta	823669	10022025
9	Tolas de Zuleta restaurant	Comida típica	Zuleta	823873	10023306
10	Zuturismo Cía. Ltda.	Privada para promoción de turismo	Zuleta	823664	10022815
Total Hospedajes y Restaurantes					10

Fuente: (Adrián Oscar, 2016).micro-emprendimientos.

Elaboración: propia.

Figura 17:

Mapa de hospedaje y restaurante comunidad Zuleta



Fuente: propia (2016).

Planta turística de artesanías comunidad Zuleta.

La comunidad se caracteriza por la elaboración de bordados a mano, talabartería y madera. Disponiendo de establecimientos para la comercialización de las artesanías, en la siguiente tabla detallamos el número total de las mismas.

Tabla 10:

Tiendas de artesanías

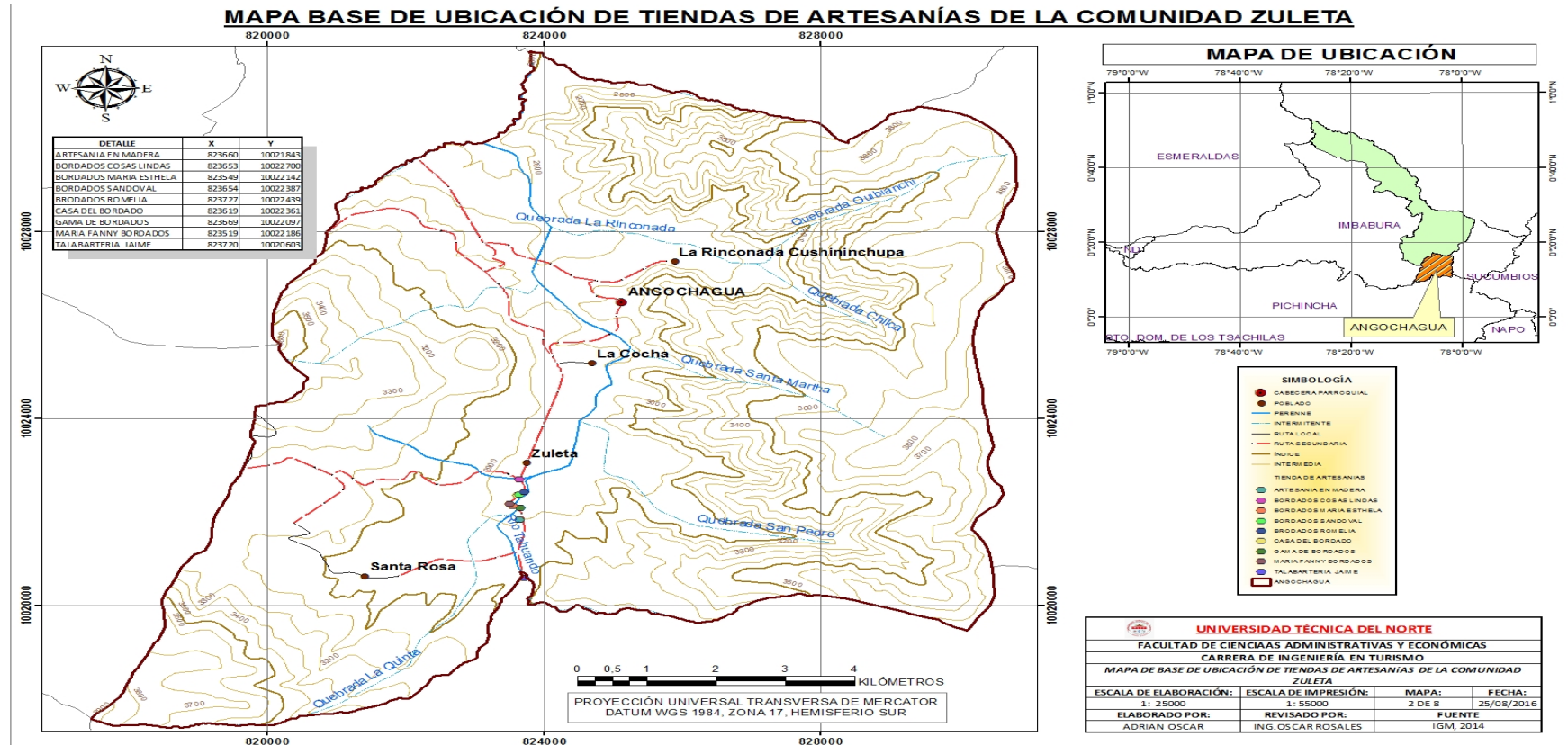
#	NOMBRE	ACTIVIDAD	COMUNIDAD	COORDENADAS UTM 17 N	
				X	Y
1	Artesanías en madera	Elaboración de muebles rústicos	Zuleta	823660	10021848
2	Bordados cosas lindas	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823653	10022700
3	Bordados María Esthela	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823549	10022142
4	Bordados Sandoval	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823654	10022387
5	Bordados Romelia	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823727	10022439
6	Casa el bordado	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823619	10022361
7	Gama de bordados	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823669	10021097
8	María Fanny bordados	Exhibición y venta de bordados	Zuleta	823519	10022185
9	Talabartería Jaime	Exhibición y venta artesanías en cuero	Zuleta	823720	10020608
Total tiendas de artesanías					9

Fuente: (Adrián Oscar, 2016).micro-emprendimientos.

Elaboración: propia.

Figura 18:

Mapa de Tiendas de artesanías comunidad Zuleta



Fuente: propia (2016).

Planta agroindustrial comunidad Zuleta.

En la comunidad se caracteriza por producir quesos, y derivados de la miel, tal es el caso del licor de miel denominado "Miski Upiashun". Los productos que se ofertan contienen un valor agregado el cual los distingue de otros sectores o parroquias.

Tabla 11:

Micro-emprendimientos agroindustriales

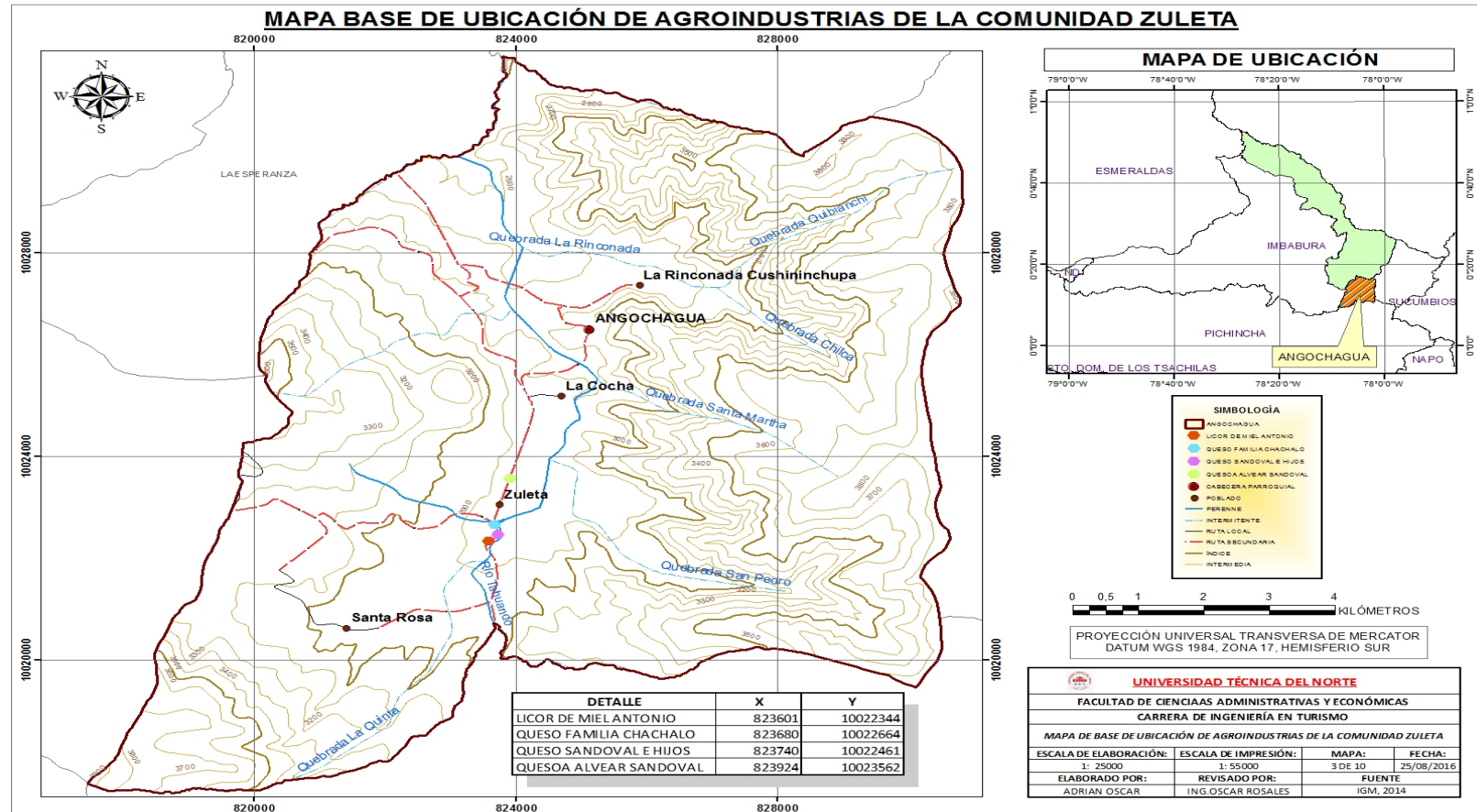
#	NOMBRE	ACTIVIDAD	UBICACIÓN COMUNIDAD	COORDENADAS UTM 17 N	
				X	Y
1	Licor de miel Antonio	Derivados de la miel	Zuleta	823601	10022344
2	Queso familia Chachalo	Elaboración de quesos	Zuleta	823680	10022664
3	Queso Sandoval e hijos	Elaboración de quesos	Zuleta	823440	10022461
4	Queso Alvear Sandoval	Elaboración de quesos	Zuleta	823740	10022461
Total de micro-emprendimientos agroindustriales					4

Fuente: (Adrián Oscar, 2016).micro-emprendimientos.

Elaboración: propia.

Figura 19:

Micro-emprendimientos agroindustriales comunidad Zuleta



Fuente: propia (2016).

6.6.3.2. Comunidad La Magdalena

Las casas de hospedaje establecidas como parte esencial del clúster son de gran importancia para el desarrollo del turismo, ya cuentan con todos los servicios básicos aptas para el descanso de turistas nacionales y extranjeros.

Tabla 12:

Planta turística comunidad la Magdalena

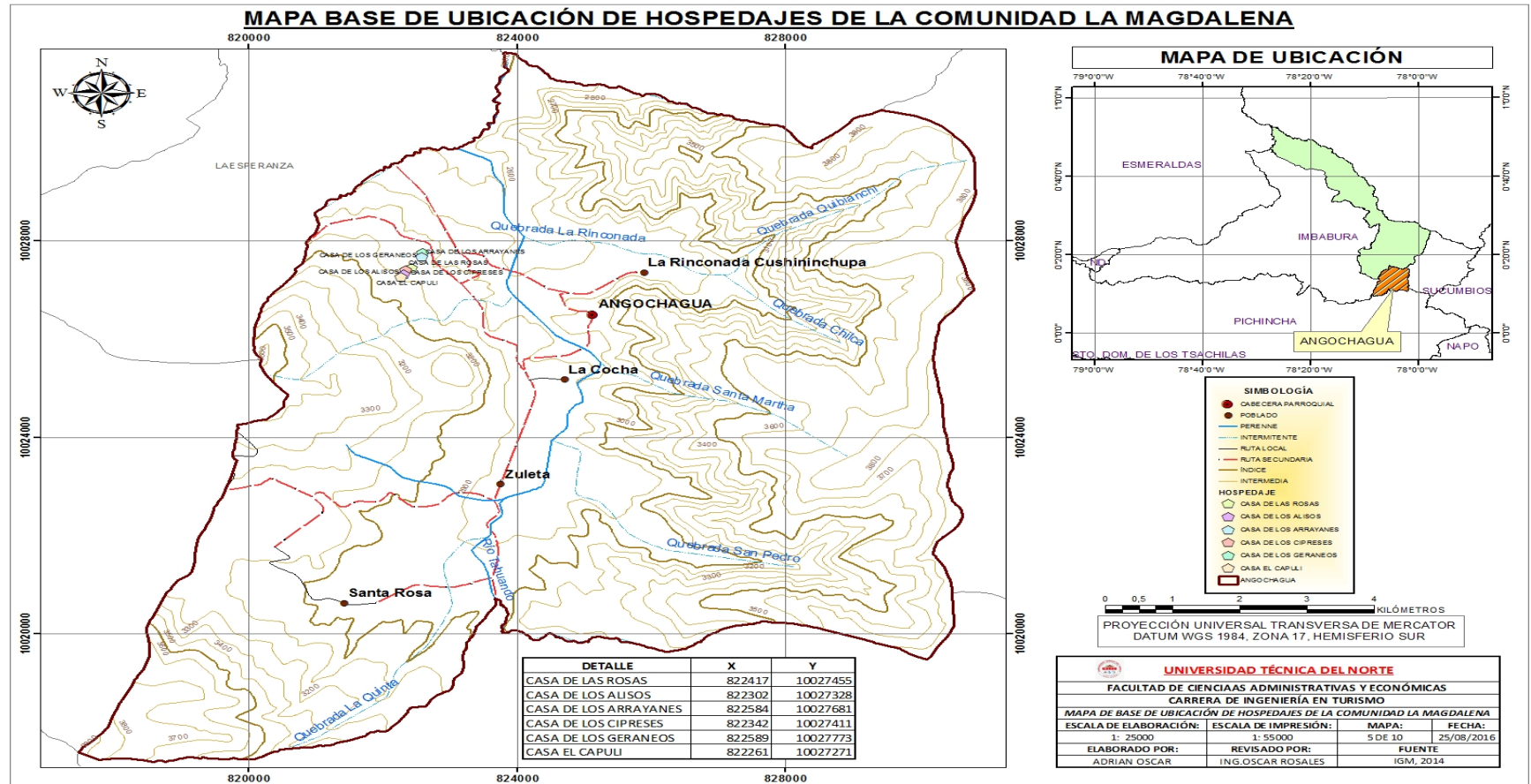
#	NOMBRE	ACTIVIDAD	COMUNIDAD	COORDENADAS UTM 17 N	
				X	Y
1	Casa de las rosas	Hospedaje	La Magdalena	822417	10027455
2	Casas de los alisos	Hospedaje	La Magdalena	822302	10027328
3	Casa de los arrayanes	Hospedaje	La Magdalena	822584	10027681
4	Casa de los cipreses	Hospedaje	La Magdalena	822342	10027411
5	Casa de los geranios	Hospedaje	La Magdalena	822589	10027773
6	Casa el capulí	Hospedaje	La Magdalena	822261	10027271
Total Hospedajes				6	

Fuente: (Adrián Oscar, 2016).micro-emprendimientos.

Elaboración: propia.

Figura 20:

Planta turística hospedaje comunidad Magdalena



Fuente: propia (2016).

6.6.3.3. Comunidad la Rinconada

Los micro-emprendimientos existentes son innovadores con alto grado de creatividad tales como talleres de alfarería, madera y música que guardan un patrimonio, para las presentes y futuras generaciones. Los materiales usados son de la propia localidad siendo la naturaleza parte esencial para el desarrollo de la localidad, por este motivo se le considera parte estratégica del clúster.

Tabla 13:

Talleres artesanales la Rinconada

#	TALLER	ACTIVIDAD	COMUNIDAD	COORDENADAS UTM 17 N	
				X	Y
1	Alfarería	Artesanía (tiestos, pondos, etc.)	La Rinconada	820987	10027357
2	Madera	Artesanías (bigshas, bateas, etc.)	La Rinconada	820998	10027247
3	Música	Talleres de aprendizaje de música	La Rinconada	822714	10027349
Total Hospedajes				3	

Fuente: (Adrián Oscar, 2016).micro-emprendimientos.

Elaboración: propia.

Alimentos con alto valor nutritivo son elaborados en la localidad siendo el caso de la miel y la crianza de truchas. Estos a su vez se les consideran estratégico genera nuevas formas donde los turistas pueden conocer y aprender de estos procesos productivos.

Tabla 14:

Micro-emprendimientos agroindustriales la Rinconada

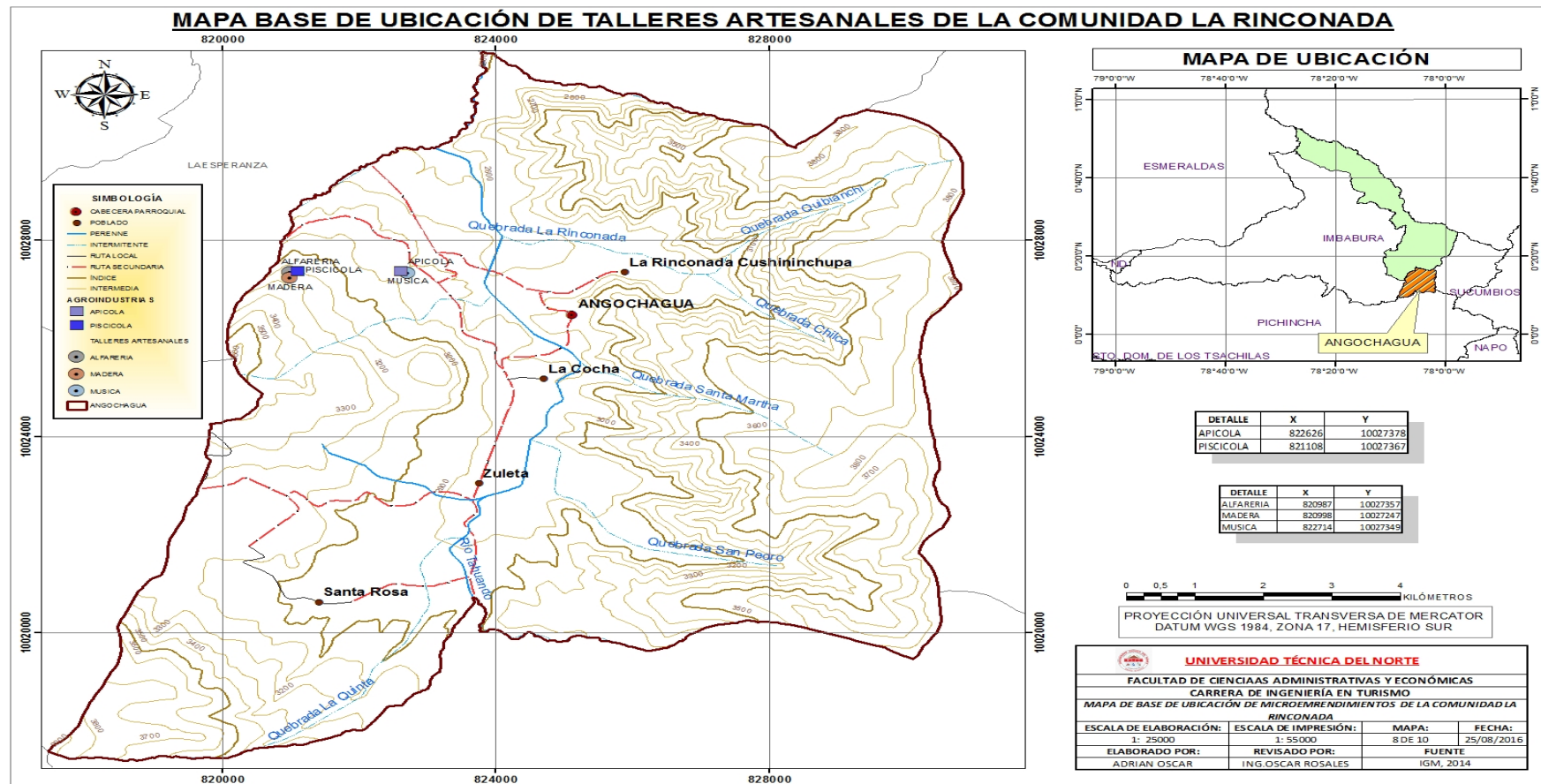
#	Talleres	ACTIVIDAD	COMUNIDAD	COORDENADAS UTM 17 N	
				X	Y
1	Apícola 28 de octubre	Venta de miel pura de abeja	La Rinconada	822626	10027378
2	Piscícola	Crianza y venta de truchas	La Rinconada	821108	10027367
Total					2

Fuente: (Adrián Oscar, 2016).micro-emprendimientos.

Elaboración: propia.

En el siguiente mapa integramos a los diferentes micro-emprendimientos de la comunidad, con la finalidad de resaltar nuevas iniciativas y considerarlas como ejes estratégicos dentro del estudio.

Figura 21:
Talleres artesanales y agroindustriales comunidad la Rinconada



Fuente: propia (2016).

6.6.3.4. Comunidad Angochagua

La iniciativa nace desde hace diez años atrás por su propietario Fernando Colimba que ve en las piezas arqueológicas un valor importante dentro de la cultura y la forma de recordar los buenos momentos en el transcurso de la historia. Y fortalecer la identidad de la parroquia.

Tabla 15:

Museo de sitio Samay Huasi

#	NOMBRE	ACTIVIDAD	UBICACIÓN COMUNIDAD	COORDENADAS UTM 17 N	
				X	Y
1	Museo de sitio Samay Huasi	Apreciación de la cultura Caranqui	Angochagua	825126	10025830
Total museo					1

Fuente: (Adrián Oscar, 2016).micro-emprendimientos.

Elaboración: propia.

Figura 22:

Museo de sitio comunidad Angochagua



Fuente: propia (2016).

6.6.3.5. Clúster turístico de Angochagua

Destacamos la integración de micro-empresarios turísticos y agroindustriales con que cuenta la parroquia. En la investigación académica se da a conocer las fortalezas de cada una de sus comunidades y como cada una de ellas puede interactuar con las demás, mejorando la oferta turística dejando a de lado el trabajo individual.

Tabla 16:

Clúster turístico

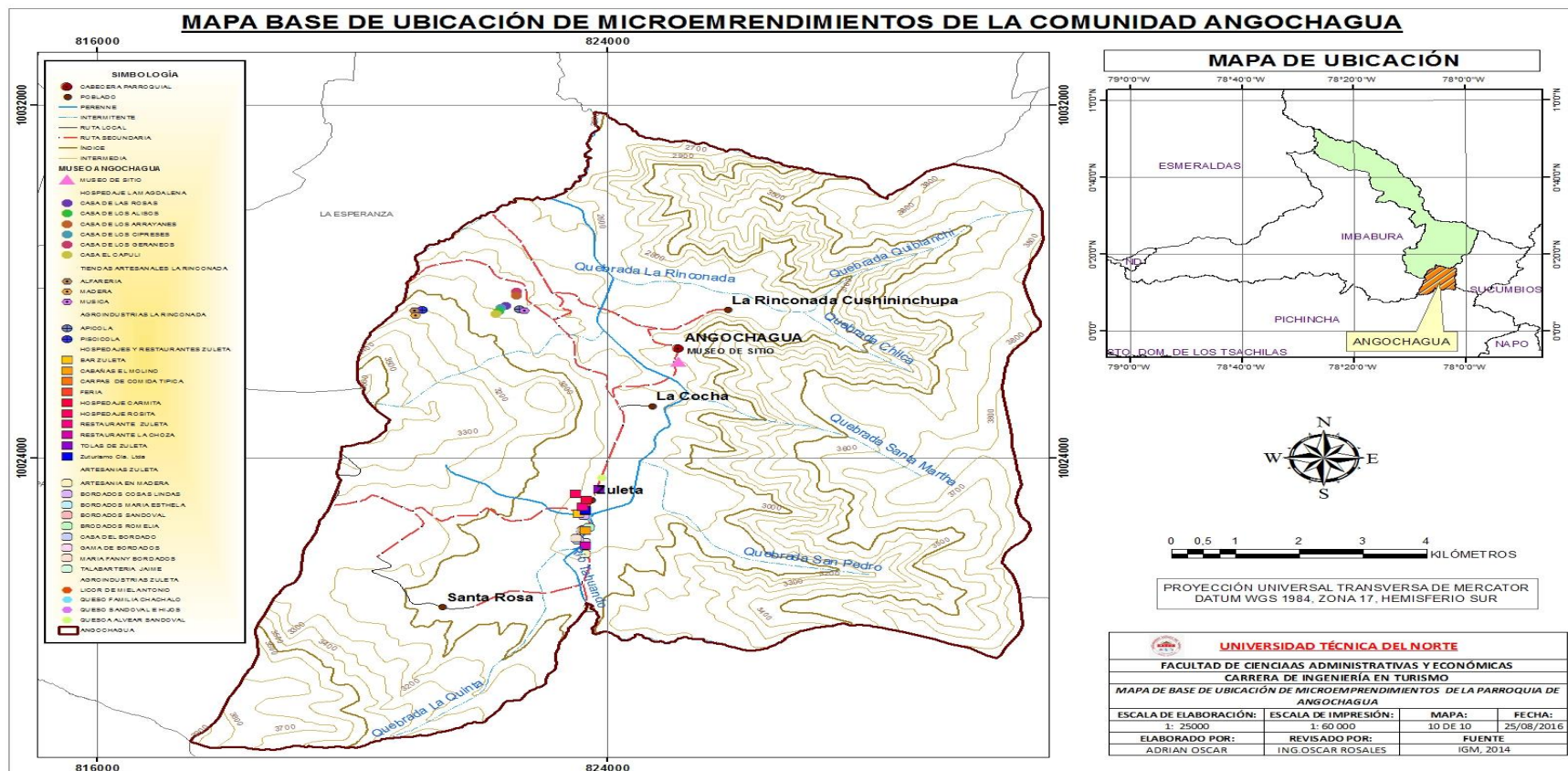
COMUNIDADES	ACTIVIDADES	NUMERO
	Micro-empresarios turísticos	19
Comunidad Zuleta	Micro-empresarios agroindustriales	4
Comunidad La Magdalena	Micro-empresarios turísticos	6
	Micro-empresarios turísticos	3
Comunidad La Rinconada	Micro-empresarios agroindustriales	2
Comunidad de Angochagua	Micro-empresarios turísticos	1
TOTAL		35

Fuente: (Adrián Oscar, 2016).micro-empresarios.

Elaboración: propia.

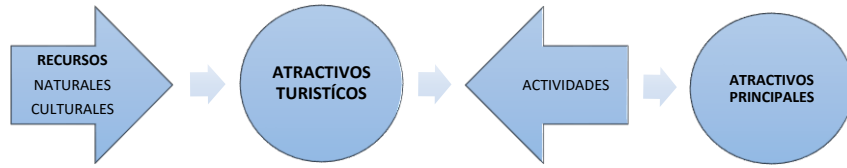
Figura 23:

Clúster turístico parroquia de Angochagua

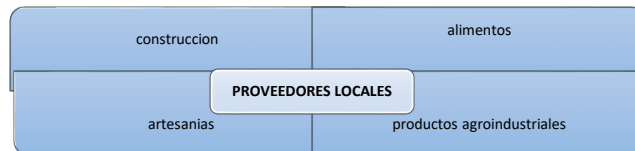
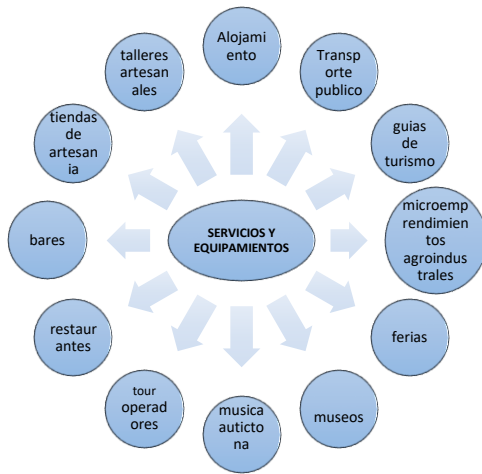


Fuente: propia (2016).

6.6.4. Diagrama del clúster turístico.



INFRAESTRUCTURA DE APOYO			
FISICA Aeropuerto Telecomunicaciones Agua potable Alcantarillado Electricidad Señalización Centro de informacion Servicios medicos	COMERCIAL Ferias y exposiciones gastronómicas, artesanales y turísticas (locales, nacionales, internacionales)	RECURSOS HUMANOS ONGS GAD PARROQUIAL MINISTERIOS(CULTURA, TURISMO, MAGAD) LA ACADEMIA MICROEMPREDIMIENTOS (TURÍSTICOS, AGROINDUSTRIALES) HABITANTES DE LA PARROQUIA	FINANCIEROS INVERSION PUBLICOS INVERSION PRIVADA FONDOS TURÍSTICOS PROGRAMAS FINANCIEROS (NACIONALES, EXTRANJEROS)



6.6.5. Organización clúster

Para que el clúster turístico tenga los resultados esperados se debe integrar los diferentes sectores productivos existentes en la parroquia sin descartar la infraestructura de apoyo. El liderazgo y la democracia juegan un rol muy importante en la organización de las bases, por ello se deben planificar reuniones que en consenso germine la visión, misión, objetivos y normas; que permitan que establezca beneficio equitativo.

Las bases involucradas deben presentar o generar propuestas, ideas que solucionen los problemas existentes y las necesidades insatisfechas que han venido suscitándose durante el transcurso del tiempo. Para inmediatamente el líder en este caso la junta parroquial y sus técnicos en diferentes áreas estudien las propuestas o ideas, y se desarrollen un programa y de ahí se desencadenen diferentes proyectos que en consenso se establezcan los más primordiales.

Mientras tanto los micro-emprendimientos deben seguir aportando su talento, sus recursos y sobre todo ir innovando, apoyando a la matriz productiva de nuestra parroquia, cantón y país esa sería la contraparte para el desarrollo de proyectos.

Con el transcurso del tiempo se espera que diferentes micro-emprendimientos se fusionen y puedan competir en el mercado global como producto y servicio único, incorporando valor agregado.

La conformación del clúster turístico a partir de los componentes establecidos permitirá realizar organizaciones horizontales y verticales de acuerdo a las relaciones tanto inter empresariales, interinstitucional, proveedores e instituciones gubernamentales y no gubernamentales, siendo factores fundamentales para la creación y el fortalecimiento de redes de cooperación y coordinación con el objetivo de desarrollar proyectos que beneficien a toda la parroquia dentro del sector turístico.

6.7. Impactos

En el aspecto social es motivar mediante la propuesta a los propietarios de micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales de la parroquia a la creación y el fortalecimiento de redes de cooperación y coordinación tanto gubernamental no gubernamental, que permitan generar un desarrollo local mediante la organización de las bases.

En el ámbito turístico es integrar los recursos naturales y culturales los servicios y el equipamiento como un solo producto que represente a la parroquia, el cual permita la diversificación de la oferta actual, aumentando la calidad de los mismos y potenciar la demanda actual.

En el aspecto cultural la propuesta ayuda a determinar las potencialidades de cada comunidad, y fortalecer las que se encuentren en estado vulnerable. Mediante propuestas originadas desde las bases comunitarias con la visión interactuar con los turistas

6.8. Difusión

La propuesta será socializada a través de reuniones con los propietarios de los micro-empresarios turísticos y agroindustriales y entregada al presidente de la Junta Parroquial de Angochagua don Hernán Sandoval, para su debida aplicación.

6.9. Bibliografía

1. Ahedo, G. I. (2008). *Democracia participativa y desarrollo humano*. España: Dykinson. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
2. Castellanos, M.A., & Castellanos R.C. (2013). Elementos críticos para la evaluación del potencial de las regiones para la formación de clúster turísticos. *Estudios Y Perspectivas En Turismo*, 22(3), 450-472.
3. Anton, C. S., Fernández, T. A., & González, R. F. (2013). *Los lugares turísticos*. España: Editorial UOC. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
4. Baena, P. G. M. E. (2014). *Metodología de la investigación*. México: Larousse - Grupo Editorial Patria. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
5. Benito, H. S. (2011). *Estudio financiero y organizativo de las redes de microempresas en España: aplicación al caso de microempresas creadas por personas mayores de cuarenta años*. España: Universidad Complutense de Madrid. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
6. Blanco, C. (2011). *Encuesta y estadística: métodos de investigación cuantitativa en ciencias sociales y comunicación*. Argentina: Editorial Brujas. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
7. Cala, A. S. (2009). LOS MICRO-CLUSTERS TURÍSTICOS ¿UNA HERRAMIENTA PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO EN ZONAS RURALES DEPRIMIDAS? *Semestre Económico*, 12(24), 57-

68. Alberto Castellanos Machado, C., & Ramón Castellanos Castillo, J. (2013).
8. Cárdenas, F.T. (2006). *Proyectos turísticos: Localización e inversión*. México: Trillas.
 9. Carvajal, B.A. *Desarrollo local: manual básico para agentes de desarrollo local y otros actores*. España: B - EUMED, 2011. ProQuest ebrary. Web. 24 November 2015.
 10. Díaz, R. C., Escárcega, S. C. (2009). *Desarrollo sustentable: Una oportunidad para la vida*. México: Editorial Mc Graw Hill.
 11. Grupo, P. D. T. S. A. (2012). *Más allá del desarrollo*. Ecuador: Ediciones Abya-Yala. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
 12. Gutiérrez, E. M., & Gerritsen, P. R. W. (2011). *Turismo rural sustentable: estudio de caso de la Costa Sur de Jalisco*. México: Plaza y Valdés, S.A. de C.V.. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
 13. Hernández, L. R. A., & Coello, G. S. (2011). *El proceso de investigación científica*. España: Editorial Universitaria. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
 14. Lara, M. E. M. (2011). *Fundamentos de investigación: un enfoque por competencias*. México: Alfaomega Grupo Editor. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
 15. Lezanski, P.D., Mattio, A.O., & Merino, S.B. (2009). *Microemprendimientos*. Argentina: Editorial Maipue. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
 16. Martínez Treviño, E. S. (2014). La representación social de los pobres en el discurso de la ONU sobre el desarrollo sustentable. *Polis* (07176554), (38), 2-15. doi:10.4000/polis.10227
 17. Millán Acevedo, N. (2014). Una propuesta metodológica para analizar la coherencia de políticas para el desarrollo. *Política y Sociedad*, 671+. Retrieved from <http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA394998332&v=2.1&>

u=utn_cons&it=r&p=GPS&asid=90c5e8105d2ada4c6fc0afa69b2eb19a.

18. Petit, B. C. (2012). Estrategias de políticas públicas para el desarrollo sustentable, una visión crítica. *Revista Telos*, 14(3), 346-363.
19. Palomares, R. C. (2009). Reflexiones sobre el modelo de desarrollo local: Propuesta de un decálogo de retos de futuro/Some thoughts about the model of local development: Proposal of a decalogue of future challenges. *Investigaciones Regionales*, (14), 133-153. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1459711342?accountid=36862>
20. Pareja, R. C., López, L. F., Arroyave, S. S., & Pérez, I. A. (2010). Fortalecimiento del desempeño ambiental empresarial, a través del programa de producción más limpia y consumo sostenible del Área Metropolitana del Valle de Aburrá. *Producción Más Limpia*, 5(2), 9-23.
21. Perevochtchikova, M. (2013). La evaluación del impacto ambiental y la importancia de los indicadores ambientales. *Gestión y Política Pública*, 22(2), 283+. Retrieved from http://go.galegroup.com/ps/i.do?id=GALE%7CA414694217&v=2.1&u=utn_cons&it=r&p=GPS&asid=6bed9ff6ddaf44a35f410ead301635a1.
22. Universidad, D. L. H. (Ed.). (2011). *Metodología de la Investigación. En: Selección de Guías de Estudio*: Tronco común. Cuba: Editorial Universitaria. Retrieved from <http://www.ebrary.com>
23. Valldepérez, I. P., & Planagumà, L. P. (2013). Zonificación turística en destinos rurales: Un enfoque basado en el consumo en terres de l'ebre. *Cuadernos De Estudios Empresariales*, 23, 75-106. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1664941103?accountid=36862>
24. Wallingre, N. (2011). *El desarrollo de un nuevo destino turístico. Turismo y Sociedad*, 12 Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/1438733103?accountid=36862>

ANEXOS

Glosario de términos

- **Activista:** es el que actúa, resuelve problemas inmediatos participa activamente con la comunidad liderando, en buscando de un beneficio común utilizando todos los medios técnicos para resolver el inconveniente (González, Lizárraga, Becerra, Traver, Yanez y Díaz, 2016).
- **Angochagua:** su toponimia es vena o raíz cruda o verde (Ministerio Coordinador de Patrimonio, 2014).
- **Cadena productiva:** Strachman, Milán (como se cita en kaplinsky,2000) una cadena de valor puede entenderse como “un conjunto completo de actividades requeridas para viabilizar determinado producto o servicio, desde la concepción hasta la producción hasta la entrega al consumidor final y su disposición después del uso”(p.45).
- **Clúster:** AA.VV (como se cita en porter,1998) define un clúster como una “concentración geográfica de empresas interconectadas, pertenecientes a campos concretos y unidas por sus características comunes y su complementariedad, junto a suministradores especializados, proveedores de servicios, empresas de sectores afines e instituciones conexas que compiten y cooperen”(p.38).
- **Competitividad:** es la ampliación de la tecnología y la preparación por medio de capacitaciones al talento humano conjuntamente con la innovación en su producto o servicio.
- **Cualitativo:** es la manera de medir la calidad de acuerdo a sus respectivos factores, proporcionándonos como datos las opiniones de las personas.

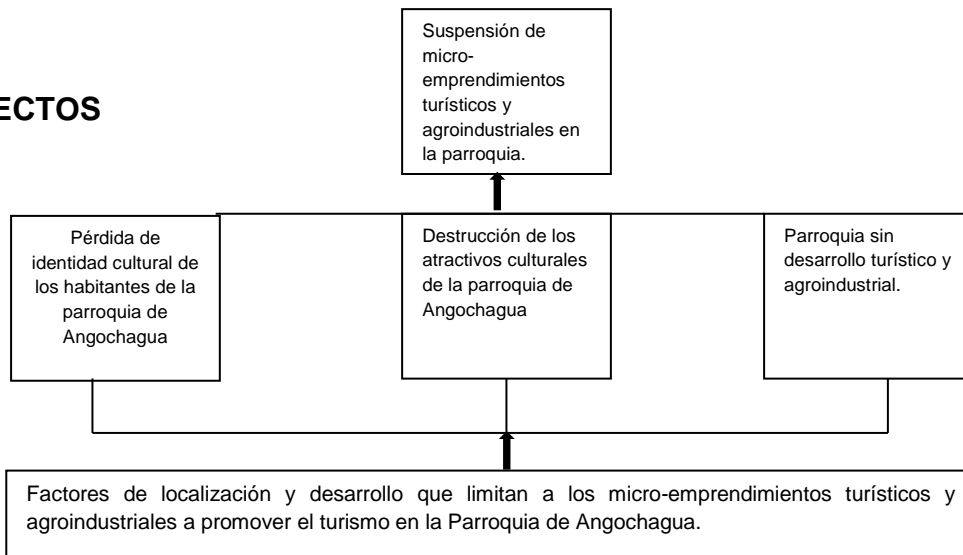
- **Demanda:** son los turistas que ingresan a determinados países a ocupar los servicios turísticos (Chang y Aguayo, 2006).
- **Democracia:** conjunto de reglas que permiten tomar decisiones de manera colectiva (Pasquino, 2014).
- **GAD:** gobiernos autónomos descentralizados su objetivo es la organización planificación ejecución y control de los diferentes proyectos en diferentes sectores económicos en zonas geográficas delimitadas, las cuales se rigen a la constitución nacional del país y son de carácter social.

Recursos

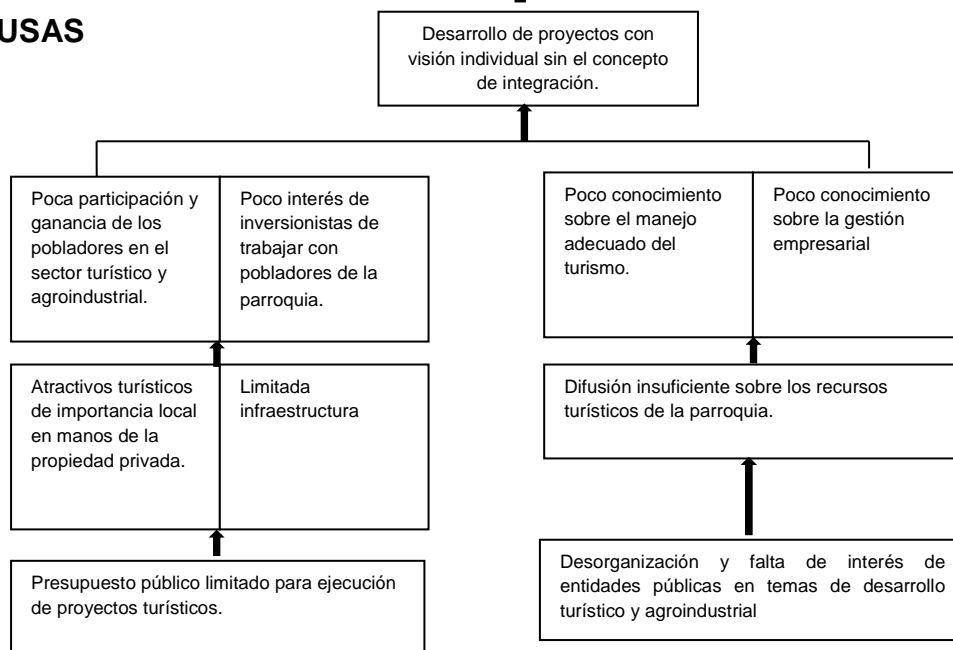
 UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas ING.TURISMO PLAN DE TRABAJO DE GRADO MARCO ADMINISTRATIVO (RECURSOS)		TEMA DE TESIS: FACTORES DE LOCALIZACIÓN Y DESARROLLO DE MICRO- EMPRENDIMIENTOS TURÍSTICOS Y AGROINDUSTRIALES DE LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA PARA EL DISEÑO DE UN CLÚSTER TURÍSTICO	
Cantidad	Detalle	Valor unitario	Valor total
RECURSO HUMANO			
1	Tutor de trabajo de grado	-----	-----
2	Docentes	-----	-----
1	Estudiante investigador	-----	-----
RECURSOS INSTITUCIONALES			
3	Autoridades de la Junta Parroquial de Angochagua	-----	-----
15	Representantes de las asociaciones y micro-emprendimientos	-----	-----
1	Director del Ministerio de Turismo	-----	-----
1	Director del Ambiente	-----	-----
1	Director del MAGAP	-----	-----
RECURSOS MATERIALES			
3	Resmas de papel	\$ 3,50	\$ 10,50
4	Cartuchos de impresora canon	\$ 12,00	\$ 48,00
5	Esferográficos big punta gruesa	\$ 0,40	\$ 2,00
6	Lápices Hb	\$ 0,50	\$ 3,00
200	Fotocopias	\$ 0,05	\$ 100,00
1	Flash memory	\$ 20,00	\$ 20,00
20	Recargas	\$ 6,00	\$ 120,00
1	Alquiler de videocámara	\$ 70,00	\$ 70,00
1	Alquiler de GPS	\$ 35,00	\$ 35,00
1	computadora portátil	\$ 450,00	\$ 450,00
6	Carpetas	\$ 0,40	\$ 2,40
6	Anillados	\$ 0,75	\$ 4,50
2	Empastados	\$ 5,00	\$ 10,00
10	Libros	\$ 40,00	\$ 400,00
1 año	Internet	\$ 20,00	\$ 240,00
RECURSOS DE APOYO LOGISTICO			
40	Desplazamiento	\$ 0,45	\$ 18,00
10	Hospedaje	\$ 10,00	\$ 100,00
30	Alimentación	\$ 3,00	\$ 90,00
5	Apoyo comunitario	\$ 15,00	\$ 75,00
3	Apoyo técnico	\$ 20,00	\$ 60,00
2	IMPREVISTOS	\$ 125,00	\$ 250,00
		TOTAL	\$ 2.108,40

Árbol de problemas

EFFECTOS



CAUSAS



Matriz de Coherencia:

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVO GENERAL
<p>¿Cuáles son los Factores de localización y desarrollo que limitan a los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales a promover el turismo en la Parroquia de Angochagua?</p>	<p>Determinar los factores de localización y desarrollo de los micro-emprendimientos turísticos, agroindustriales de la Parroquia de Angochagua, mediante el diseño un clúster turístico con enfoque nacional e internacional.</p>
SUBPROBLEMAS/INTERROGANTES	OBJETIVOS ESPECÍFICOS
<p>1 y 2 ¿Qué relación existe entre el micro- emprendimientos turísticos y el agroindustriales?</p> <p>3. ¿Qué relación existe entre los recursos naturales y culturales?</p> <p>4. ¿Qué papel juegan las instituciones públicas y los micro-emprendimientos con promover el turismo?</p>	<p>1. Identificar los micro-emprendimientos turísticos existentes de la parroquia de Angochagua.</p> <p>2. Identificar los micro-emprendimientos agroindustriales</p> <p>3. Definir las potencialidades turísticas que resalten los recursos naturales y culturales de la Parroquia de Angochagua.</p> <p>4. Diseñar un clúster turístico para la agrupación de micro-emprendimientos turísticos, agroindustriales de la parroquia.</p>

Matriz categorial

Concepto	Categorial	Dimensión	Indicadores
TEMA DE INVESTIGACION: Factores de localización y desarrollo de micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales de la Parroquia de Angochagua para el diseño de un clúster turístico.			
Se entiende como desarrollo, la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y los sistemas naturales.	Desarrollo	<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo humano 	<ul style="list-style-type: none"> Democracia participativa
		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo sostenible 	<ul style="list-style-type: none"> Indicadores de sustentabilidad. Modelo PER. Modelo FPEIR. Tecnología y producción limpia.
		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo local 	<ul style="list-style-type: none"> Concepto de desarrollo local. Diferencia entre perspectivas convencionales y la perspectiva alternativa del desarrollo. Agente de desarrollo local.
		<ul style="list-style-type: none"> Desarrollo económico local Factores claves del desarrollo local. 	<ul style="list-style-type: none"> Dimensiones del desarrollo local. ¿Qué se entiende por desarrollo económico local? Innovación como factor determinante. La asociatividad.

		Desarrollo turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque del desarrollo global turístico. • Destino turístico. • Turismo rural • Atractivos naturales Atractivos culturales
La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.	LOCALIZACION	<ul style="list-style-type: none"> • Factores de localización. 	<ul style="list-style-type: none"> • Factores decisivos. • Factores importantes. • Factores deseables. • Evaluación de factores.
se denomina micro-emprendimiento a diversos tipos de microempresas que generan ganancias, que son de propiedad y administración de los propios emprendedores que trabajan ellos mismos en estas empresas y que en general no tienen empleados, si no que se trata de emprendimientos individuales o familiares que requieren una muy baja inversión y su forma jurídica puede encuadrarse casi siempre.	Micro-emprendimientos	<ul style="list-style-type: none"> • La organización 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de organizaciones. • Con fines de lucro. • Sin fines de lucro.
		<ul style="list-style-type: none"> • Recursos 	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto
		<ul style="list-style-type: none"> • Empresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación de empresas • Según la actividad que desarrollan. • Según su tamaño. • Según su capital. • Según la relación jurídica.
		<ul style="list-style-type: none"> • Micro-emprendimientos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Micro-emprendimientos turísticos. • Micro-emprendimientos agroindustriales. • Clasificación de las pymes turísticas. • Sectores a los que pertenecen

		<ul style="list-style-type: none"> • Origen de las microempresas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Concepto
<p>Clúster significa ramo, racimo o conglomerado; en general, conjunto de cosas iguales que se agrupan en torno a un punto común. En gestión empresarial se aplica a un conjunto de empresas concentradas en un mismo entorno geográfico y que desarrollan una actividad económica similar o pertenecen a sectores industriales relacionados entre sí.</p>	Clúster	<ul style="list-style-type: none"> • Agrupamientos turísticos competitivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Beneficios. • producto turístico. • Conceptos: • Agrupamiento • Competitividad. • Grupos Estratégicos.
		<ul style="list-style-type: none"> • Integración de Clúster Competitivos 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización Turística Factor de Integración. • Proceso de Planeación. • Visión del Agrupamiento • Conformación del Plan Estratégico. • Consenso del Plan Estratégico. • Plan de Acción.
	Angochagua	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos geográficos 	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Límites Superficie Altura Clima
		<ul style="list-style-type: none"> • Caracterización demográfica 	Densidad Poblacional Salud Educación
		<ul style="list-style-type: none"> • Situación socioeconómica 	Tipo de actividades. Necesidades básicas Infraestructura, Cobertura de servicios Vialidad
		<ul style="list-style-type: none"> • Costumbres y tradiciones 	Festividades Habilidades ancestrales Gastronomía Patrimonio comunitario



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS INGENIERÍA EN TURISMO

Encuesta dirigida a propietarios de micro-emprendimientos turísticos de la parroquia de Angochagua cantón Ibarra provincia de Imbabura.

Encuestado:.....

Lugar.....

Encuestador:.....

Fecha.....

Objetivo: Determinar los factores de localización y desarrollo de los micro-emprendimientos turísticos, agroindustriales de la Parroquia de Angochagua, mediante el diseño un clúster turístico con enfoque nacional, internacional.

Estimado(a) emprendedor permítase responder las siguientes preguntas, la autenticidad de sus respuestas son de gran importancia para esta investigación que procura contribuir al desarrollo local, de la parroquia de Angochagua.

Instrucciones: Por favor, marque con una x donde corresponda y conteste donde sea necesario.

1. DATOS INFORMATIVOS DEL ENCUESTADO

1.1 Sexo:

a. Masculino () b. Femenino ()

1.2 Edad:

a. Entre 18 – 27 () c. Entre 38 – 47 () e. Entre 58 – 67 ()
b. Entre 28 – 37 () d. Entre 48 - 57 () f. Más de 68 ()

1.3 Cargo:

a. Propietario () c. Responsable ()
b. Gerente () d. Otro ()
¿Cuál?.....

1.4 Instrucción

a. Primaria () c. Superior ()
b. Secundaria () d. Cuarto nivel ()

2. INFORMACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DE APOYO EN EL ÁMBITO TURÍSTICO DE LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA.

2.1 ¿Cómo ve el desarrollo de la parroquia?

a. Excelente () c. Bueno () e. Malo ()
b. Muy bueno () d. Regular ()

2.2 ¿Con que servicios e infraestructura básica cuenta la parroquia de Angochagua para el desarrollo del turismo?

- | | | | |
|----------------------------------|-----|-----------------|-----|
| a. Aeropuertos cercanos | () | f. Electricidad | () |
| b. Telecomunicaciones | () | g. Carreteras | () |
| c. Agua potable y alcantarillado | () | h. Señalización | () |
| d. Centros de información | () | i. Otros | () |
| e. Servicios médicos | () | | |
- ¿Cuál?.....

2.3 ¿Por qué medios se dan a conocer las artesanías elaborados en la parroquia?

- | | | | |
|----------------------------|-----|------------------------|-----|
| a. Ferias artesanales | () | e. Tiendas turísticas | () |
| b. Plazas comerciales | () | f. Centros comerciales | () |
| c. Mercados de artesanales | () | g. Otros | () |
| d. Eventos comerciales | () | | |
- ¿Cuál?.....

2.4 ¿Qué entidades públicas y privadas han aportado con conocimiento técnico para el desarrollo de los micro emprendimientos turísticos?

- | | | | |
|----------------------------|-----|-------------------|-----|
| a. Ministerio de Turismo | () | d. Universidades | () |
| b. Ministerio del Ambiente | () | e. ONGS | () |
| c. MAGAP | () | f. GAD Parroquial | () |
| d. Ministerio de Cultura | () | h. Otros | () |
- ¿Cuál?.....

2.5 ¿Qué tipo de inversión financiera han recibido para el mejoramiento de los micro-emprendimientos?

- | | |
|---------------------------------------|-----|
| a. Inversión pública | () |
| b. Inversión privada | () |
| c. Fondos turísticos | () |
| d. Fondos de financiamiento sectorial | () |
- ¿Cuanto?.....

3. DATOS DEL ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS

3.1 ¿Cuáles son los servicios que presta su establecimiento turístico?

- | | | | |
|--------------------------|-----|----------------------|-----|
| a. Alojamiento | () | d. Restauración | () |
| b. transporte | () | e. Agencia de viajes | () |
| c. información turística | () | f. Atracciones | () |
| Otros | () | | |
- ¿Cuál?.....

3.2 ¿A qué clasificación pertenece su establecimiento turístico?

- | | | | |
|-------------|-----|----------------|-----|
| a. Hostería | () | d. Albergue | () |
| b. Cabaña | () | e. Refugio | () |
| c. Motel | () | f. Restaurante | () |
- Otros
- ¿Cuál?.....

3.2 ¿Qué tiempo su establecimiento turístico lleva funcionando en el mercado?

- | | | | |
|---------------------|-----|----------------------|-----|
| a. Menos de un año | () | c. Entre 7 y 12 años | () |
| b. Entre 1 y 6 años | () | d. Más de 12 años | () |

3.3 ¿Cuántas personas trabajan en su establecimiento turístico?

- | | | | |
|----------------|-----|-----------------|-----|
| a. Menos de 3 | () | c. Entre 8 y 10 | () |
| b. Entre 4 y 7 | () | d. Más de 11 | () |

3.4 ¿De qué servicios dispone su establecimiento turístico?

- | | | | |
|---------------------|-----|------------------|-----|
| a. Restaurante | () | f. TV cable | () |
| b. Cafetería | () | g. Zona WIFI | () |
| c. Salón de eventos | () | h. Agua caliente | () |
| d. Bar-discoteca | () | i. Áreas verdes | () |
| e. Parqueadero | () | | |
| Otros | | | |
| ¿Cuál?..... | | | |

3.6 ¿A qué categoría pertenece su establecimiento turístico?

- | | | | |
|------------|-----|------------|-----|
| a. Primera | () | c. Tercera | () |
| b. Segunda | () | | |

3.7 ¿A qué segmento de mercado está destinado su establecimiento turístico?

- | | | | |
|------------------|-----|---------------------------|-----|
| a. Nacional | () | c. Nacional/internacional | () |
| b. Internacional | () | | |

3.8 ¿Qué medios de comunicación utiliza para promocionar su establecimiento turístico?

- | | | | |
|---------------|-----|----------------------|-----|
| a. Televisión | () | d. Agencias de viaje | () |
| b. Radio | () | e. Página web | () |
| c. trípticos | () | f. Redes sociales | () |
| Otro | | | |
| ¿Cuál?..... | | | |

3.8 ¿Cómo califica usted el servicio ofrecido al turista en su establecimiento?

- | | | | |
|--------------|-----|-------------|-----|
| a. Excelente | () | d. Regular | () |
| b. Muy bueno | () | e. Malo | () |
| c. Bueno | () | f. Muy malo | () |

4. INFORMACIÓN DEL PROYECTO

4.1 Sabía usted. ¿Que la meta del sector turístico es ser la primera fuente de ingresos no petroleros en el Ecuador?

a. Sí () c. No ()

¿Por qué?.....

4.2 ¿Cree usted que la unión de voluntades del sector público y de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales promuevan un turismo de manera responsable, cultural y ambiental y que obtenga crear un negocio bueno para todos?

a. Sí () c. No ()

¿Por qué?.....



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS INGENIERÍA EN TURISMO

Encuesta dirigida a propietarios de micro-emprendimientos agroindustriales de la parroquia de Angochagua cantón Ibarra provincia de Imbabura.

Encuestado:.....

Lugar.....

Encuestador:.....

Fecha.....

Objetivo: Determinar los factores de localización y desarrollo de los micro-emprendimientos turísticos, agroindustriales de la Parroquia de Angochagua, mediante el diseño un clúster turístico con enfoque nacional, internacional.

Estimado(a) emprendedor permítase responder las siguientes preguntas, la autenticidad de sus respuestas son de gran importancia para esta investigación que procura contribuir al desarrollo local, de la parroquia de Angochagua.

Instrucciones: Por favor, marque con una x donde corresponda y conteste donde sea necesario.

1. DATOS INFORMATIVOS DEL ENCUESTADO

1.1 Sexo:

a. Masculino () b. Femenino ()

1.2 Edad:

a. Entre 18 – 27 () c. Entre 38 - 47 () e. Entre 58 – 67 ()
b. Entre 28 – 37 () d. Entre 48 - 57 () f. Más de 68 ()

1.3 Cargo:

a. Propietario () c. Responsable ()
b. Gerente () d. Otro ()
¿Cuál?.....

1.4 Instrucción

a. Primaria () c. Superior ()
b. Secundaria () d. Cuarto nivel ()

2. INFORMACIÓN DE LA INFRAESTRUCTURA DE APOYO EN EL ÁMBITO AGROINDUSTRIAL DE LA PARROQUIA DE ANGOCHAGUA.

2.1 ¿Cómo ve el desarrollo de la parroquia?

a. Excelente () c. Bueno () e. Malo ()
b. Muy bueno () d. Regular ()

2.2 ¿Con que servicios e infraestructura básica cuenta la parroquia de Angochagua para el desarrollo agroindustrial?

- | | | | |
|----------------------------------|-----|-----------------|-----|
| a. Aeropuertos cercanos | () | f. Electricidad | () |
| b. Telecomunicaciones | () | g. Carreteras | () |
| c. Agua potable y alcantarillado | () | h. Señalización | () |
| d. Centros de información | () | i. Otros | () |
| e. Servicios médicos | () | | |
- ¿Cuál?.....

2.3 ¿Por qué medios se dan a conocer las artesanías y productos agroindustriales elaborados en la parroquia?

- | | | | |
|----------------------------|-----|------------------------|-----|
| a. Ferias agroecológicas | () | e. Tiendas turísticas | () |
| b. Plazas comerciales | () | f. Centros comerciales | () |
| c. Mercados de artesanales | () | g. Otros | () |
| d. Eventos comerciales | () | | |
- ¿Cuál?.....

2.4 ¿Qué entidades públicas y privadas han aportado con conocimiento técnico para el desarrollo de los micro emprendimientos agroindustriales?

- | | | | |
|----------------------------|-----|-------------------|-----|
| a. Ministerio de Turismo | () | d. Universidades | () |
| b. Ministerio del Ambiente | () | e. ONGS | () |
| c. MAGAP | () | f. GAD Parroquial | () |
| d. Ministerio de Cultura | () | h. Otros | () |
- ¿Cuál?.....

2.5 ¿Qué tipo de inversión financiera han recibido para el mejoramiento de los micro-emprendimientos?

- | | |
|---------------------------------------|-----|
| a. Inversión pública | () |
| b. Fondos de financiamiento sectorial | () |
| c. Inversión privada | () |
| d. Fondos turísticos | () |
- ¿Cuanto?.....

4. DATOS DE ESTABLECIMIENTOS AGROINDUSTRIALES.

4.1 ¿Qué tipo de productos agrícolas procesados elabora en su micro emprendimiento agroindustrial?

- | | | | |
|--------------------------|-----|------------------------|-----|
| a. Productos lácteos | () | b. Productos de frutas | () |
| c. Productos misceláneos | () | d. Productos vegetales | () |
- Otro
¿Cuál?.....

4.2 ¿Qué tiempo su micro-emprendimiento agroindustrial lleva funcionando en el mercado?

- | | | | |
|---------------------|-----|----------------------|-----|
| a. Menos de un año | () | c. Entre 7 y 12 años | () |
| b. Entre 1 y 6 años | () | d. Más de 12 años | () |

4.3 ¿Cuántas personas trabajan en su micro-emprendimiento agroindustrial?

- a. Menos de 3 () c. Entre 8 y 10 ()
b. Entre 4 y 7 () d. Más de 11 ()

4.4 ¿A qué tipo de mercado está destinado sus productos agroindustriales?

- a. Nacional () c. Local ()
b. Internacional () d. Regional ()

Otro
¿Cuál?.....

4.5 ¿Qué medios utiliza para promocionar sus productos agroindustriales?

- a. Televisión () d. Patrocinio ()
b. Radio () e. Página web ()
c. Flyers () f. redes sociales ()

Otro
¿Cuál?.....

4.6 ¿Cuáles son las limitaciones que usted ha tenido para que los micro-emprendimientos agroindustriales no se desarrollen de la mejor manera?

- a. Carencia de implementos tecnológicos ()
b. Pocos recursos económicos ()
c. Insuficiente capacitaciones ()
d. Improvisación ()
e. Dificultad en el acceso de mercado ()
f. Poca organización y planificación ()
g. Otro ()

¿Cuál?.....

4.7 ¿Qué planes desarrollará a largo y mediano plazo?

- a. Créditos () e. Cierre ()
b. Convenios () f. Capacitación ()
c. Alianzas estratégica () g. Otro ()
d. Asociaciones ()

¿Cuál?.....

5. INFORMACIÓN DEL PROYECTO

5.2 Sabía usted. ¿Que la meta del sector turístico es ser la primera fuente de ingresos no petroleros en el Ecuador?

- a. Sí () c. No ()

¿Por
qué?.....

5.1 ¿Cree usted que la unión de voluntades del sector público y de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales promuevan un turismo de manera responsable, cultural y ambiental y que obtenga crear un negocio bueno para todos?

a. Sí () c. No ()

¿Por qué?.....



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA EN TURISMO

Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros que visitan la parroquia de Angochagua cantón Ibarra provincia de Imbabura.

Objetivo: Determinar los factores de localización y desarrollo de los micro-empresarios turísticos, agroindustriales de la Parroquia de Angochagua, mediante el diseño un clúster turístico.

Estimado(a) turista permítase responder las siguientes preguntas, la veracidad de sus respuestas son de gran importancia para esta investigación

Instrucciones: Por favor, marque con una (x) donde corresponda y conteste donde sea necesario.

Lugar:.....

Fecha:.....

DATOS INFORMATIVOS:

1. PERFIL DEMOGRÁFICO

1.1 Sexo:

- a. Masculino () b. Femenino ()

1.2 Edad:

- a. Entre 18 – 25 años () d. Entre 46 - 55 años ()
b. Entre 26 – 35 años () e. Entre 56 – 65 años ()
c. Entre 36 - 45 años () f. Más de 66 años ()

1.3 Origen:

Si es ecuatoriano; de qué ciudad:

- a. Ibarra () c. Quito () e. Guayaquil ()
b. Otavalo () d. Cuenca () f. Otras ()

¿Cuáles?.....

Si es extranjero; de qué país:

- a. Colombia () e. Argentina () i. Canadá ()
b. Perú () f. Chile () j. España ()
c. Cuba () g. México () k. Alemania ()
d. Brasil () h. USA () l. Otro ()

¿Cuál?.....

1.4 Estado Civil:

- a. Soltero/a () c. Divorciado/a () e. Unión Libre ()
b. Casado/a () d. Viudo/a ()

1.5 Nivel de Educación:

- a. Primaria () e. Maestría ()
b. Secundaria () f. PhD ()
c. Tecnólogos () g. Ninguna ()
d. Ingeniería () h. Otro ()
¿Cuál?.....

1.6 Profesión:

- a. Ingeniero () d. Veterinario () g. Biólogo ()
b. Abogado () e. Botánico () h. Ninguna ()
c. Médico () f. Agrónomo () i. Otra ()
¿Cuál?.....

1.7 Ocupación:

- a. Servidor público () e. Artesano ()
b. Institución privada () f. Agricultor ()
c. Comerciante () g. Jubilado ()
d. Estudiante () h. Otra ()
¿Cuál?.....

2. PERFIL ECONÓMICO

2.1 Del siguiente enunciado, seleccione el promedio de sus ingresos mensuales:

- a. Menos de 600 USD ()
b. 601 - 800 USD ()
c. 801 - 1000 USD ()
d. 1001 - 2000 USD ()
f. Más de 2000 USD ()

2.2 En el año. ¿Con que frecuencia Usted realiza turismo?

- a. Una vez ()
b. Dos veces ()
c. Más de tres veces ()

2.3 ¿Qué porcentaje de su promedio anual de ingresos, destina Usted para realizar la actividad turística?

- a. Menos del 6% ()
b. Entre el 7% y 11% ()
c. Entre 12% y 16% ()
d. Entre el 17% y 21 % ()
e. Más del 22% ()

3. PRÁCTICAS DE VIAJE:

3.1 ¿Cuáles fueron sus principales motivos de visita a la Parroquia de Angochagua?

- a. Descanso () f. Cultura ()
b. Diversión () g. Estudio ()
c. Negocios () h. Compras ()
d. Visita a familiares y amigos () i. Otros ()
e. Congresos ()
¿Cuál?.....

3.2 ¿Factores que influyeron para venir a la parroquia de Angochagua?

- a. Recomendaciones ()
()
b. Conocimiento previo ()
lugares ()
c. Cercanía del lugar de origen ()
()
d. Precios ()
()
e. Disponibilidad de tiempo ()
()
¿Cuál?.....
- f. Diversidad de actividades
g. Interés por conocer nuevos
h. Visitar a familia y amigos
i. Trabajo
j. Otros

3.3 ¿Cómo Supo usted de la parroquia de Angochagua?

- a. Internet ()
viajes ()
b. Televisión ()
turismo ()
c. Prensa ()
()
¿Cuál?.....
- d. Revista de turismo ()
e. Amigos y familiares ()
f. Radio ()
g. Agencia de
h. Ferias de
i. Otro

3.4 ¿Qué tipo de transporte utilizó para llegar a la parroquia de Angochagua?

- a. Transporte público ()
()
b. Vehículo propio ()
()
¿Cuál?.....
- c. Transporte turístico
d. Otro

3.5 ¿Con cuánto tiempo de anticipación usted realizó su reservación?

- a. Sin reservación ()
()
b. 1 semana antes ()
()
c. 2 semanas antes ()
()
- e. 1 mes antes
f. Más de un mes
d. 3 semanas antes

3.6 ¿Medio por el cual reservó su visita?

- a. Directo ()
b. Agencia ()
- c. Excursión ()
d. Internet ()

3.7 ¿Cuál fue su forma de pago?

- a. Efectivo ()
b. Cheque ()
- c. Tarjeta de crédito ()
d. Tarjeta de débito ()

3.8 ¿De qué tipo de alojamiento ha estado haciendo uso durante su estancia?

- a. Hosterías ()
b. Moteles ()
¿Cuál?.....
- c. Cabañas ()
d. Albergues ()
- e. Refugios ()
f. Otros ()

3.8.1 ¿Cómo califica usted al alojamiento?

- a. Excelente ()
b. Muy bueno ()
- c. Bueno ()
d. Regular ()
- e. Malo ()

3.9 ¿Qué tipos de servicios alimentarios usted ha elegido?

- a. Restaurante de servicio completo ()
- b. Restaurante de especialidades ()
- c. Restaurante de comida tradicional ()
- d. Restaurante en el lugar de hospedaje ()
- e. Restaurante familiar ()
- f. Restaurante de comida rápida ()
- g. Centro gastronómico comunitario ()
- h. Bar ()
- i. Otro ()
- ¿Cuál?.....

3.9.1 ¿Cómo califica usted al servicio de alimentación?

- a. Excelente () c. Bueno () e. Malo ()
- b. Muy bueno () d. Regular ()

3.10 ¿En esta ocasión Usted viaja?

- a. Solo () d. Con familia ()
- b. Con amigos () e. Colegas de trabajo ()
- c. Con pareja ()

3.11 ¿Cuál fue su gasto promedio durante su estancia en la parroquia?

- Alojamiento:**
- a. 10-40 USD () b. 41-80 USD () c. Más de 81 USD ()

- Restauración:**
- a. 10-40 USD () b. 41-80 USD () c. Más de 81 USD ()

- Transporte:**
- a. 10-40 USD () b. 41-80 USD () c. Más de 81 USD ()

- Adquisición de artesanías:**
- a. 10-40 USD () b. 41-80 USD () c. Más de 81 USD ()

4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS EN LA VISITA:

.2 ¿Cuáles son las actividades que ha desarrollado en la parroquia?

- a. visita a asociaciones () e. visita tiendas de artesanías ()
- b. Preparación de alimentos () f. visita museo de sitio ()
- c. Actividades comunitarias () g. Fotografía ()
- d. Visitar atractivos naturales () h. Otras ()

¿Cuáles?.....

4.3 ¿Cuáles son los lugares turísticos y celebraciones que ha conocido o le gustaría conocer en función de su grado de interés, para ello utilice la escala siguiente?

5: muy interesado; 4: interesado; 3: medio interesado; 2: poco interesado; 1: nada interesado.

Atractivos turísticos y celebración de la Parroquia de Angochagua					
	5	4	3	2	1
Bosque protector Zuleta					
Tolas de Zuleta					
Haciendas					
Asociaciones agroindustriales					
Tienda de artesanías					
Museo de sitio					
Lagunas de Zuleta					
Laguna del Cubilche					
Mirador muchanajun rummy					
Cascadas de la rinconada					
Celebraciones del Pawkar raymi					
Celebración Virgen de la Merced					
Ferias gastronómicas y artesanales					
ferias agroindustriales					
Celebraciones de San Juan y San Pedro					
Fiestas de parroquialización					
Juegos tradicionales					

5. INFORMACIÓN DEL PROYECTO

5.1 Sabía usted. ¿Que la meta del sector turístico es ser la primera fuente de ingresos no petroleros en el Ecuador?

a. Sí () c. No ()

¿Por qué?.....

5.2 ¿Cree usted que la unión de voluntades del sector público y de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales promuevan un turismo de manera responsable, cultural y ambiental y que obtenga crear un negocio bueno para todos?

a. Sí () c. No ()

¿Por qué?.....



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERÍA EN TURISMO

Encuesta dirigida a consumidores de productos agroindustriales de la parroquia de Angochagua cantón Ibarra provincia de Imbabura.

Objetivo: Información de la percepción del consumidor de productos elaborados en los micro-emprendimientos agroindustriales.

Estimado(a) consumidor permítase responder las siguientes preguntas, la veracidad de sus respuestas son de gran importancia para esta investigación

Instrucciones: Por favor, marque con una (x) donde corresponda y conteste donde sea necesario.

Lugar:.....

Fecha:.....

DATOS INFORMATIVOS:

1. PERFIL CONSUMIDOR

1.1 Sexo:

a. Masculino () b. Femenino ()

1.2 Edad:

a. Entre 18 – 25 años () d. Entre 46 - 55 años ()
b. Entre 26 – 35 años () e. Entre 56 – 65 años ()
c. Entre 36 - 45 años () f. Más de 66 años ()

1.4 Estado Civil:

a. Soltero/a () c. Divorciado/a () e. Unión Libre ()
b. Casado/a () d. Viudo/a ()

1.7 Ocupación:

a. Servidor público () e. Artesano ()
b. Institución privada () f. Ama de casa ()
c. Comerciante () g. Jubilado ()
d. Estudiante () h. Otra ()

¿Cuál?.....

2. INFORMACIÓN DE CONSUMO

2.1 ¿Qué tipo de productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales usted consume?

-) a. Productos lácteos () b. Productos de frutas ()
) c. Productos misceláneos () d. Productos vegetales ()
) Otro
¿Cuál?.....

2.2 ¿Cuánto tiempo lleva consumiendo los productos elaborados en los micro-emprendimientos agroindustriales?

-) a. Menos de 1 mes () d. Entre 1 y 3 años ()
) b. De 1 a 3 meses () e. Más de 3 años ()
) c. Entre 6 meses y 1 año () f. Nunca ha consumido ()
)

2.3 ¿Por qué medios se enteró de los productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales?

-) a. Reportajes en TV () d. Radio ()
) b. Ferias agroindustriales () e. Prensa y revista ()
) c. Internet () f. Otros ()
) ¿Cuál?.....

2.4 ¿Con qué frecuencia consume usted los productos?

-) a. 1 o más veces a la semana () d. Menos de una vez al mes ()
) b. 2 o tres veces al mes () e. Otros ()
) c. 1 vez al mes ()
¿Cuál?.....

2.5 Por favor, indíquenos su grado de satisfacción general con los productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales de la parroquia de Angochagua.

Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Malo

2.6 ¿En comparación con otras alternativas el producto es?

- a. Mucho mejor () d. Algo peor ()
 b. Algo mejor () e. Mucho peor ()
 c. Más o menos igual () f. No lo sé ()

2.7 Por favor, marque con una (x) donde crea conveniente para la calificación de los siguientes atributos de los micro-emprendimientos agroindustriales de la parroquia de Angochagua:

	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Malo
Calidad del producto					
Cantidad precio					
Calidad del servicio					
Facilidades de acceso					
Horarios de atención					
Relación calidad y precio					

2.8 Valore la importancia que tienen para usted esos mismos atributos:

	Excelente	Muy buena	Buena	Regular	Malo
Calidad del producto					
Cantidad precio					
Calidad del servicio					
Facilidades de acceso					
Horarios de atención					
Relación calidad y precio					

2.9 ¿Continuara usted consumiendo los productos elaborados por los micro-emprendimientos agroindustriales?

- a. Sí () b. No ()

2.10 ¿Recomendaría Ud. a familias y amigos a que consuman los productos agroindustriales elaborados en la parroquia de Angochagua?

- a. Sí () b. No ()

3. INFORMACION DEL PROYECTO

3.1 Sabía usted. ¿Que la meta del sector turístico es ser la primera fuente de ingresos no petroleros en el Ecuador?

- a. Sí () b. No ()

¿Porqué?.....

3.2 ¿Cree usted que la unión de voluntades del sector público y de los micro-emprendimientos turísticos y agroindustriales promuevan un turismo de manera responsable, cultural y ambiental y que obtenga crear un negocio bueno para todos?

a. Sí () **b. No** ()
¿Porqué?.....

Inventario atractivos turísticos de la parroquia de Angochagua

MuchanaKun Rummy, Bosque protector Zuleta.



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS



FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FICHA N° 09	
SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solution		NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cordillera de Angochagua		FECHA:	
PROPIETARIO:		TIPO: Montañas		SUBTIPO: Cordilleras	
CATEGORÍA: Sitios Naturales		LONGITUD (UTM): 828939.35		LATITUD (UTM): 10023195,4884066	
PROVINCIA: Imbabura		CANTÓN: Ibarra		PARROQUIA: Angochagua	
CALLE:		NUMERO:		TRANSVERSAL:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (km): 4 km	
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra				DISTANCIA (km): 10 km	
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
		ALTURA (m.s.n.m): 3880.00	TEMPERATURAS (°C): 8-10	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3): 1000-1250	
		<p>ALTURA Y MORFOLOGÍA Tiene una altura de 3.645 m.s.n.m. Su morfología es irregular debido a la presencia de cuchillas montañosas escarpadas. Forma parte de la Cordillera Occidental o Real que comienza sobre el nudo de Mojanda Cajas. Los ríos Tahuando, Chamachán y Chota tienen origen en sus estribaciones.</p> <p>FLORA Y FAUNA</p> <p>Flora: suro (<i>Chusquea scandens</i>), pumamaqui (<i>Oreopanax sp.</i>), chilca (<i>Baccharis sp.</i>), mora (<i>Rubus sp.</i>), arrayán (<i>Eugenia sp.</i>), helechos (<i>Adiantum sp.</i>), bromelias (<i>Tillandsia sp.</i>), guanto (<i>Bugmansia aura</i>), cordoncillo (<i>Piper sp.</i>), pandala (<i>Prunus sp.</i>), cholán (<i>Tecoma sp.</i>), mora (<i>Rubus sp.</i>), suro (<i>Chusquea sp.</i>), colca (<i>Miconia sp.</i>), gualicones (<i>Macleanea sp.</i>), pumamaqui (<i>Oreopanax sp.</i>), chilca (<i>Baccharis sp.</i>), moco (<i>Saurauia sp.</i>), cerote (<i>Hesperomeles heterophylla</i>), helechos, lechero (<i>Euphorbia sp.</i>), orquídeas, guayusa de monte (<i>Hedyosmum cumbalense</i>), paja (<i>Stipa ichu</i> y <i>Calamagrostis sp.</i>) y pastos.</p> <p>Fauna: conejos (<i>Sylvilagus brasiliensis</i>), torcazas (<i>Zenaida auriculata</i>), mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gorriones (<i>Zonotrichia capensis</i>), tangaras (<i>Euphonia xantogaster</i>), sachá cuy (<i>Agouti taczanowski</i>), ardillas (<i>Sciurus granatensis</i>), mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gorriones (<i>Zonotrichia capensis</i>), entre otros.</p>			
		<p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE Se extiende a lo largo de la hoya del Chota. Tiene varios miradores naturales como el Alto de Reyes que permite apreciar los valles circundantes. En esta cordillera existen algunos remanentes de bosque andino y matorrales que forman su cobertura vegetal. El pajonal domina en las zonas altas. En las partes bajas encontramos el mesorelieve de forma ondulada y plana con pendientes suaves y moderadas en el que se extienden cultivos y áreas de pastizales; en tanto que en las zonas altas hallamos accidentes fuertes, escarpados y abruptos, en los que se forman numerosas quebradas.</p> <p>FORMACIÓN GEOLÓGICA Tiene su origen en una erupción pleistocena lineal ocurrida a lo largo de una ruptura tectónica longitudinal. En ella predomina la andesita piroxénica.</p>			

CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)				5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO						
		Ecoturismo Turismo de aventura (caminatas, cabalgatas) Fotografía 				ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: el crecimiento de la frontera agrícola y la quema de bosques afectan poco a poco esta estribación 5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>						
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO						
						ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: en las partes altas se conserva el lugar, mas no en las partes bajas que crecen los cultivos, pastoreo y viviendas.						
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				DÍAS AL AÑO	
		LASTRADO				AUTOMÓVIL	X				TODOS LOS DIAS	
		EMPEDRADO	X			4X4	X				DÍAS AL MES	
	ACUÁTICO	SENDERO				TREN					Culturales:	Día inicio:
		MARÍTIMO				BARCO					Naturales:	Día fin:
		FLUVIAL				BOTE						
	AÉREO					CANOA					HORAS AL DIA	
						OTROS					Culturales:	Día inicio:
						AVIÓN					Naturales:	Día fin:
					AVIONETA							
					HELICÓPTEROS							
Observaciones:												

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:			
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra - La Esperanza -Zuleta		FRECUENCIA: Diaria	
	DESDE: Ibarra	HASTA: Comunidad más Cercana	DISTANCIA: 15 km	
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
	AGUA			
	POTABLE	<input type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>
	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA			
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input type="checkbox"/>	GENERADOR	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO				
RED PUBLICA	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>	
PRECIO				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	OTROS	<input type="checkbox"/>	
Observaciones:				
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES: Rio Tahuando		DISTANCIA 2 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
		FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Elaboración: (MINTUR, 2014).

Cascada Juchu Faccha



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS



FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		FICHA N° 05
ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FECHA:
SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solution		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Cascada Juchu Faccha Rinconada		
PROPIETARIO:		
CATEGORÍA: Sitios Naturales	TIPO: Rios	SUBTIPO: Cascadas
2. UBICACIÓN		
LONGITUD (UTM): 827689.47		LATITUD (UTM): 10026741,5047354
PROVINCIA: Imbabura	CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Angochagua
CALLE:	NUMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (km): 9 km
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra		DISTANCIA (km): 11 km
CALIDAD	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
	VALOR INTRINSECO	<p>ALTURA (m.s.n.m): 2920.00 TEMPERATURAS (°C): 8-10 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3): 1250-1500</p> <p>TAMAÑO</p> <p>CALIDAD DEL AGUA El agua proviene desde la parte alta de los páramos de la cordillera de Angochagua y el Imbabura, es poco turbia aunque en época invernal aumenta el caudal y por arrastres de sedimentos cambia su coloración. La temperatura es de 10 °C.</p> <p>FLORA Y FAUNA</p> <p>Flora: suro (<i>Chusquea scandens</i>), pumamaqui (<i>Oreopanax sp.</i>), chilca (<i>Baccharis sp.</i>), helechos (<i>Adiantum sp.</i>), bromelias (<i>Tillandsia sp.</i>), guanto (<i>Bugmansia aura</i>), cordoncillo (<i>Piper sp.</i>), cholán (<i>Tecoma sp.</i>), mora (<i>Rubus sp.</i>), suro (<i>Chasquea sp.</i>), colca (<i>Miconia sp.</i>), gualicones (<i>Macleanea sp.</i>), floripondio (<i>Brugmansia sp.</i>),</p> <p>Fauna: Aves: torcazas (<i>Zenaida auriculata</i>), mirlos (<i>Turdus fuscater</i>), gorriones (<i>Zonotrichia capensis</i>), tangaras (<i>Euphonia xantogaster</i>). Mamíferos: sacha cuy (<i>Agouti taczanowski</i>), ardillas (<i>Sciurus granatensis</i>)</p> <p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE Estas cascadas se encuentran ubicadas en una encañonada, con paredes rocosas y pendientes abruptas, en la parte alta la cobertura vegetal es escasa.</p> <p>VADOS Forman pequeños vados poco profundos entre 0.80m y 1.40m de profundidad y con un máximo de 2 metros de diámetro.</p> <p>PERMISOS Y RESTRICCIONES:</p>

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra-La Esperanza-Zuleta DESDE: Ibarra HASTA: La Rinconada FRECUENCIA: Diaria DISTANCIA: 11 km	
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input type="checkbox"/>	ENTUBADA <input type="checkbox"/> TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO <input type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS _____
	ALCANTARILLADO	
	RED PUBLICA <input type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS _____
	PRECIO	
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS _____	
Observaciones: _____		
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: Artesanías de madera herramientas agrícolas Rinconada		
DISTANCIA 4 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos _____ FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Elaboración: (MINTUR, 2014).

Laguna Cubilche



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FICHA N° 16	
		SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solution		FECHA:	
		NOMBRE DEL ATRACTIVO: Laguna del Cubilche			
		PROPIETARIO:			
		CATEGORÍA: Sitios Naturales		TIPO: Ambientes Lacustres	
				SUBTIPO: Lagunas	
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM): 819022.14		LATITUD (UTM): 10025737,7678388	
PROVINCIA: Imbabura		CANTÓN: Ibarra		PARROQUIA: Angochagua	
CALLE:		NUMERO:		TRANSVERSAL:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (km): 5 km	
		NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra		DISTANCIA (km): 15 km	
CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
		ALTURA (m.s.n.m): 3800.00	TEMPERATURAS (°C): 8-10	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3): 1250-1500	
		ORIGEN Es una laguna de origen glaciar.			
		DIMENSIONES Superficie: 1.45 has Perímetro: 0.44 Km			
		CALIDAD DEL AGUA El agua es transparente sin turbiedad con una temperatura de 9°C.			
		FLORA Y FAUNA			
		Flora: Alrededor de la laguna existe solamente un pajonal bastante extenso con <i>Stipa ichu</i> , <i>Calamagrostis sp.</i> , <i>Festuca sp.</i> , <i>Gentianella sp.</i> , <i>Lycopodium sp.</i> , Nachag (<i>Bidens andicola</i>), achicoria (<i>Hypochoeris sp.</i> , <i>Werneria sp.</i>), alverjilla (<i>Cousertia dubia</i>). Las zonas bajas se encuentran diferentes tipos de cultivos de maíz, habas y chochos.			
		Fauna: La fauna que se observa en el lugar es principalmente conejos <i>Sylvilagus brasiliensis</i> , lobos <i>Pseudolopex culpeus</i> , codornices <i>Nothoprocta sp.</i> , gavilanes <i>Buteo sp.</i>			
		DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE El relieve de este lugar es moderadamente ondulado, con suelos entisoles C5 son poco profundos son de las vertientes de contacto hacia el callejón Interandino, presentan pendientes fuertes. Es un mirador desde donde se observan diferentes poblaciones como: Otavalo, Ibarra y diferentes poblados parroquiales. También se observan diferentes elevaciones Imbabura, Fuya Fuya, la Cordillera de Angochagua, entre otras. El clima es ecuatorial de alta montaña. En la zona baja de esta elevación se encuentran pastizales, cultivos como el maíz, habas y chochos y asentamientos de poblaciones indígenas. Además dicha laguna es de tipo estacionaria ya que dependiendo la época del año aumenta o disminuye el volumen del agua.			
		DESCRIPCIÓN DE ORILLAS Las orillas están rodeadas por grandes pajonales.			
		ACTIVIDADES VARIAS El sitio es visitado para realizar camping y fotografía.			
		PERMISOS Y RESTRICCIONES:			

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)				5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO							
		Ecoturismo Fotografía Turismo de aventura (camping, caminatas, cabalgatas)				ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> <p>CAUSAS: La Laguna se encuentra en buen estado ya que no existe intervención del hombre</p> 5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>							
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO							
						ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> <p>CAUSAS: las campañas de concienciación ambiental han generado que se cuiden los recursos y se proteja el medio ambiente</p>							
APOYO	7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X				TODOS LOS DÍAS		
		LASTRADO		X		AUTOMÓVIL	X				DÍAS AL MES		
		EMPEDRADO				4X4	X				Culturales: Día inicio:		
		SENDERO		X		TREN					Culturales: Día fin:		
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO					Naturales:		
						BOTE							
		FLUVIAL				CANOA							
					OTROS					HORAS AL DÍA			
AÉREO					AVIÓN					Culturales: Día inicio:			
					AVIONETA					Culturales: Día fin:			
					HELICÓPTEROS					Naturales:			
	Observaciones:												

Laguna Torococha



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		FICHA Nº 17
ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FECHA:
SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solutions		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Laguna Torococha		
PROPIETARIO:		
CATEGORÍA: Sitios Naturales	TIPO: Ambientes Lacustres	SUBTIPO: Lagunas
2. UBICACIÓN		
LONGITUD (UTM): 820746.97		LATITUD (UTM): 10022061,0320298
PROVINCIA: Imbabura	CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Angochagua
CALLE:	NUMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (km):
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra		DISTANCIA (km):
CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		<p>ALTURA (m.s.n.m): 3160.00 TEMPERATURAS (°C): 10-12 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3): 1250-1500</p> <p>ORIGEN Es una laguna de origen glaciar.</p> <p>DIMENSIONES Superficie: 0,80 htas. Perímetro: 0,22 kms.</p> <p>CALIDAD DEL AGUA El agua es turbia con una temperatura de 9°C.</p> <p>FLORA Y FAUNA Flora: Alrededor de la laguna existe solamente un pajonal bastante extenso con <i>Stipa ichu</i>, <i>Calamagrostis sp.</i>, <i>Festuca sp.</i>, <i>Gentianella sp.</i>, <i>Lycopodium sp.</i> Nachag (<i>Bidens andicola</i>), achicoria (<i>Hypochoeris sp.</i>, <i>Werneria sp.</i>), alverjilla (<i>Cousertia dubia</i>). Las zonas bajas se encuentran diferentes tipos de cultivos de maíz, habas y chochos. Fauna: La fauna que se observa en el lugar es principalmente conejos <i>Sylvilagus brasiliensis</i>, lobos <i>Pseudolopex culpeus</i>, codornices <i>Nothoprocta sp.</i>, gavilanes <i>Buteo sp.</i></p>
		<p>DESCRIPCIÓN DEL PAISAJE El relieve de este lugar es moderadamente ondulado, con suelos entisoles C5 son poco profundos son de las vertientes de contacto hacia el callejón Interandino, presentan pendientes fuertes. Es un mirador desde donde se observan diferentes poblaciones como: Otavalo, Ibarra y diferentes poblados parroquiales. También se observan diferentes elevaciones Imbabura, Fuya Fuya, la Cordillera de Angochagua, entre otras. El clima es ecuatorial de alta montaña. En la zona baja de esta elevación s encuentran pastizales, cultivos como el maíz, habas y chochos y asentamientos de poblaciones indígenas.</p> <p>DESCRIPCIÓN DE ORILLAS Las orillas están rodeadas por grandes pajonales.</p> <p>ACTIVIDADES VARIAS El sitio es visitado para realizar caminatas, cabalgatas, camping y fotografía.</p> <p>PERMISOS Y RESTRICCIONES:</p>

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:			
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra-La Esperanza-Zuleta		FRECUENCIA: Diaria	
	DESDE: Ibarra	HASTA: Comunidad de Cochas	DISTANCIA: 22 km	
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
	AGUA			
	POTABLE	<input type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>
	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	
	ENERGÍA ELÉCTRICA			
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input type="checkbox"/>	GENERADOR	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS		
ALCANTARILLADO				
RED PUBLICA	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS				
PRECIO				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	OTROS		
Observaciones:				
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES: Inga Tola		DISTANCIA 1 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
		_____ FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Elaboración: (MINTUR, 2014).

Laguna del Cunrru



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		FICHA N° 16
ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FECHA:
SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solution		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Laguna del Cunrru		
PROPIETARIO:		
CATEGORÍA: Sitios Naturales	TIPO: Ambientes Lacustres	SUBTIPO: Lagunas
2. UBICACIÓN		
LONGITUD (UTM): 824008.39		LATITUD (UTM): 10026040,9033692
PROVINCIA: Imbabura	CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Angochagua
CALLE:	NUMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (km): 7 km
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra		DISTANCIA (km): 15 km
CALIDAD	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
	ALTURA (m.s.n.m): 2840.00	TEMPERATURAS (°C): 10-12 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3): 1250-1500
VALOR INTRÍNSECO	ORIGEN Laguna de origen glaciar.	
	DIMENSIONES Superficie: 1.8 has. Perímetro: 0.48 Km	
	CALIDAD DEL AGUA El agua es transparente sin turbiedad con una temperatura de 10°C	
	FLORA Y FAUNA Flora: alrededor de la laguna existen cultivos de maíz y áreas de pastoreo. Fauna: La fauna que se observa en el lugar es principalmente conejos <i>Sylvilagus brasiliensis</i> , lobos <i>Pseudolopex culpeus</i> , <i>Turdus fuscater</i> , <i>Zonotrichia capensis</i> . El paisaje que se observa desde este lugar es diverso ya que se encuentra rodeado de cultivos y pastizales, además se encuentran diferentes montañas como el Cubilche, el Cunrru, El Imbabura, la Cordillera de Angochagua entre otras elevaciones. La morfología es diversa ya que se encuentran relieves planos y ondulados, especialmente en los alrededores.	
	DESCRIPCIÓN DE ORILLAS Le rodean cultivos y pastizales. Cabe recalcar que esta Laguna es una laguna estacionaria es decir que depende de la época del año aumenta o disminuye el nivel de agua en la laguna.	
PERMISOS Y RESTRICCIONES:		

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra- La Esperanza-Zuleta	
	DESDE: Ibarra	HASTA: Comunidad cercanas
	FRECUENCIA: diaria	DISTANCIA: 15 km
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input type="checkbox"/>	ENTUBADA <input type="checkbox"/>
	TRATADA <input type="checkbox"/>	DE POZO <input type="checkbox"/>
	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
SISTEMA INTERCONECTADO <input type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/>	
NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS _____	
ALCANTARILLADO		
RED PUBLICA <input type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/>	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	
OTROS _____		
PRECIO		
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/>	OTROS _____	
Observaciones: _____		
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: Cerro el Cunrru		
DISTANCIA 0,5 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
_____ FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Elaboración: (MINTUR, 2014).

Inventario atractivos culturales 2014

Tolas de Zuleta



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		FICHA N° 21
ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FECHA:
SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solution		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Tolas de Zuleta		
PROPIETARIO: Familia Plaza Pallares		
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Históricas	SUBTIPO: Sitios Arqueológicos
2. UBICACIÓN		
LONGITUD (UTM): 825804.11		LATITUD (UTM): 10022127,2617045
PROVINCIA: Imbabura	CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Angochagua
CALLE:	NUMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (km): 1 km
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra		DISTANCIA (km): 19 km
CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		<p>ALTURA (m.s.n.m): 2880.00 TEMPERATURAS (°C): 8-10 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3): 1000-1250</p> <p>UBICACIÓN Sitio localizado en la hacienda Zuleta, cuatro kilómetros al sur del pueblo de Angochagua.</p> <p>ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN Pertenece al período de Integración</p> <p>ESTADO DE CONSERVACIÓN Uno de los pocos sitios arqueológicos mejor conservados</p> <p>FUNCIONALIDAD Estas tolas fueron utilizadas como sitios ceremoniales, para rituales y base de vivienda</p> <p>DISTRIBUCIÓN ESPACIAL Existen 148 montículos, de los cuales trece tienen rampa, se hallan emplazadas en una estrecha planicie con montañas escarpadas alrededor.</p> <p>MATERIALES UTILIZADOS Tierra, cangahua</p>
		MUESTRAS RELEVANTES Se han encontrado objetos de cerámica de la cultura Caranqui
		PERMISOS Y RESTRICCIONES: a estas Tolas solo se puede ingresar previa autorización de los propietarios o en la Administración de la Hcda Zuleta

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra-LA Esperanza-Zuleta	
	DESDE: Ibarra	HASTA: Zuleta
	FRECUENCIA: Diaria	DISTANCIA: 19 km
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input type="checkbox"/>	ENTUBADA <input type="checkbox"/>
	TRATADA <input type="checkbox"/>	DE POZO <input type="checkbox"/>
	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
SISTEMA INTERCONECTADO <input type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/>	
NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS _____	
ALCANTARILLADO		
RED PUBLICA <input type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/>	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	
OTROS _____		
PRECIO		
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/>	OTROS _____	
Observaciones: _____		
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: Feria de Bordados en Zuleta		
DISTANCIA 1 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input checked="" type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos _____ FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Elaboración: (MINTUR, 2014).

Hacienda de Zuleta



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FICHA N° 13	
SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solution		NOMBRE DEL ATRACTIVO: Hacienda Zuleta		FECHA:	
PROPIETARIO: Familia Plaza Pallares		CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales		TIPO: Históricas	
		SUBTIPO: Arquitectura Civil			
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM): 824343.76		LATITUD (UTM): 1002253,9924814	
PROVINCIA: Imbabura		CANTÓN: Ibarra		PARROQUIA: Angochagua	
CALLE:		NUMERO:		TRANSVERSAL:	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (km): 0,5 km	
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra				DISTANCIA (km): 19 km	
CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO			
		ALTURA (m.s.n.m): 2880.00	TEMPERATURAS (°C): 8-10	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3): 1250-1500	
		<p>ANTECEDENTES HISTÓRICOS Desde el año de 1728 hasta 1892 la Hacienda Zuleta perteneció a José Valentín Posee y sus herederos. En 1892, José María Lasso de la Vega y Aguirre, padre de Avelina Lasso, quien era madre de Galo Plaza Lasso, adquiere la hacienda y es de su propiedad hasta el año de 1914, año en el cual, Leonidas Plaza Gutiérrez la adquiere, siendo dueño hasta el año de 1921. Posteriormente sería herencia de su hijo Galo Plaza Lasso, quien se destacó como diplomático y político ecuatoriano, fue presidente de la República en el período de 1948-1952. Fue nombrado secretario general de la Organización de Estados Americanos (OEA) en 1968. Murió en 1987 en Quito. Actualmente la Hacienda pertenece a los herederos de Galo Plaza Lasso y Rosario Pallares de Plaza.</p> <p>ESTILO Colonial</p> <p>CONSERVACIÓN DEL ESTILO De seguro la casa y las construcciones que la rodean sufrieron algunos cambios a través de los siglos, pero en general gran parte de lo que es hoy la Hacienda, fue construida en el siglo XVII.</p> <p>ESTILO DEL ENTORNO Interna y externamente guarda armonía arquitectónica de aquella época.</p> <p>ÉPOCA DE CONSTRUCCIÓN Fue creada por la orden de la corona a finales del siglo XVI. Su construcción fue iniciada a finales del siglo XVI y gran parte fue terminada a finales del siglo XII, como consta en la inscripción sobre la puerta del troje de la hacienda en la plaza principal dice: "Alabado sea el Santísimo sacramento que esta casa se acabó el 15 de agosto de 1691"</p> <p>COLECCIONES AL INTERIOR Existen ciertos objetos antiguos que reposan en la hacienda, pertenecientes a siglos pasados. Es importante mencionar que en la Hacienda se han registrado pirámides con rampa y tolas que pertenecieron a los Caranqui en el período de Integración, aproximadamente son 144 montículos.</p> <p>DISTRIBUCIÓN ESPACIAL Actualmente la casa, bodegas y establos tienen aproximadamente 10000m² de construcción, 24 habitaciones y 16 baños. Consta de una sala principal, comedor, biblioteca en donde hace 70 años aproximadamente se ubicaba y funcionaba la fábrica de quesos, y antes de eso funcionaba como un obraje (200 años aproximadamente). Las dos construcciones a ambos lados de la plaza, el actual troje y la biblioteca, fueron usadas como obrajes por más de 200 años. En cuanto a extensión territorial, la Hacienda actualmente tiene 2112 has. distribuidas para actividades agrícolas como: ganado vacuno, ganado ovino, ganado equino; cultivos de papa, cebada, trigo y quinua; forestación, piscicultura (truchas), lombricultura, huertos orgánicos y entre otras actividades un proyecto de rescate de cóndores andinos y el turismo que es motor fundamental de la zona.</p> <p>MATERIALES UTILIZADOS Adobe (para paredes que en algunos casaos tienen hasta 1,30m de ancho), ladrillo, vigas de madera, lianas de cuero de vaca, madera, piedra</p>			
		PERMISOS Y RESTRICCIONES:			

CALIDAD	VALOR EXTRINSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO) Turismo cultural _____ Turismo de haciendas _____ Agroturismo _____ Fotografía _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____ _____	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: el lugar es conservado por los propietarios de la Hacienda por ser un importante lugar turístico nacional. 5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: _____ Fecha de declaración: _____ Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>										
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) _____ _____ _____ _____	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input checked="" type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: la Hacienda y la Comunidad mantienen relaciones de trabajo en armonía cuidando el entorno.										
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO													
APOYO			ESTADO DE LAS VÍAS				FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
	TIPO	SUBTIPO	B	R	M	TRANSPORTE	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO		
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X					TODOS LOS DIAS	
		LASTRADO				AUTOMÓVIL	X						
		EMPEDRADO	X			4X4	X						
		SENDERO				TREN						DÍAS AL MES	
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						Culturales:	Día inicio:
						BOTE						Naturales:	Día fin:
		FLUVIAL				CANOA							
	AÉREO					OTROS						HORAS AL DIA	
					AVIÓN						Culturales:	Día inicio:	
					AVIONETA						Naturales:	Día fin:	
					HELICÓPTEROS								
Observaciones: Para ingresar a la Hacienda hay que pedir previa autorización, y si ud quiere hospedarse tiene que hacer previa reserva o anticipación de su llegada													



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

**FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO**

1. DATOS GENERALES		FICHA N° 24
ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FECHA:
SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solutions		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Fiestas de San Juan / Inti Raymi		
PROPIETARIO:		
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Manifestaciones religiosas, tradiciones
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM): 823679 E
		LATITUD (UTM): 22848 N
PROVINCIA:	CANTÓN:	PARROQUIA:
CALLE:	NUMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO:		DISTANCIA (km):
NOMBRE DEL POBLADO:		DISTANCIA (km):
CALIDAD	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO	
	ALTURA (m.s.n.m):	TEMPERATURAS (°C):
VALOR INTRINSECO	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3):	
	<p><u>MOTIVACIÓN Y ÉPOCA DEL ACONTECIMIENTO</u></p> <p>El origen del Inti Raymi se remonta a la época de los grandes gobernantes Incas y a la cuna de su imperio: Cusco, cuya esencia ha sido desde esa época: rendir culto a las deidades andinas, agradecer por las cosechas obtenidas y exaltar la fecundidad de la madre tierra. Esta festividad tiene un significado muy importante para el mundo andino al igual que las celebraciones religiosas para el mundo occidental. No es una festividad aislada, sin conexión con el resto de celebraciones indígenas que suceden en el año. Es más bien el clímax del ritual de la vida de la madre naturaleza que se expresa a través del ciclo agrícola andino. La fiesta es considerada como la celebración mayor de los Andes, tomando un lugar preponderante en la cultura de los pueblos indígenas. Esto se debe en gran parte a que es la época de la maduración de los frutos de la pachamama por lo cual hay una participación masiva de las comunidades en las cosechas que se ven en toda la región.</p> <p>Al ser una festividad tradicional indígena, cada grupo étnico y cada comunidad tiene una fecha y un tiempo de celebración propias. Mientras varias comunidades inician el veintiuno de junio con el baño ritual en ríos, vertientes y cascadas sagradas, otras esperan la llegada del día y el momento apropiados para iniciar sus festividades.</p> <p>En Imbabura, la festividad como tal inicia con el solsticio de verano el veintiuno de junio y se extienden hasta mediados del mes de agosto cuando termina con las octavas del pueblo Kayampi.</p>	

OPORTUNIDAD DE PRESENCIARLOS

Esta celebración inicia el 21 de junio con el solsticio de verano, y se extiende hasta el 11 de agosto.

DESCRIPCIÓN DEL EVENTO

En todas las comunidades indígenas del cantón Ibarra, se realizan actos similares para la celebración del Inti Raymi.

Armay Chishi – Baño Ritual

Este ritual se lo realiza el 21 de junio, día del solsticio de verano. Su práctica se debe precisamente al reconocimiento del poder de la naturaleza quien ha llegado a su clímax. Las cascadas, ríos y vertientes poseen sitios especiales donde se concentra la energía durante el año, y el baño ritual trata de captarlas a fin de cargarse de nuevas fuerzas, eliminar energías negativas acumuladas en el año y empezar así con la celebración del Inti Raymi.

El baño tiene un claro sentido de purificación y se vincula a los significados agrarios de la fiesta. La mayoría de los participantes asumen que ha concluido un ciclo agrícola y que la pachamama está preparada para ser nuevamente fecundada y volver a dar sus frutos. El hombre a su vez, se prepara para fecundar a la tierra, purificándose con el agua.

Los Cantos y las Danzas

En horas de la noche durante todos los días de celebración, el ambiente se inunda de música y por calles y chaquiñanes asoman comparsas. La conformación de los grupos de música es relativamente similar entre las diversas comparsas, siempre hay pingullos, flautas y armónicas y la mayoría de los grupos tienen instrumentos de cuerda como guitarras y violines. Muy pocos grupos incluyen el rondador y en cambio, en algunos se aprecia la influencia moderna en el uso de melódicas.

Durante la danza, las notas musicales de los instrumentos tradicionales producen un éxtasis de fuerza y coraje sin límites, sentimientos profundos que se manifiestan en expresiones lingüísticas de júbilo como el ¡churay! ¡churay!, canto que invita a zapatear con fuerza y sin parar, ¡jari! ¡jari!, ¡kulun! ¡kulun!, entre otros.

Las comparsas al son de "san juanitos", en cualquier momento ingresan a una casa, sin tener que solicitar permiso pues es un honor para sus dueños recibir la visita de estos grupos. Inmediatamente se forma un círculo de bailarines que gira alrededor de los músicos quienes permanecen tocando en el centro, su visita rara vez excede los veinte minutos.

Al final de los cantos, la danza y la música, todos al salir de la casa que han visitado exclama un último ¡oooojaja!, que es una voz que denota cumplimiento, satisfacción y desahogo luego del ritual.

La danza y el zapateo tratan de mantener despierta a la madre tierra para que pueda recibir el *karana* o regalo a través del ritual del randi randi o reciprocidad.

La Rama de Gallos

Esta es una de las tradiciones más interesantes del ritual del Inti Raymi. Su origen nos lleva a la época de la colonia, donde en las haciendas se practicaba la uyanza o fiesta del regocijo después de la cosecha. Con el tiempo esta tradición se perdió y en recuerdo de ello se retomó este ritual con un cambio en su forma: la rama de gallos.

La Rama de gallos consiste en que una persona de la comunidad se compromete a hacer una fiesta en honor a las deidades andinas y asume la responsabilidad de un sacerdote. Este es un momento aprovechado para compartir con familiares, vecinos y amigos quienes acuden a la casa del sacerdote con un gallo y continuar con el ritual. Entonces los dueños de la casa preparan el "gallo caldo" y lo comparten entre todos. Luego, alguien del grupo asumirá la responsabilidad de prepararlo el próximo año pero con la condición de duplicar el esfuerzo para así convidarlo con la comunidad y lograr que este ritual siga subsistiendo a través del tiempo.

El Aumento, el Castillo y la Comida Ritual

Dentro de la cosmovisión andina existe el *karana* o regalo sagrado ofrecido en este caso a las deidades cósmicas y terrenales. Durante el Inti Raymi, las comunidades Kichwa Otavalo y Kayampi preparan un *karana* muy especial al que se lo conoce como castillo. El castillo es una enramada bien elaborada con carrizos en la cual se cuelgan diferentes clases de frutas, algunos panes, botellas de licor, dinero y ají.

Los sacerdotes preparan el castillo cada año y de generación en generación y la persona que desea ser el sacerdote del año próximo arranca un poco el contenido del castillo.

Este es un ritual practicado con la finalidad de agradar a las deidades andinas y demostrarles la prosperidad que han logrado gracias a la fecundidad de la madre tierra.

VESTUARIO

Los participantes a más de utilizar su indumentaria tradicional, llevan puesto caretas, sombreros, pañuelos, zamarros.

ESTADO DE CONSERVACIÓN DE LA TRADICIÓN

Desde la época incásica se ha mantenido esta tradición, pero en la actualidad se aprecia la influencia de varias culturas y elementos ajenos a la celebración tradicional.

PERMISOS Y RESTRICCIONES:

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:			
	NOMBRE DE LA RUTA: DESDE: Ibarra		HASTA: Parroquia	FRECUENCIA: Diaria
	DISTANCIA: 11 km			
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
	AGUA			
	POTABLE	<input type="checkbox"/>	ENTUBADA	<input type="checkbox"/>
	TRATADA	<input type="checkbox"/>	DE POZO	<input type="checkbox"/>
	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS	
	ENERGÍA ELÉCTRICA			
	SISTEMA INTERCONECTADO	<input type="checkbox"/>	GENERADOR	<input type="checkbox"/>
NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	OTROS		
ALCANTARILLADO				
RED PUBLICA	<input type="checkbox"/>	POZO CIEGO	<input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO	<input type="checkbox"/>	NO EXISTE	<input type="checkbox"/>	
OTROS				
PRECIO				
SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE	<input type="checkbox"/>	OTROS		
Observaciones:				
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES: Etnia Karanki		DISTANCIA 1 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
LOCAL	<input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL	<input checked="" type="checkbox"/>	
PROVINCIAL	<input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL	<input type="checkbox"/>	
OTROS	<input type="checkbox"/>			
		_____ FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Elaboración: (MINTUR, 2014).

Ferias artesanales



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS

FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		FICHA N° 10
ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FECHA:
SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solution		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Feria de Bordados en Zuleta		
PROPIETARIO: Asociación de Bordadoras Zuleta		
CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Ferias y mercados
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM): 823662.31
		LATITUD (UTM): 10022864,6546858
PROVINCIA: Imbabura	CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Angochagua
CALLE:	NUMERO:	TRANSVERSAL:
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (km): 0.5 km
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra		DISTANCIA (km): 19 km
CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		<p>ALTURA (m.s.n.m): 2880.00 TEMPERATURAS (°C): 10-12 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3): 1250-1500</p> <p>ORIGEN Se originó hace once años gracias a la iniciativa de mujeres indígenas y mestizas de la zona con el fin de promocionar sus artesanías de forma ordenada y equitativa.</p> <p>LUGAR Y FECHA Se realiza cada 15 días en las instalaciones de la casa comunal de Zuleta, concretamente los días sábados y domingos a partir de las 08:00am hasta las 17:00pm.</p> <p>VARIEDAD DE LOS PRODUCTOS En la feria se dan a conocer 20 productos diferentes en la línea de bordados, especialmente mantelería, toallas, paneras y servilletas de mesa.</p> <p>INSTALACIONES EXISTENTES La casa comunal tiene una extensión aproximada de 300m2. Allí se han construido pequeños stands en donde se exhiben los bordados.</p> <p>GRUPOS PARTICIPANTES Participan 11 mujeres indígenas y mestizas de la zona de Zuleta. La Sra. Teresa Casa es la actual presidenta de la Asociación.</p>
		TIPOS DE PRODUCTOS Manteles, paneras, toallas, caminos de mesa, servilletas, blusas, anacos, muñecas, tapetes, individuales, porta vasos, pantalones, charoleros, cocteleras, cojines, bolsos, mochilas, vestidos, tarjetas y papeleras.
		PERMISOS Y RESTRICCIONES:

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:			
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra-La Esperanza-Zuleta			
	DESDE: Ibarra	HASTA: Zuleta	FRECUENCIA: Diaria	DISTANCIA: 19 km
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA			
	AGUA			
	POTABLE <input checked="" type="checkbox"/>	ENTUBADA <input type="checkbox"/>	TRATADA <input type="checkbox"/>	DE POZO <input type="checkbox"/>
	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS _____		
	ENERGÍA ELÉCTRICA			
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/>	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS _____
	ALCANTARILLADO			
RED PUBLICA <input checked="" type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/>	POZO SÉPTICO <input type="checkbox"/>	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	
OTROS _____				
PRECIO				
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	ENTRADA LIBRE <input checked="" type="checkbox"/>	OTROS _____	
Observaciones:				
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS				
NOMBRES: Hacienda Zuleta		DISTANCIA 1 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>			
PROVINCIAL <input checked="" type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>			
OTROS <input type="checkbox"/>				
		FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Elaboración: (MINTUR, 2014).

Artesanías en madera



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS



FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		FICHA N° 02
ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FECHA:
SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solution		
NOMBRE DEL ATRACTIVO: Artesanías de madera		
PROPIETARIO:		
CATEGORÍA: Manifestación Cultural	TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Artesanías(madera)
2. UBICACIÓN		
LONGITUD (UTM): 823659,41		LATITUD (UTM): 10021904,57
PROVINCIA: Imbabura	CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Angochagua
CALLE: Calle empedrada a 1 km de la Casa Comunal de la Rinconada	NUMERO: N/A	TRANSVERSAL: N/A
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		
NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (km): 5 km
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra		DISTANCIA (km): 11 km
CALIDAD	VALOR INTRÍNSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
		<p>ALTURA (m.s.n.m): 2970 TEMPERATURAS (°C): 10-12 PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3): 1250-1500</p> <p>PROCEDENCIA El Sr. elabora este tipo de herramientas agrícolas de madera (yugos y arados) desde hace 50 años y es una tradición heredada de sus familiares y es el único que fabrica este tipo de herramientas en el sector.</p> <p>LUGAR DE VENTA El producto se lo comercializa directamente en el lugar de fabricación que es el domicilio del artesano.</p> <p>CALIDAD DEL PRODUCTO El producto es de muy buena calidad y muy apreciado por los agricultores de la zona ya que las herramientas agrícolas de este tipo son usadas todavía en estos sectores para los trabajos agrícolas pesados.</p> <p>VOLUMEN DE PRODUCTOS Y VENTAS Toda herramienta se hace bajo pedido.</p> <p>MATERIALES UTILIZADOS Madera de diferentes especies de la zona</p>
		PERMISOS Y RESTRICCIONES:

CALIDAD VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO)				5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO							
	Turismo Cultural Enoturismo Fotografía 				ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/> CAUSAS: 5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>							
	ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS)				6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO							
					ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS:							
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO												
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS			TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO	
			B	R	M		DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO	
	TERRESTRE	ASFALTADO				BUS	X					TODOS LOS DIAS
		LASTRADO				AUTOMÓVIL	X					
		EMPEDRADO	X			4X4						DÍAS AL MES
		SENDERO				TREN						Culturales: Día inicio:
	ACUÁTICO	MARÍTIMO				BARCO						Naturales: Día fin:
		FLUVIAL				BOTE						
							CANOA					
	AÉREO					OTROS						HORAS AL DIA
					AVIÓN						Culturales: Día inicio:	
					AVIONETA						Naturales: Día fin:	
					HELICÓPTEROS						Naturales:	

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra-La Esperanza-Comunidad La Rinconada	
	DESDE:	HASTA: FRECUENCIA: DISTANCIA:
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input type="checkbox"/>	ENTUBADA <input checked="" type="checkbox"/> TRATADA <input type="checkbox"/> DE POZO <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS _____
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
	SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS _____
	ALCANTARILLADO	
	RED PUBLICA <input type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/> POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/> NO EXISTE <input type="checkbox"/> OTROS _____
PRECIO		
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/> ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/> OTROS _____	
Observaciones: _____		
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: Cascada Jutun Faccha		
DISTANCIA 4 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos _____ FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Elaboración: (MINTUR, 2014).

Alfarería



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS
FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES		ENCUESTADOR: Juan José Calderón		FICHA N° 01
		SUPERVISOR EVALUADOR: Smart Solution		FECHA:
		NOMBRE DEL ATRACTIVO: Alfarería La Rinconada		
		PROPIETARIO:		
		CATEGORÍA: Manifestaciones Culturales	TIPO: Etnografía	SUBTIPO: Artesanías
2. UBICACIÓN		LONGITUD (UTM): 827024,76	LATITUD (UTM): 10027445,04	
PROVINCIA: Imbabura		CANTÓN: Ibarra	PARROQUIA: Angochagua	
CALLE: N/A		NUMERO: N/A	TRANSVERSAL: N/A	
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO		DISTANCIA (km): 7 km		
NOMBRE DEL POBLADO: Zuleta		DISTANCIA (km): 13 km		
NOMBRE DEL POBLADO: Ibarra				
CALIDAD	VALOR INTRINSECO	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO		
		ALTURA (m.s.n.m): 2780	TEMPERATURAS (°C): 8-10	PRECIPITACIÓN PLUVIOMÉTRICA (cm3): 1250-1500
		<p>PROCEDENCIA Hasta unos años atrás la alfarería fue ocupación importante en la comunidad de La Rinconada de la parroquia de Angochagua. Las viejas alfareras han ido desapareciendo, y las mujeres jóvenes de la comunidad no han continuado con el oficio, más bien se han dedicado a otras actividades. Actualmente la cerámica tradicional de ese lugar es solo un vestigio de una producción de antaño importante. La técnica utilizada es prehispánica, de tiempos anteriores al conocimiento del torno del alfarero, introducido por los conquistadores castellanos.</p> <p>LUGAR Y VENTA La elaboración de este tipo de artesanía se la realiza en La Rinconada en los domicilios de las alfareras y comercializan en Ibarra en el mercado Amazonas o también en la Plaza Centenario de Otavalo.</p> <p>CALIDAD DEL PRODUCTO La calidad depende del tipo de barro que utilicen, a pesar de su rústico acabado resiste ciertos golpes aunque son frágiles.</p> <p>VOLUMEN DE PRODUCTOS Y VENTAS Como es una artesanía que se pierde poco a poco las últimas alfareras del sector no producen grandes cantidades, tan solo para comercializarlas los fines de semana. No tiene una cifra aproximada de cuantos tientos elaboran. Los tientos son de diferentes tamaños, los más pequeños tienen 10cm de diámetro, los más grandes llegan hasta los 35cm de diámetro.</p> <p>MATERIALES UTILIZADOS Barro, agua</p> <p>PROCESO La materia prima se obtiene de las minas cercanas. Es necesario mezclar de tres a cinco arcillas para obtener la pasta adecuada para trabajar. Se deja secar el barro al sol, luego se lo golpea para desintegrar los grumos, enseguida se pasa por un tamiz y se obtiene la tierra lista para trabajar que se la mezcla con agua. Para dar forma las alfareras utilizan una técnica denominada "molde invertido", una pieza vieja puesta bocabajo, para formar la parte inferior, y el acordelado para la parte superior del objeto. Finalmente se asa la pieza en un horno con leña y paja durante dos horas. Los productos y las formas son muy parecidos a los que se elaboran en otros lugares de la provincia.</p> <p>PERSONA QUE ELABORA En la Rinconada tan solo quedan tres alfareras que aún elaboran tientos.</p>		
		PERMISOS Y RESTRICCIONES:		

CALIDAD	VALOR EXTRÍNSECO	4.1 USOS (SIMBOLISMO) Turismo cultural Turismo etnográfico Fotografía 	5. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ATRACTIVO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input checked="" type="checkbox"/> CAUSAS: quedan pocas mujeres que se dedican a elaborar diggas artesanías y las nuevas generaciones ya no lo hacen. 5.1 PATRIMONIO (Atractivos culturales) Nombre: Fecha de declaración: Categoría: Patrimonio de la humanidad <input type="checkbox"/> Patrimonio del Ecuador <input type="checkbox"/>								
		ORGANIZACIÓN Y CUMPLIMIENTO (ACONTECIMIENTOS PROGRAMADOS) 	6. ESTADO DE CONSERVACIÓN DEL ENTORNO ALTERADO <input type="checkbox"/> NO ALTERADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DETERIORADO <input type="checkbox"/> CONSERVADO <input type="checkbox"/> DE DETERIORO <input type="checkbox"/> CAUSAS: la elaboración de dichas artesanías no afecta el entorno								
7. INFRAESTRUCTURA VIAL Y DE ACCESO											
APOYO	TIPO	SUBTIPO	ESTADO DE LAS VÍAS	TRANSPORTE	FRECUENCIAS				TEMPORALIDAD DE ACCESO		
	TERRESTRE	ASFALTADO		B	R	M	DIARIA	SEMANAL	MENSUAL	EVENTUAL	DÍAS AL AÑO
		LASTRADO					X				DE LUNES A SABADO
		EMPEDRADO	X								DÍAS AL MES
		SENDERO			X						Culturales: Día inicio: LUNES Día fin: SÁBADO
	ACUÁTICO	MARÍTIMO									Naturales:
		FLUVIAL									
											HORAS AL DÍA
	AÉREO										Culturales: Día inicio: 9:00 AM Día fin: 18:00 PM
											Naturales:
Observaciones:											

APOYO	RUTAS DE BUSES DESDE POBLACIONES CERCANAS:	
	NOMBRE DE LA RUTA: Ibarra-La Esperanza-Zuleta	
	DESDE: Ibarra	HASTA: La Rinconada
	FRECUENCIA: Diaria	DISTANCIA: 13 km
	8. INFRAESTRUCTURA BÁSICA	
	AGUA	
	POTABLE <input type="checkbox"/>	ENTUBADA <input checked="" type="checkbox"/>
	TRATADA <input type="checkbox"/>	DE POZO <input type="checkbox"/>
	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>
	ENERGÍA ELÉCTRICA	
SISTEMA INTERCONECTADO <input checked="" type="checkbox"/>	GENERADOR <input type="checkbox"/>	
NO EXISTE <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	
ALCANTARILLADO		
RED PUBLICA <input type="checkbox"/>	POZO CIEGO <input type="checkbox"/>	
POZO SÉPTICO <input checked="" type="checkbox"/>	NO EXISTE <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		
PRECIO		
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
ENTRADA LIBRE <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>	
Observaciones:		
9. ASOCIACIÓN CON OTROS ATRACTIVOS		
NOMBRES: Artesanías de madera herramientas agrícolas		
DISTANCIA 0,1 km		
10. DIFUSIÓN DEL ATRACTIVO		
LOCAL <input checked="" type="checkbox"/>	NACIONAL <input type="checkbox"/>	
PROVINCIAL <input type="checkbox"/>	INTERNACIONAL <input type="checkbox"/>	
OTROS <input type="checkbox"/>		
Certifico que los datos constantes en estas hojas son verídicos		
<hr/> FIRMA: SUPERVISOR EVALUADOR		

Elaboración: (MINTUR, 2014).