



## **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

### **FACULTAD DE EDUCACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA**

**TEMA:**

ESTUDIO DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DE LA COMUNIDAD LA CALERA DEL CANTÓN COTACACHI, PROVINCIA DE IMBABURA.

**Tesis de grado previa a la obtención del Título de Licenciados en Ciencias de la Educación especialidad Ecoturismo**

AUTOR(ES): MORALES RAMIREZ CLAUDIO CELESTINO  
VALLEJO LARA CARLOS ARTURO

TUTOR: Dr. Iván Gómez  
Ibarra, 2010

## DEDICATORIA

*Es dirigido con mucho amor para mis padres quienes me supieron apoyarme en todo momento en este sendero del bien y doy gracias a Dios por darme ese espíritu luchador que día a día se necesita y pensar que no todo está perdido.*

*Mi inspiración mi familia y en especial a Mi hijo Samir quien es un regalo y mi razón de lucha y esfuerzo, mi esposa que me anima a seguir con esa esencia de triunfo.*

CLAUDIO MORALES

## *Dedicatoria*

*La presente tesis dedico de manera especial a Dios y a mis padres por su infinita bondad, quienes han sido el pilar fundamental de mi educación desde el inicio, quienes con su apoyo incondicional y sus valiosas experiencias de la vida han hecho posible la realización de la tesis que constituye la base para mi futuro y superación*

CARLOS VALLEJO

## **AGRADECIMIENTO**

*A nuestro asesor de tesis Dr. Iván Gómez quien supo guiarnos con su conocimiento y dedicación a que culmine este trabajo de tesis.*

*A nuestros turistas quienes ayudaron en la preparación de la investigación de forma desinteresada.*

*A todos los colaboradores amigos que ayudaron sin remuneración alguna en el desarrollo de investigación y permitieron la apertura de informaciones*

## INDICE

DEDICATORIA.....	i
AGRADECIMIENTO.....	ii
ÍNDICE GENERAL.....	iii
RESUMEN.....	vi
SUMARY EXECUTIVE.....	vii
CAPITULO I.....	10
1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.....	10
1.1. ANTECEDENTES.....	10
1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	13
<b>1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA</b> .....	<b>13</b>
1.5. OBJETIVOS.....	14
<b>1.5.1. GENERAL</b> .....	<b>14</b>
<b>1.5.2. ESPECÍFICOS</b> .....	<b>14</b>
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	15
CAPITULO II.....	17
2. MARCO TEÓRICO.....	17
2.1.1 Cantón Cotacachi... ..	17
2.1.2. Oferta y Demanda.....	21
2.1.3. Desarrollo y Turismo.....	31

2.1.4. Centro de Información turística .....	32
2.1.5. El Producto Turístico.....	37
2.2. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL .....	39
2.3. PREGUNTAS DIRECTRICES .....	40
2.4. MATRIZ CATEGORIAL.....	43
CAPITULO III .....	444
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	444
3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	444
3.4. POBLACIÓN.....	455
3.5. MUESTRA .....	466
CAPITULO IV.....	47
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS.....	47
CAPITULO V.....	70
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
CAPITULO VI.....	72
DESARROLLO DE LA PROPUESTA.....	72
ANEXOS .....	1096

## RESUMEN

La situación actual de todos los lugares naturales y todas las manifestaciones culturales son consideradas riquezas para el desempeño y fuente de empleo para algunos que desean tomar la iniciativa, más que todo es fortalecer la conservación, la cultura, etc. Las ideologías conservacionistas más que todo funden el reinicio y la toma de acción hacia los problemas ambientales que con motivo se debe cuidar y proteger para las mejores vivencia del ser humano. Por otra parte tenemos la cultura que también se está perdiendo y la mejor manera de expresar es con sus tradiciones, costumbres entre otros aspectos que son beneficiosas y demostrar la identidad de este pueblo La Calera. El turismo sostenible es la apropiada para ocupar este espacio natural y cultural. Por lo tanto hay que difundir la valorización de la cultura y la naturaleza de un pueblo místico que con la conservación puede obtener su desarrollo socio económico ambiental y cultural. La idea de este trabajo de tesis se crea y se desarrolla con la finalidad de profundizar y dinamizar la investigación. La comunidad es un lugar estratégico para hacer turismo puesto que posee maravillosos atractivos turísticos. En la investigación que se ha hecho inicialmente logramos apreciar sus principales objetivos como también la metodología adecuada a utilizar, además podemos apreciar los diferentes capítulos, en los cuales se detalla la recopilación de información de la comunidad La Calera, la investigación de campo que se basa en encuestas que se realizaron orientadas a un solo universo como son los atractivos turísticos siendo el principal objetivo de este sondeo el consultar que interés tienen por conocer los atractivos dando como resultado de la investigación el interés por parte de los turistas. Se plantea la propuesta: CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL Y TURISTICA RUNA KAWSAY. Se destaca todos los detalles de la propuesta y se trabaja para dar solución a la problemática investigada. Con la propuesta planteada puede ejecutarse con el apoyo financiero.

## SUMMARY

The current status of all natural sites and cultural events are all considered wealth for the performance and source of employment for some who want to take the initiative, more than anything is to enhance the conservation, culture, etc. Ideologies conservationists mostly melted restart and taking action towards environmental problems in connection with care and protection should be for the best life experience of being human. Moreover we have the culture that is also being lost and the best way to express it with their traditions, customs and other aspects that are beneficial and demonstrate the identity of this town La Calera. Sustainable tourism is appropriate to take this natural and cultural space. So you have to spread the appreciation of culture and nature of a mystical village that conservation can get their socio-economic, environment and cultural development. The idea of this thesis is created and developed in order to deepen and stimulate research. The community is a strategic place for tourism as it has wonderful attractions. The research has been done initially we appreciate their main objectives as well as the appropriate methodology to use, we can also appreciate the different chapters, which details the collection about information from the community La Calera, field research based on surveys that were conducted aimed at a single universe as are the tourist attractions being the main objective of this survey the view that interest have to know the resulting attractive research interest by tourists. This raises the proposal: **INTERPRETATION CENTRE OF ENVIRONMENT AND TOURISM KAWSAY RUNA**. It highlights all the details of the proposal and work to solve the problem investigated. With the proposal can be implemented with financial support.

## INTRODUCCIÓN

La actividad turística se presenta como un contexto económico en el que se involucra el desarrollo del sector social, económico y ambiental especialmente en los sectores que se encuentran en permanente gestión para lograr la conservación de los recursos naturales así como el rescate de la identidad cultural.

Es así como en el Ecuador se ha desarrollado el sector turístico a nivel de los sectores comunitarios generándose grandes beneficios en las personas que se involucran ya sea a través de la creación de plazas de trabajo o a través de la capacitación permanente, originando desarrollo local.

La provincia de Imbabura es considerada un destino turístico por la diversidad natural que se refleja en los azules lagos, en la belleza paisajística de sus montañas y verdes prados; así como en la diversidad de costumbres y tradiciones de su gente que se caracteriza por expresar una extensa gama de manifestaciones que forman parte de su cultura.

En este contexto de diversidad cultural y natural se menciona a la comunidad La Calera del cantón Cotacachi, donde la expresión cultural se manifiesta en sus sitios arqueológicos como son las tolas, pucaras, antiguos senderos, tambos; además de una fascinante historia, la mística enfocados en mitos y leyendas, rituales y ceremonias, fiestas tradicionales, gastronomía, artesanía en cabuya y principalmente de cuero.

La naturaleza es una fuente de vida humana y de animales que hacen del ecosistema equilibrado y sostenible.

El presente trabajo se enfoca en realizar un análisis de los atractivos naturales y culturales de tan diversa comunidad para lo que se desarrollo los siguientes capítulos en los que se resume el trabajo realizado.

**Capítulo I,** Reseña histórica de la comunidad, antecedentes de la problemática del tema de investigación como también se establece los objetivos.

**Capítulo II,** Describe el Marco Teórico con definiciones de varios autores.

**Capítulo III,** Metodología de investigación propuesta para el tema con los correspondientes instrumentos y técnicas que se aplicaron, como también la población o universo que aportó en el estudio.

**Capítulo IV,** La tabulación e interpretación de los resultados de las encuestas y un breve análisis.

**Capítulo V,** Conclusiones y recomendaciones del trabajo de investigación.

**Capítulo VI,** Propuesta alternativa, CENTRO DE INTERPRETACIÓN AMBIENTAL Y TURISTICA “RUNA KAWSAY” EN LA COMUNIDAD LA CALERA DEL CANTÓN COTACACHI.

**Anexos** Documentos referenciales al proceso de investigación.

## **CAPITULO I**

### **1. EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **1.1. ANTECEDENTES**

La provincia de Imbabura está situada en la Sierra Norte del Ecuador, su cabecera cantón Ibarra y sus cantones son Otavalo, Antonio Ante, Cotacachi, Urcuquí. Pimampiro; posee una extraordinaria belleza natural y un clima espléndido para ser visitado por turistas nacionales y extranjeros que buscan de un lugar cómodo, que ofrezca servicios de calidad.

En la ciudad de Cotacachi y sus alrededores, se destaca su gran potencial turístico explotado en al campo artesanal, hotelero y gastronómico, pues la ciudad y su casco urbano es visitado por gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros atraídos por los productos de cuero que gozan de enorme popularidad y demanda. Esta coyuntura muy particular en la zona urbana, contrasta con la situación de las comunidades rurales marginales, en los que campea la pobreza, la desnutrición y el abandono de la población mayoritariamente indígena.

Alguna iniciativa de desarrollo turístico se ha fomentado con el funcionamiento de albergues comunitarios como los que se encuentran localizados parroquia San francisco, comunidad La Calera, del cantón Cotacachi, con una población aproximada de 1400 personas, en 300 familias organizadas ya por iniciativa de sus líderes o con la intervención del Gobierno Municipal y aún a través de la gestión de ONGs y Fundaciones de carácter privado, en un esfuerzo por involucrar a la

población en distintas alternativas de actividad económica, diversificando su campo laboral, que genere recursos y desarrollo para la comunidad.

La Calera se ubica al oriente de Cotacachi, cuyo poblado está separado por una carretera de segundo orden; otro principal nexo de comunicación entre Cotacachi y Otavalo. Se asienta sobre un piso aproximado de 2.400 a 2450 msnm. Presenta un clima primaveral entre 16° y 20° centígrados con un panorama climatológico diferente, goza de un piso regular casi plano, muy apto para la agricultura de subsistencia, donde se producen: hortalizas, maíz y fréjol.

Los albergues comunitarios ofrecen servicios de alojamiento, dedicado a la convivencia entre los turistas y la familia, en lo que se denomina turismo comunitario que comparte su forma de vida, hábitos y cultura. Como iniciativa es muy valiosa y prometedora; sin embargo, dado el carácter empírico de esta actividad, no se le concede importancia a aspectos muy puntuales del éxito comercial de este tipo de actividades, tales como: descuido en el mantenimiento de los locales, desaseo, atención escasamente personalizada, mediación de guías, alimentación e instalaciones que provean del confort requerido por la clase turista.

Por lo tanto es necesario intervenir en la implementación de nuevas alternativas que estimulen la actividad turística local a través del uso y aprovechamiento de los recursos existentes de manera sustentable.

## **1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

El desarrollo turístico sustentable en la actualidad, es una de las mejores posibilidades de generar recursos económicos y se ubica entre las iniciativas de producción y productividad con mayor potencial de éxito por la diversidad natural y cultural que poseen.

Este potencial, se presenta de manera especial y generosa en la Comunidad de La Calera, del cantón Cotacachi, donde funcionan, Albergues Turísticos Comunitarios que por el transcurso del tiempo y el escaso conocimiento de sus administradores, han caído en el deterioro de sus instalaciones e infraestructura; situación que puede generar en el decaimiento de esta actividad económica que beneficia a la comunidad

La carencia o mala calidad de los servicios básicos, disminuyen sin duda alguna el confort y satisfacción de las necesidades de los turistas que poco a poco dejan de utilizar los albergues y abandonan la posibilidad de disfrutar de la naturaleza y su entorno además de interactuar con la comunidad familiarizándose con su cultura.

Se destaca, por otra parte la falta de recursos económicos para invertir en la remodelación, readecuación y mantenimiento de los albergues, en la generación de nuevas propuestas encaminadas al involucramiento comunitario y al desarrollo turístico.

El bajo nivel de educación y la ausencia de políticas para la formación de líderes y emprendedores turísticos entre la población involucrada, es la causa para que los procesos de comercialización de sus servicios no reflejen resultados de calidad y por el contrario, se deterioren rápidamente por el descuido y la escasa gestión.

Por otra parte es claro el deficiente interés que se ha dado a la parte investigativa que tome como base el estudio de nuevos potenciales turísticos de la zona y que a través de ellos se generen propuestas interesantes que motiven al turista y al visitante local a conocer y participar de la cultura y naturaleza del entorno.

### **1.3. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

Con los antecedentes expuestos, se formula el siguiente problema:

**¿Cuáles son los atractivos turísticos naturales y culturales de la Comunidad La Calera del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura?**

### **1.4. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

#### **1.4.1. Unidades de Observación**

La presente investigación se aplicó a turistas y visitantes de la comunidad La Calera; así como a comuneros que representan la mejor fuente de información.

Dentro del marco teórico se tomó como referencia temas como:

- Atractivos Naturales
- Atractivos Culturales
- Centro de Información turística

#### **1.4.2. Delimitación espacial**

La investigación se desarrolló en la comunidad La Calera, parroquia San Francisco en el Cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

### **1.4.3. Delimitación Temporal**

El presente trabajo de grado se realizó en los meses de Febrero a Junio del año 2010.

## **1.5. OBJETIVOS**

### **1.5.1. GENERAL**

Determinar los atractivos turísticos naturales y culturales de la comunidad La Calera para implementar estrategias de innovación turística local.

### **1.5.2. ESPECÍFICOS**

- Diagnosticar los atractivos naturales y culturales de la comunidad La Calera
  
- Establecer la visión que tiene el turista de los atractivos turísticos de la comunidad.
  
- Diseñar un producto turístico innovador que permita la integración y el desarrollo comunitario.

## **1.6. JUSTIFICACIÓN**

El presente trabajo se justifica principalmente en razón de que el proyecto se desarrollará en una comunidad rica en recursos especialmente en manifestaciones culturales que son la carta de presentación por ser una nacionalidad indígena que lucha constantemente por mantener su identidad.

En el aspecto turístico se tiene la visión de diversificar la oferta comunitaria a través de la generación de nuevas alternativas que promuevan la integración y participación de la gente ya sea con el aporte de conocimientos o con el apoyo a nivel de recurso humano necesario para la ejecución de la propuesta a implementarse.

En el campo educativo el interés es desarrollar una estrategia que comunique al turista y visitante en si a la sociedad en general la cultura local, el valor e interés que se debe poner a este tipo de actividades siempre y cuando se realicen en términos de sustentabilidad y mejoramiento de la calidad de vida de los involucrados.

Referente a beneficiarios se considera a los turistas y visitantes nacionales y extranjeros que acuden a la zona y que se sentirán complacidos porque en la comunidad podrán compartir experiencias únicas y convivir con la cultura y diversidad natural local.

De igual manera la comunidad al generarse fuentes de trabajo alternativo como producto de la demanda de servicios que los turistas requieran en sus visitas; además de la posibilidad de incorporar servicios básicos urgentes para la zona, con la intervención de los gobiernos locales, para aprovechar la singular belleza natural de su geografía y ecosistema.

Es una oportunidad de formación personal y profesional para los investigadores con la aplicación práctica y teórica de los conocimientos adquiridos durante la etapa de profesionalización que serán demostrados a través de este trabajo de investigación que contribuirá al perfeccionamiento de sus habilidades y competencias académicas.

## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEÓRICO**

#### **2.1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

##### **2.1.1. CANTÓN COTACACHI**

La gran escultura del sol que abre la puerta de esta ciudad acogedora de gente amable y trabajadora que finca su principal actividad en el cuero, que transformado en carteras, chompas, pantalones, cinturones, billeteras, es reconocida nacional e internacionalmente. *Guía turística de Imbabura del Ministerio de Turismo*

Es el cantón más extenso de la provincia de Imbabura, sintéticamente este paraje nos resume el valor del pueblo indígena que lo habita, producto del asentamiento de tribus nómadas que arribaron centenares o millares de años antes de la conquista española. *www.vivecuador.com*

Villa apacible de tierras fértiles, prados y campiñas, asentada en las faldas del Cotacachi, ciudad encantadora que Fray Pedro de la Peña la había escogido para fundarla.

Considerada la Capital Musical del Ecuador por la afición que expresa su pueblo por la música; denominada etimológicamente como

Castillo de Luz, por la fusión de elementos naturales, culturales y sobre todo artesanales.

#### **2.1.1.1. Datos Generales**

- Localización 25 Km al sudeste de Ibarra
- Altitud 2,418 msnm
- Temperatura 14°C
- Clima Templado
- Grupos étnicos Indígenas, mestizos y Afroecuatorianos

El nombre Cotacachi tiene muchos significados.

En el sitio web [www.cotacachi.gov.ec](http://www.cotacachi.gov.ec) indica que en el idioma "Cara" significa "el lago con las mujeres hace frente a" que se refiere a la forma general de los islotes en la Laguna Cuicocha.

De acuerdo al autor *Fuentes Denis (2005)*, en Quichua deriva de la composición de dos palabras que significan: CUTA: piedra de moler; CACHI: sal "Piedra de moler sal".

Los ecosistemas del área y la flora nativa y fauna hacen este cantón una de las zonas ecológicamente más ricas en América del Sur. El área es valiosa para los turistas para mirar pájaros, acampar y la pesca.



**2.1.1.2. Organización política:** en el contexto político la pág. web. [www.cotacachi.gov.ec](http://www.cotacachi.gov.ec) describe la siguiente división:

**Parroquias Urbanas:**

- El Sagrario
- San francisco

**Parroquias Rurales:**

- Quiroga
- Imantag

**Parroquias de la zona de Intag:**

- Apuela
- Plaza Gutiérrez
- Peñaherrera
- Vacas Galindo
- García Moreno
- Las golondrinas

**2.1.1.3. Turismo en el cantón Cotacachi y sus comunidades**

El turismo es el eje principal del desarrollo económico de Cotacachi, actividad que articula a la agricultura, comercio, artesanía, manufactura del cuero, etc. Es así que Cotacachi trabaja con las organizaciones sociales y campesinas. Se han identificado aproximadamente 150 atractivos naturales y culturales, importante potencial a ser explotado. *Revista MIPYMES (2009)*.

El Alcalde Tituaña indica que conceptualmente existirán diferencias entre ecoturismo, turismo rural o agro turismo. Sin embargo, por la característica de Cotacachi de ser un municipio rural, con diversos pueblos étnicos y pisos ecológicos, se está trabajando en todo el territorio cantonal con esta perspectiva, y que la comunidad de forma organizada

pueda beneficiarse de: la ubicación estratégica muy cercana a la capital (Quito, con 60 km en línea recta); el estar dentro de una provincia tan turística, como lo es Imbabura; y aprovechar las oportunidades artesanales y agrícolas. *Revista MIPYMES (2009)*.

En base a la actividad agro-ecológica que se ha desarrollado en la zona tropical se han construido-cabañas comunitarias para recibir a pequeños grupos de turistas, administradas tanto familiarmente como a nivel comunitario. Se organizan recorridos para que los turistas observen los cultivos directos de café, así como los procesos que la caficultora conlleva. A la vez, la posibilidad de un intercambio con la comunidad, con su vivencia, gastronomía, caminatas a sitios arqueológicos, cascadas naturales, entre otras.

Adicionalmente la oportunidad de ingresar a la zona andina se tiene la posibilidad de tener un encuentro con la cultura milenaria quichua y aprender su idioma.

“El municipio lo que ha hecho es facilitar el desarrollo organizativo de esta actividad y también preocuparnos por dotar de los servicios básicos, tales como: agua potable, alcantarillado, electrificación, mejoramiento vial y de las infraestructuras comunitarias. A los beneficiarios de estos programas, también se les ha facilitado la posibilidad de acceso a líneas de crédito, ya sea a través de la cooperación internacional o de líneas de créditos regulares, con el aval del Municipio o de la misma organización, pudiendo hacer realidad estos albergues comunitarios que tienen valores agregados, aquellos valores de identidad en cuanto al desarrollo de esta actividad”, *manifiesta el Alcalde de Cotacachi en la Revista MIPYMES (2009)*.

Por esta visión conjunta, tanto del Municipio como de las organizaciones, se ha logrado en una población general de 42.000 habitantes, recibir anualmente un flujo de 250.000 turistas,

Esto exige a Cotacachi a que trabaje fuertemente para garantizar estándares de calidad en el manejo del turismo comunitario y del convencional. La actividad turística es una gran oportunidad, pues a través de ella se desarrolla la agricultura, artesanías y demás servicios en general.

Tanto en la zona andina como en la subtropical, el turismo rural tiene todavía un gran futuro. De acuerdo a lo indicado por el Ministerio de Turismo, Cotacachi fue el primero -a nivel nacional- en organizarse de esta manera y generar empleo directo e indirecto como una alternativa a la crisis del país.

## **2.1.2. LA OFERTA Y DEMANDA TURÍSTICA**

El concepto fundamental para comprender la idea de oferta y demanda turísticas es la idea de industria turística y de mercado turístico.

### **2.1.2.1. Definición de la Demanda Turística**

En la página web *www.monografias.com* que recoge la opinión de varios autores, se encuentra la definición de Demanda Turística como “el conjunto de atributos, valores, servicios y productos que el mercado requiere a los operadores turísticos, para satisfacer determinadas necesidades de esparcimiento, ocio, tiempo libre o vacaciones.”

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

La demanda del mercado o demanda agregada de un servicio o producto, representa las diferentes cantidades de ese servicio o producto, que requieren a diversos precios, los individuos del mercado en un período determinado. La demanda del mercado depende entonces de todos los factores que determinan la exigencia individual de ese servicio y además, del número de compradores o consumidores de ese servicio o producto en el mercado.

#### **2.1.2.2. Factores que determinan la Demanda Turística**

*El sitio web [www.monografias.com](http://www.monografias.com) describe que la demanda en el mercado turístico funciona sometida al influjo de un conjunto de factores, a saber:*

**Factores económicos:** que son principalmente, la liquidez del mercado emisor (el poder adquisitivo y la disponibilidad de dinero por parte de los clientes-usuarios), los niveles de precios que compiten entre sí alrededor de distintos puntos geográficos próximos, la estacionalidad en los países o lugares receptores de turistas.

**Factores relativos a las unidades demandantes:** los cambios de estación y su relación con los sistemas de vacaciones en los países-mercado demandantes, los intereses cambiantes de los públicos y las

personas; la percepción que los públicos tienen respecto del valor atractivo de determinadas zonas o puntos geográficos.

**Factores aleatorios**, tales como los conflictos, inestabilidades sociales y guerras, los accidentes y catástrofes naturales y el impacto que estos eventos tienen en los medios de comunicación y en la percepción de seguridad de los potenciales públicos demandantes.

**Factores relativos a los sistemas de comercialización:** calidad y extensión de los esfuerzos y productos de comercialización; amplitud y focalización de las estrategias de marketing; diversidad de los actores que realizan marketing turístico alrededor de determinados productos y lugares geográficos.

### **2.1.2.3. Características de la Demanda Turística**

En la página web [www.monografias.com](http://www.monografias.com), se encuentra la siguiente definición: “Puede definirse como el conjunto de bienes y servicios que el turista está dispuesto a adquirir a los precios internos, en el caso del turismo nacional, y a precios determinados por las Tasas de Cambio, en el turismo internacional, por añadidura se designa así al conjunto de consumidores de una oferta turística”.

La demanda turística se caracteriza por ser:

- Culturalmente determinada;

- Cambiante en el tiempo y en el espacio en función de factores culturales, económicos y políticos;
- Estar asociada a lugares o puntos de interés individuales.

Por otra parte, la demanda turística es:

Muy elástica a los cambios económicos del mercado, ejemplo, los precios: un aumento notorio de los mismos, generalmente, trae consigo una baja en el número de consumidores.

Sensible a las condiciones socio-políticas de los países y los cambios de moda en el destino de los viajes. La inestabilidad socio-política (guerras, huelgas, desórdenes), inhibe a los turistas a visitar un determinado lugar.

Está condicionada por la estacionalidad. Debido a esta dependencia se producen desajustes que actúan de modo perjudicial tanto sobre la demanda como sobre la oferta. Las causas derivan tanto de factores climáticos como de otros más o menos influenciados, tradición, política, etc.

#### **2.1.2.4. Oferta Turística**

En la *pág. web. [www.rincondelvago.com](http://www.rincondelvago.com)* se menciona que la Oferta Turística se basa en unos recursos (potenciales que posee un núcleo turístico para atraer y motivar a los turistas) e infraestructuras (elementos fijos que componen el mercado para atender las necesidades

de los turistas) para atraer y prestar los correspondientes servicios a los turistas.

La página web *www.monografias.com* Define oferta turística al “conjunto de productos y servicios asociados a un determinado espacio geográfico y socio-cultural y que poseen un determinado valor o atractivo turístico que es puesto a disposición de los públicos en un mercado competitivo.”

Se distinguen aquí los recursos turísticos de los productos turísticos. Un recurso turístico es un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de una determinada potencialidad turística.

La cantidad de un servicio que un productor individual está dispuesto a vender en un período determinado de tiempo, o sea la oferta, es una función que depende del precio de ese servicio, de los precios del mismo servicio o de servicios similares de los competidores y de los costos de producción del productor.

En cambio un producto turístico es un determinado recurso natural, histórico o cultural que ofrece un conjunto de servicios y productos elaborados y asociados de manera de satisfacer las demandas del público-cliente de turistas.

La oferta turística está relacionada con otros sectores de la vida nacional: la agricultura, la industria, la minería, el comercio, la educación, la religión.

En turismo el mayor impacto económico lo producen los servicios directos: hoteles, transportes, diversiones. Pero la oferta turística en su totalidad, forma parte de la vida de la comunidad. Los bosques, las plazas de las ciudades, los paseos, las instalaciones deportivas y los lugares de culto son con frecuencia de tanta importancia para los turistas extranjeros, como para los nacionales.

Sin embargo, resulta muy conveniente reconocer las características de la oferta turística. Ellas son las siguientes:

a. La producción de servicios se realiza en un lugar geográficamente determinado y no pueden ser transportados. Los consumidores deben trasladarse a los lugares donde se producen estos servicios.

b. Los recursos turísticos están por atractivos naturales y culturales que no prestan utilidad en el mercado si no son puestos en valor y explotados.

c. Los recursos turísticos naturales son inagotables, es decir, no se consumen al ser bien explotados. Por ejemplo: nieve, playas, desiertos, etc., los cuales pueden sufrir deterioros al no ser protegidos adecuadamente.

La oferta turística está integrada por ocho partes muy importantes:

#### **1. Atractivo Turístico:**

“Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motiven al

viajero a abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él.”

Respecto a la actividad turística, guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas: nada valen sobre el mercado si no son puestos en valor y explotados, y como lo naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables.

*Cárdenas Fabio (2001)*, indica que una atracción turística, o *atractivo turístico* es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural inherente o exhibido, significancia histórica, belleza natural o artificial, original, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión.

La atraktividad es un elemento crucial en la motivación del turista a viajar, y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera actividad económica conexas como ser hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros; y desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico rutas, aeropuertos, señalización, etc.

### ➤ **Ejemplos de Atractivos turísticos**

Algunos ejemplos de atractivos turísticos son:

- Lugares históricos.
- Monumentos.
- Zoológicos.
- Museos.

- Galerías de arte.
- Jardines botánicos.
- Construcciones y estructuras (castillos, bibliotecas, antiguas prisiones, rascacielos, puentes, entre otros).
- Parques nacionales y bosques.
- Parques temáticos.
- Comunidades de diferentes etnias.
- Trenes históricos.
- Eventos culturales.

## **2. Patrimonio Turístico:**

“Conjunto de recursos naturales y obras creadas por el hombre, que estimulan el deseo de viaje y satisfacen las necesidades que de éste se originan”.

Es la disponibilidad mediante e inmediata de los elementos turísticos con que cuenta un país o una región en un momento determinado. El patrimonio es igual a la suma de los atractivos más la planta e instalaciones turísticas a las que se puede agregar la infraestructura.

## **3. Producto Turístico:**

“Conjunto de bienes y servicios necesarios para el desarrollo de las actividades de consumo turístico”.

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado (para un confort material o espiritual), en forma individual o en una gama

muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista.

#### **4. Los Recursos Turísticos:**

Recurso Turístico es “todo aquello susceptible a ser utilizado por el Turismo”.

Los recursos turísticos se dividen en básicos y complementarios. Los primeros son decisivos, para el turismo y pueden ser directos o indirectos. Los directos comprenden atractivos turísticos y equipamiento y los indirectos transportes, servicio y comunicaciones.

Los recursos turísticos complementarios sirven de apoyo al funcionamiento de la actividad e incluyen institucionales y económicos.

#### **5. La Planta Turística:**

Conjunto de instrumentos útiles, instalaciones o efectos necesarios para la producción y prestación de servicios específicamente turísticos. Comprende las empresas, la información turística, el señalamiento turístico, las escuelas de turismo, etc.

#### **6. El Equipamiento Turístico:**

Es el eje de funcionamiento de la actividad turística moderna. Está constituida por empresas o instalaciones que producen un conjunto de servicios de primera necesidad para el turista, vale decir, establecimientos de alimentación, hospedaje, agencias de viajes y empresas de transporte.

#### **7. La Infraestructura Turística:**

La infraestructura turística es una modalidad de la infraestructura general del país y forma parte ineludible de la oferta turística. Los costos que

involucra son elevados y constituyen un obstáculo para el desarrollo del turismo. Esto obliga a construir sólo en lugares realmente justificados y en proporción requerida por la demanda.

Es fundamental el diagnóstico de infraestructura y equipamiento para conocer las capacidades existentes en el área, determinar la disponibilidad actual y sobre todo la sub o sobre utilización de las estructuras presentes para así promover modificaciones o ampliaciones.

## **8. Los Servicios Complementarios:**

Los servicios turísticos constituyen prestaciones que directamente o con auxilio de transportes, etc. dan lugar a la satisfacción de las necesidades de los turistas.

Los servicios son la actividad en que el Estado interviene más directamente como el caso de la salud, los deportes, etc. Los servicios públicos constituyen un sector importante de la actividad económica. Incluyen proveedoras de agua, gas, transporte ferroviario, etc. Precisan una inversión considerable de planta y equipo por lo que con frecuencia sus costos fijos son superiores a sus costos variables.

Los servicios tienen la mayor importancia para la industria turística ya que el visitante extranjero exige en el país que visita las comodidades a que está acostumbrado y las condiciones sanitarias, de seguridad y de asistencia necesarias.

Las tres grandes clases de servicios de que hace uso el turista son: Alojamiento, Medios de Comunicación e Información y Servicios de Comercio Asociados. El comercio, en el fenómeno turístico en vez de

tener que llevar los productos a lugares situados más allá de sus fronteras son los turistas de esos lugares los que vienen hasta el comerciante.

El servicio de correos es igualmente utilizado por el turismo, traslada cartas y tarjetas postales, valores declarados, giros, reembolsos, certificados, etc.

En cuanto a las comunicaciones, una población puede contar con muchos atractivos turísticos, pero sólo pueden ser explotados si se dispone de las comunicaciones adecuadas y principalmente con información turística de la mejor calidad.

### **2.1.3. TURISMO Y DESARROLLO**

Las consecuencias del desarrollo turístico, en especial en los países del Sur, parecen haber sido mayoritariamente perjudiciales. No obstante, algunos casos de turismo alternativo auto gestionado por la propia comunidad parecen mostrar que un cierto tipo de turismo, a menor escala y con una gestión diferente, puede generar efectos positivos. Se empieza a hablar, entonces, de turismo sostenible. *www.monografias.com*

El desarrollo del Turismo Sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida. [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

### **2.1.3.1. El Turismo Sostenible como Estrategia de Desarrollo**

- Los Recursos naturales y culturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios.
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona de forma que no cause serios problemas ambientales o socioculturales.
- La calidad ambiental se mantiene y mejora.
- Se procura mantener un elevado nivel de satisfacción de los visitantes y el destino retiene su prestigio y potencial comercial.
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la sociedad.

Estas características hacen al turismo sostenible una herramienta estrategia de desarrollo económico local. Por un lado, el turismo supone una gran oportunidad en algunas zonas en las que no existen otras alternativas de actividad económica.

A su vez, como parte del sector servicios, ofrece más oportunidades para el surgimiento de empresas locales hay que tener en cuenta que incluso en los países más desarrollados, este sector está compuesto principalmente por PYME. Y a pesar de ser un sector que requiere de fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, también utiliza mano de obra de forma intensiva por lo que ofrece numerosas oportunidades de trabajo y negocio para las mujeres y los jóvenes.

## 2.1.4. CENTRO DE INFORMACIÓN E INTERPRETACIÓN TURÍSTICA

### Los trucos a aplicar son simples

He mencionado que la interpretación requiere la aplicación de ciertas técnicas, sea en un museo cerrado o al descubierto en un parque natural. Esas técnicas son un recetario útil, pero completamente estériles si no se acompañan del toque personal de los planificadores, los diseñadores o los guías.

Es preciso conocer, además, a qué tipo de público irá dirigida la interpretación, para afinar el mensaje y elegir la metodología que más les convenga a esos usuarios. Veamos ahora algunos de esos trucos, también a la luz del comentario anterior: *"a qué nos referimos cuando hablamos de interpretación"*.

#### 2.1.4.1. Diseño del mensaje interpretativo:

El sitio web *www.wikipedia.org* menciona nunca se debería usar la palabra interpretación ante el público. Al público no le dice nada, e incluso puede llegar a confundirlo; dejémosla como una palabrota para su uso por los técnicos.

En consecuencia, la denominación *centro de interpretación* habría que erradicarla, al menos paulatinamente. El público se sentirá más aludido si se le presenta un equipamiento como museo, centro de información o centro de visitantes.

Plantear objetivos específicos en cada programa, en tres aspectos:

**1) Para el conocimiento:** ¿qué queremos que la gente sepa?

Ejemplo: "Que el 80% de los visitantes sea capaz de comentar que los factores que influyeron en la colonización de este territorio fueron el agua y los recursos mineros".

**2) Para la afectividad:** ¿qué queremos que la gente sienta?

Ejemplo: "Que la mayoría de la gente sonría tras la lectura del texto en los carteles".

**3) Para las actitudes/comportamientos:** ¿qué queremos que la gente haga (o no haga)? Ejemplo: "Que todos los visitantes se comporten de forma respetuosa con el entorno, y sigan las indicaciones entregadas en el folleto".

Este planteamiento de objetivos contribuye bastante a orientar los esfuerzos de interpretación, y se puede aplicar a pequeña escala, por ejemplo en cada parada de un recorrido o en cada *stand* de exhibición; o a una escala mayor, como a toda una sala con exhibiciones/exposiciones o para todo un itinerario por el casco antiguo de un pueblo.

Es conveniente definir una frase que queramos que el público recuerde. A este proceso se le denomina ***interpretación temática***, y el *tema* tiene que contener todos los ingredientes de una oración (sujeto, predicado y complementos). Así se prepara el *tema*:

Por ejemplo:

¿Qué queremos explicar? "Queremos explicar las rocas calizas".  
Más concretamente ¿qué de las rocas calizas? "Queremos explicar el origen de la roca caliza". Entonces, ¿qué queremos que la gente sepa? (o

qué le diremos al visitante, en definitiva) Al visitante le diremos que "La roca caliza se origina en el fondo del mar"

Este tipo de frase representa el concepto de *tema interpretativo*, que luego se desarrolla con más explicaciones que giran en torno a él: "La caliza se formó por el depósito de las conchas y caparazones de animales marinos hace más de cien millones de años. Ahora forma montañas en algunas regiones". Esta explicación la puede dar un guía (o preguntárselo al público) o bien puede aparecer como texto en los carteles de un itinerario o en una exhibición de un centro.

Ayuda bastante el utilizar la *frase-tema* como título de las presentaciones, o en los titulares de las exhibiciones, en los encabezados de los folletos, carteles, etc. Así, quien no lea la letra pequeña tendrá ya una información, una noticia (esta acepción de la palabra *tema* es como el titular de un periódico). Incluso puede estimular a seguir leyendo. No hay nada más tedioso e inútil en una sala de museo o de un centro de visitantes que leer titulares como estos: La Fauna, La Geología, Calcolítico, Orogenia Alpina, Usos y Costumbres.

La utilización de preguntas (sin abusar de esta estrategia) estimula y motiva al visitante. Las respuestas las debe proporcionar él, o las debe encontrar sin dificultad. En el mensaje, sea el comentario de un guía o el texto de un folleto, hay que incluir invitaciones a hacer algo y a utilizar los sentidos.

Es importante tener presente que un mensaje interpretativo sólo puede ser un simple poema. No se trata de describir fenómenos o explicar objetos en todas las ocasiones. La parte final del programa debe retomar el *tema*, esa frase que se ha reiterado y desarrollado con ideas complementarias. Aquí se concluye.

#### **2.1.4.2. Para las exhibiciones en museos y centros de visitantes:**

Las exhibiciones más simples son las más efectivas. Muchas veces la espectacularidad puede enmascarar al mensaje.

Hay que tener en cuenta que el público empleará como promedio sólo un minuto frente a cada *stand* o unidad de exhibición, por tanto, el mensaje tiene que poder ser captado con rapidez. Tenemos que atraer la atención del visitante, pero luego hay que lograr mantenerla para que le dé tiempo a captar todo el mensaje (o los niveles de lectura que él decida).

Si la exhibición pretende ser interpretativa, ha de tener volúmenes, contrastes, cierto grado de dinamismo y partes que se puedan manipular (cuando sea pertinente). El público debe poder interactuar física y/o intelectualmente con la exhibición. Y si está bien concebida, no hará falta que un guía la explique. La sala en que se encuentran las exhibiciones debería tener un nombre que emplee el concepto de frasetema, explicado anteriormente.

Cada *stand* debería desarrollar el mensaje con temas y subtemas, es decir, en los títulos y en sus correspondientes subtítulos el público tendría que obtener una información, una "noticia". Cada exhibición requiere una iluminación específica, que no interfiera con las luces del resto de la sala. Hay que evitar, también, los reflejos en los cristales o en las superficies reflectantes. El público es libre para elegir el recorrido a seguir, por lo tanto, no deberíamos supeditar la captación del mensaje a una secuencia determinada. La secuencia y el sentido la podemos

sugerir, pero siempre será el propio visitante quien decida qué ver, cuánto ver/atender, y por dónde.

En los centros de visitantes la interpretación *en interiores*, normalmente, no utiliza objetos reales. Se suelen exponer "representaciones" de la realidad; por este motivo, la interpretación debería posibilitar un contacto con el objeto real afuera, en el entorno del parque o del sitio histórico. La oportunidad de que el visitante tenga ese contacto con el objeto real es lo que da sentido a la interpretación del patrimonio.

El caso de los museos es diferente, porque sí es probable que tengan más objetos originales, y, dependiendo del tipo de museo que se trate, habrá que aclararle al visitante cuál es el contexto (espacial, temporal, funcional) de las piezas expuestas.

### **2.1.5. El Producto Turístico**

Es el conjunto de elementos tangibles e intangibles, caracterizados en una actividad específica, en un determinado destino. El turista compra la combinación de actividades. [www.rincondelvago.com](http://www.rincondelvago.com)

Cuando un turista compra un "producto turístico" compra un producto que está sustentado en lo que hemos denominado la "oferta turística" de una región y esta oferta se fundamenta en el "patrimonio turístico" Pero el producto no solo tiene características o atributos atendiendo a su fabricación industrial, pues al satisfacer una necesidad humana el producto tiene atributos de orden psicológico y sociológico. [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)

Entonces al diseñar el producto, no se puede hacer una definición objetiva del mismo sino que hay que hacerlo pensando en el turista, utilizando su visión. En última instancia el producto es todo aquello que contribuye a la satisfacción de los clientes o consumidores; por tanto, lo que se vende son satisfacciones que esperan obtenerse mediante el consumo de ese producto, cuya utilidad depende de su capacidad para satisfacer una necesidad.

Es decir, desde la perspectiva del turista, el "producto turístico" puede considerarse como una experiencia, en el transcurso de la cual son utilizados productos muy diversos.

En cuanto a esto *Medlik y Middleton (1973:78)* afirman que:"en lo que concierne al turismo, el turista puede optar entre una amplísima gama de productos desde el momento en que sale de su domicilio hasta que regresa. Así, pues, el "producto turístico" puede considerarse como una amalgama de atracciones, de variopintas ofertas de destino y de accesibilidad a los distintos lugares. En otras palabras, el producto no es sólo un asiento en un avión o una habitación en un hotel, o el descanso en una playa, sino la amalgama de numerosísimos componentes intangibles de un paquete tangible".

Establecido el marco conceptual del "producto turístico", creemos oportuno, referirnos a sus características más importantes y diferenciadoras, de forma tal que podamos profundizar en su conocimiento.

## **2.2. POSICIONAMIENTO TEÓRICO PERSONAL**

La perspectiva del este trabajo de Investigación se ajusta a la Teoría del Desarrollo Humano y Capital Social porque se fundamenta en el trabajo colectivo para generar empleo y bienestar del grupo o la comunidad. Desde esta perspectiva, la solidaridad, la cooperación y el trabajo en equipo, constituyen la base en la que se consolida el desarrollo del capital social para conferirle solidez y afianzamiento a sus propósitos y metas comunes. Con este enfoque, el desarrollo turístico sostenible comunitario beneficiaría a la comunidad investigada desde el punto de vista social, económico, cultural y político. El enriquecimiento del intercambio cultural con la afluencia de turistas particularmente extranjeros es un aspecto excepcionalmente positivo para la sociedad local. Si el gobierno local y nacional presta mayor atención a la estructura y a la calidad del crecimiento económico, estimulará el desarrollo humano, la reducción de la pobreza y la sustentabilidad a largo plazo.

### 2.3. GLOSARIO DE TERMINOS

- **Actividad Turística:** Conjunto de operaciones que de manera directa o indirecta se relacionan con el turismo o pueden influir sobre él, siempre que conlleven la prestación de servicios a un turista.
- **Artesanía:** Arte u obra realizada manualmente por artesanos, que resulta por originalidad e identificación con lo local o regional, de interés en la composición del “producto turístico”.
- **Atractivos turísticos:** Todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico.
- **Arqueología:** Ciencia que estudia lo que se refiere a las artes, a los monumentos y a los objetos de la antigüedad, especialmente a través de sus restos.
- **Comunidad indígena:** Conjunto de personas vinculadas por características o intereses comunes autóctonos de un pueblo
- **Centro turístico:** Es todo conglomerado urbano que cuenta en su propio territorio o dentro de su radio de influencia con atractivos turísticos de tipo y jerarquía suficiente para motivar un viaje turístico.
- **Centro recreacional:** Es aquel, que desde un centro urbano de residencia permanente, es visitado por el día, sin pernoctar en él.
- **Diversidad biológica:** Variedad de especies este es un rasgo importante de los ecosistemas.

- **Guía de turismo:** Facilitador, cuya misión es informar, asistir y atender al turista durante una visita u otro servicio técnico-informativo turístico.
- **Medicina ancestral:** Se manifiesta mediante la sabiduría que se transmite de generación en generación en los pueblos indígenas especialmente con la curación de plantas.
- **Producto turístico.-** La oferta en el campo turístico listo para el uso del visitante.
- **Paquete turístico:** Conjuntos de servicios que incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, etc.
- **Patrimonio cultural:** conjunto de parajes naturales y culturales a los cuales la Humanidad da un valor especial y, por lo tanto, los hace objeto de una protección específica.
- **Patrimonio turístico:** Se define por la relación entre los atractivos turísticos (materia prima), la planta turística (aparato productivo), la infraestructura (dotación de apoyo al aparato productivo) y la superestructura (subsistema organizacional y recursos humanos disponibles para operar el sistema).
- **Promoción turística:** Conjunto de actividades cuyo objetivo es dar a conocer un producto turístico.

- **Programa Turístico:** Descripción pormenorizada presentada en un folleto promocional, el cual contiene el itinerario, las excursiones, las tarifas y todo lo concerniente a las actividades del viaje.
- **Reciclaje:** Someter un material usado a un proceso para que se pueda volver a utilizar.
- **Turista:** Toda persona que se desplaza hacia un lugar fuera de su residencia habitual y permanece en él por lo menos 24

#### **2.4. PREGUNTAS DIRECTRICES**

En el presente trabajo de investigación se planteó las siguientes preguntas directrices:

1. ¿Cuáles son los atractivos turísticos naturales y culturales en la Comunidad la Calera, del cantón Cotacachi?
2. ¿Cuál es la visión que tiene el turista del turismo que se desarrolla en la comunidad La Calera?
3. ¿Cuál es la mejor estrategia para innovar el turismo y generar la integración comunitaria?

## 2.5. MATRIZ CATEGORIAL

CONCEPTO	CATEGORÍAS	DIMENSIONES	INDICADOR
Es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural inherente o exhibido, significancia	<b>Atractivos turísticos</b>	Naturales Culturales	Estado de conservación Ubicación Categoría
Es el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos	<b>Producto Turístico</b>	Características Factores	Alojamiento Transporte Alimentación Recreación Guianza
Espacio físico en el que se aplica técnicas para comunicar un mensaje en este contexto la información de la zona.	<b>Centro de Información turística</b>	Diseño Instrumentos	Mensaje Información Audiencia Participación

## CAPITULO III

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. TIPO DE INVESTIGACIÓN

El presente proyecto fue factible ya que su investigación se basó en preguntas más no en hipótesis.

Se fundamentó en los siguientes tipos de Investigación:

***Investigación de campo*** se recolectó información directamente de la realidad, se trabajó a través de la recopilación de primera mano.

***Investigación bibliográfica y documental***, se tomó como referencia textos con información necesaria para el desarrollo del trabajo de grado.

***Investigación Aplicada***, esta investigación es la base para acercarse a la realidad de problemas reales a través en esta caso fue apoyó para determinar la visión que tiene el turista acerca de lo atractivos turísticos de la comunidad La Calera.

#### 3.2. MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

##### 3.2.1. Métodos

***Método Analítico***, Este método ayudó a recopilar información de los diferentes atractivos naturales y culturales existentes en la comunidad.

**Método Sintético**, este método fue elemental ya que sirvió para la reunificación de la información e integrarla en una propuesta que mitigue la problemática identificada.

**Método Estadístico**, Esto método fue en el análisis cuantitativo de la información recopilada.

### 3.3. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

**Encuesta**, para determinar la visión que tiene el turista de los atractivos turísticos naturales y culturales de la comunidad luego de haberla visitado.

Se utilizó la técnica de la **entrevista** como herramienta de recopilación directa; se entrevistó a personas representativas dentro de la comunidad.

Se aplicó un cuestionario de 9 preguntas a los turistas y un cuestionario de 6 preguntas para la entrevista que se realizó a los personas más representativas de la comunidad.

### 3.4. POBLACIÓN

Para el desarrollo del presente proyecto los autores tomaron en la siguiente población.

<b>UNIDADES DE OBSERVACION</b>		<b>TOTAL</b>
Turistas que visitaran el Cantón Cotacachi (promedio mensual año 2009)	<b>285</b>	<b>285</b>
Comunidad La Calera	<b>150</b>	<b>190</b>
Laguna de Cuicocha	<b>80</b>	<b>80</b>
Centro de Cotacachi	<b>55</b>	<b>55</b>
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>285</b>

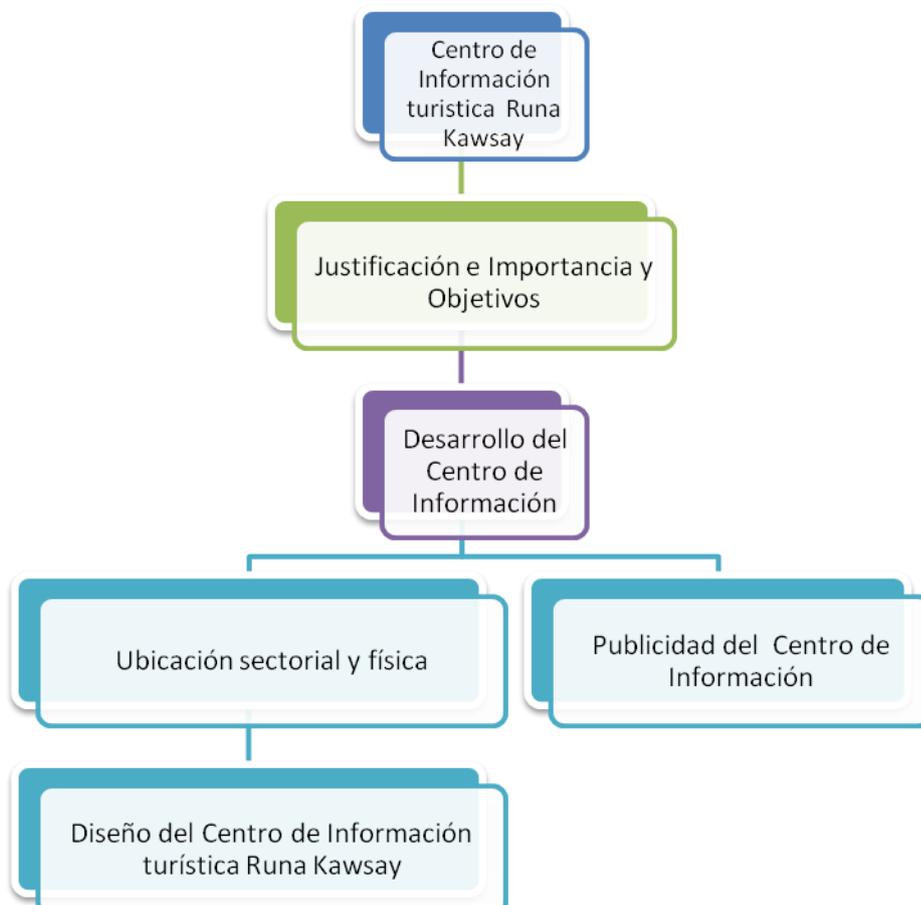
Muestra al azar seleccionada: 285.

### 3.5. MUESTRA

Se tomó una muestra al azar, en los sectores que tienen mayor afluencia turística en el cantón Cotacachi, de manera especial a los turistas que visitaron la comunidad La Calera en el tiempo que se desarrollo la investigación.

Referente al análisis de los atractivos turísticos de la comunidad se realizó entrevistas a las personas más representativas de la comunidad.

### 3.6. ESQUEMA DE LA PROPUESTA



## CAPITULO IV

### 4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

El presente capítulo contiene el análisis de las encuestas aplicadas a los turistas que visitaron el cantón Cotacachi, con énfasis en la comunidad La Calera para determinar la visión que tienen de los atractivos turísticos naturales y culturales

De igual manera se presenta un resumen de las entrevistas aplicadas a las personas más representativas de la comunidad.

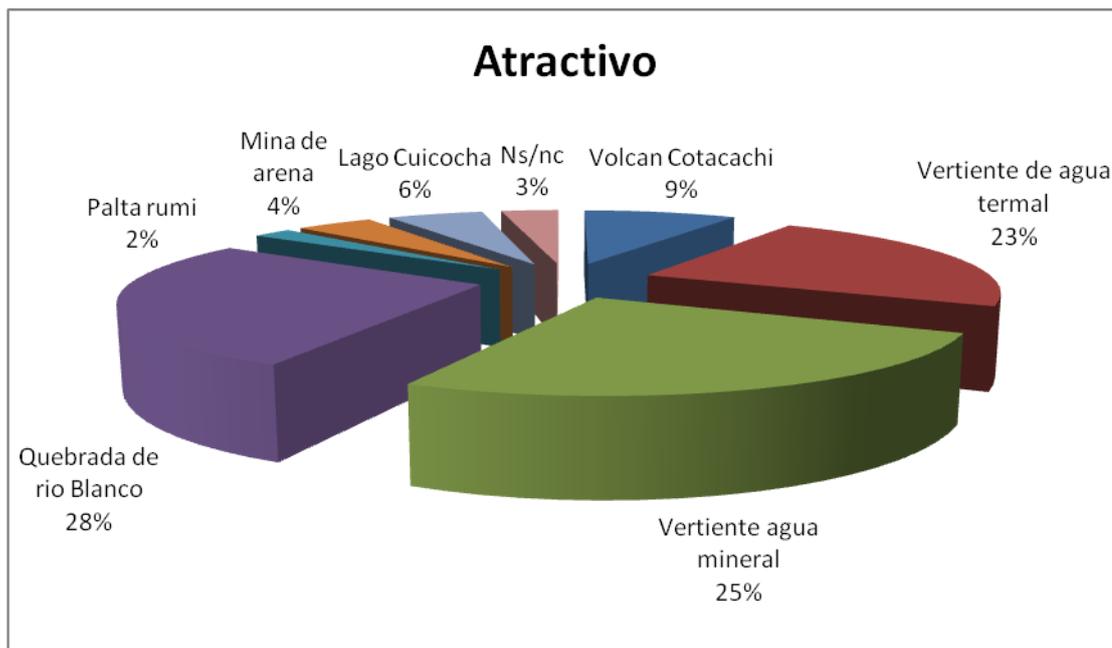
#### 1. Atractivos turísticos Naturales que el turista conoce de la comunidad La Calera

Cuadro N° 1- Atractivos turísticos Naturales de la comunidad La Calera

<b>Atractivo Turístico</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Volcán Cotacachi	45	16
Vertiente de agua termal	60	21
Vertiente agua mineral	65	23
Quebrada de rio Blanco	70	25
Palta Rumi	5	2
Mina de arena	12	4
Lago Cuicocha	18	6
Ns/nc	10	3
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Campo: Vallejo Carlos; Morales Claudio

Gráfico N° 1.- Atractivos turísticos Naturales de la comunidad La Calera



El cuadro y gráfico exponen que el 25% conoce la quebrada del Río Blanco; el 23% la vertiente de agua mineral; 21% conoce o ha visitado la vertiente de agua termal, el cerro Cotacachi lo ha visitado el 16%; el lago Cuicocha es conocido por el 6%; el 4% conoce la mina de arena y el 2% Palta Rummy.

Estos atractivos turísticos se enmarcan en un contexto turístico que caracteriza a la comunidad en sí al cantón Cotacachi. Para *Cárdenas Fabio (2001)*, un atractivo turístico es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico. El turismo sólo tiene lugar si existen ciertas atracciones que motivan al viajero abandonar su domicilio habitual y permanecer cierto tiempo fuera de él.

El mismo autor indica que respecto a la actividad turística guardan la misma relación que los llamados recursos naturales hacia otras actividades productivas; nada valen en el mercado si no hay puesta en valor y explotados, y como los naturales, hay casos en que los atractivos turísticos son perecederos y no renovables.

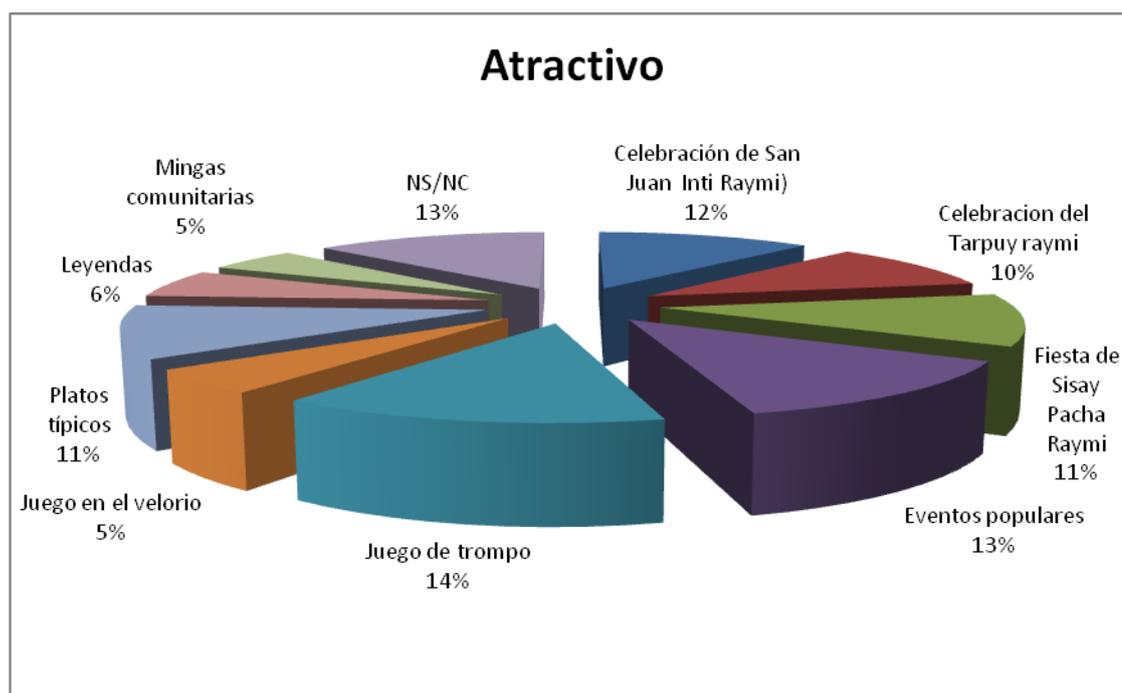
## 2. Atractivos turísticos culturales que el turista conoce de la comunidad La Calera

Cuadro N° 2- Atractivos turísticos Culturales de la comunidad La Calera

Atractivo Turístico	Frecuencia	Porcentaje
Celebración de San Juan Inti Raymi)	35	12.
Celebración del Tarpuy raymi	28	10
Fiesta de Sisay Pacha Raymi	32	11
Eventos populares	38	13
Juego de trompo	40	14
Juego en el velorio	10	5
Platos típicos	33	11
Leyendas	18	6
Mingas comunitarias	15	5
NS/NC	36	13
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Campo: Vallejo Carlos; Morales Claudio

Gráfico N° 2.- Atractivos turísticos Culturales de la comunidad La Calera



Referente al conocimiento de atractivos turísticos culturales se expone que el 25% ha participado de eventos populares; el 25% de la fiesta tradicional de Sisay Pacha Raymi, el 23% en la celebración del Tarpuy Raymi, el 9% en la máxima celebración tradicional indígena el Inti

Raymi, el 6% ha degustado de la gastronomía típica, el 4% en el juego en el velorio y el 3% tiene conocimiento de leyendas propias de la zona.

Con estos resultados se puede afirmar que el turismo en la comunidad La Calera se enfoca en el tema cultural por su gente que pone en manifiesto la gama de manifestaciones culturales como nacionalidad indígena.

En este contexto se puede considerar que el turismo cultural se expresa como las actividades que se realizan con el deseo de ponerse en contacto con otras culturas y conocer más de su identidad.

*Cárdenas Fabio (2001)*, describe a este tipo de turismo como un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos.

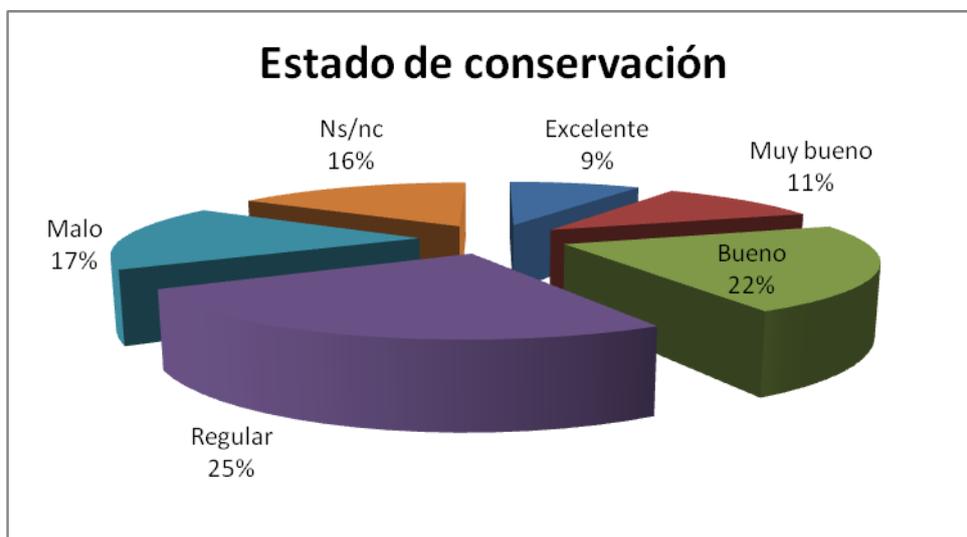
### **3. Estado de conservación de los atractivos naturales de la comunidad**

Cuadro N° 3.- Estado de conservación de los atractivos naturales.

<b>ESTADO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Excelente	25	9
Muy bueno	32	11
Bueno	62	22
Regular	70	25
Malo	49	17
Ns/nc	47	16
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

**Fuente: Estudio de Campo: Vallejo Carlos; Morales Claudio**

Gráfico N°3.- Estado de conservación de los atractivos naturales.



Se expone que el 25% considera que los atractivos se encuentran en un estado regular, el 22% en estado bueno, el 17% en mal estado, el 16% no contesta / no sabe; el 11% en estado muy bueno y el 9% excelente.

Se puede indicar que estos resultados son de trascendental importancia dado que el estado de conservación es un referente del proceso turístico que se lleva en la zona y de esta manera aplicar las medidas correctivas o fortalecedoras para que los atractivos mejoren su condición actual.

En este punto es claro que el tema de la gestión local y comunitaria es esencial, a nivel de programas y proyectos encaminados a la conservación y preservación de los recursos naturales; en si desarrollar actividades bajo términos sustentables.

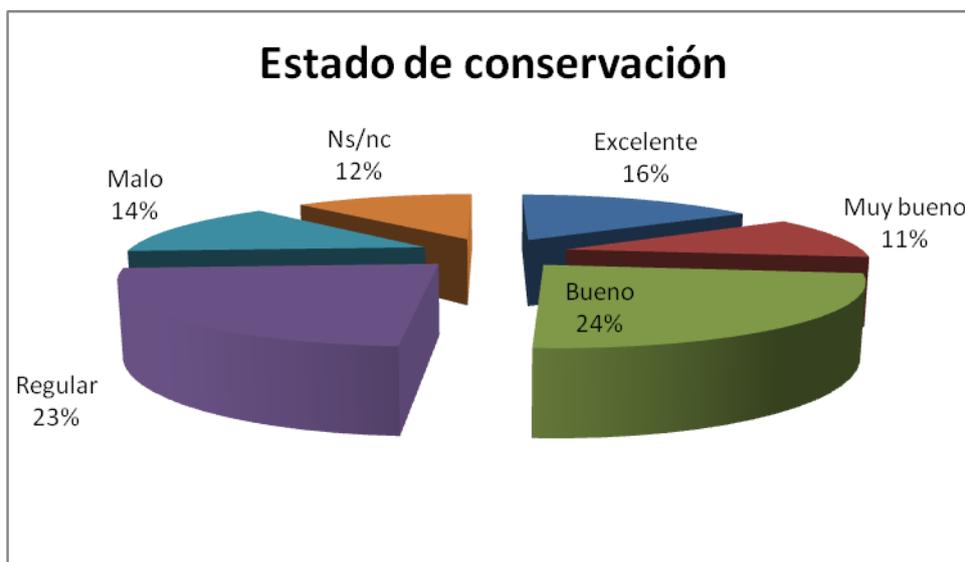
#### 4. Estado de conservación de los atractivos culturales de la comunidad

Cuadro N° 4.- Estado de conservación de los atractivos culturales

ESTADO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	45	16 %
Muy bueno	30	11 %
Bueno	69	24 %
Regular	65	23%
Malo	41	14 %
Ns/nc	35	12%
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Campo: Vallejo Carlos; Morales Claudio

Gráfico N° 4.- Estado de conservación de los atractivos culturales.



La información describe que el 25% considera que el estado de los atractivos es regular, el 24% que es bueno, el 16% excelente, el 14% malo, el 12% no contesta/no sabe y finalmente el 11% que los atractivos culturales se encuentran en estado muy bueno.

En este contexto se puede indicar que las comunidades indígenas y su máxima organización la UNORCAC desarrollan de manera conjunta programas enfocados a fortalecer la cultura local y por ende las manifestaciones como base del turismo; ya que hablar de turismo cultural implica; crear espacios de interacción donde los turistas y las comunidades puedan dialogar respecto del universo de significaciones y concepciones del mundo de la cultura a la cual se acercan, y de las perspectivas que sus mutuas diferencias hacen posibles.

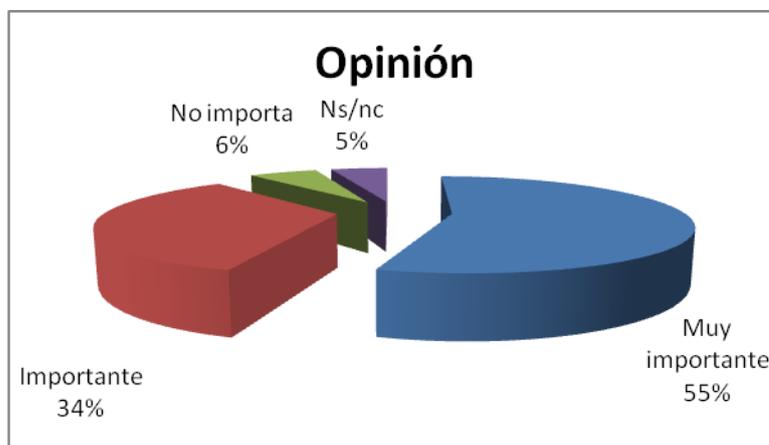
### 5. Grado de importancia que el turista da a la realización de inventarios turísticos.

Cuadro N° 5.- Grado de importancia que el turista da a la realización de inventarios turísticos.

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Muy importante	156	55
Importante	96	34
No importa	20	6
Ns/nc	13	5
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Campo: Vallejo Carlos; Morales Claudio

Gráfico N° 5.- Grado de importancia que el turista da a la realización de inventarios turísticos.



La información describe que el 55% considera que es muy importante tener un inventario de atractivos como guía referencial; el 34% que es importante, el 6% no lo considera importante y el 5% no sabe / no contesta.

Concerniente al tema de inventario de atractivos se puede indicar que es importante tener un registro guía para que el turista/ visitantes en si la sociedad tenga conocimiento de los recursos que tienen en su entorno, las características, el origen, estado de conservación; todas las características que lo identifican como un recurso y atractivo para la demanda que para *Cárdenas Fabio (2001)*, es el conjunto de servicios efectivamente solicitados por el consumidor. Abarca, por lo tanto, todas las características del consumidor presente, es decir, cubre el mercado actual.

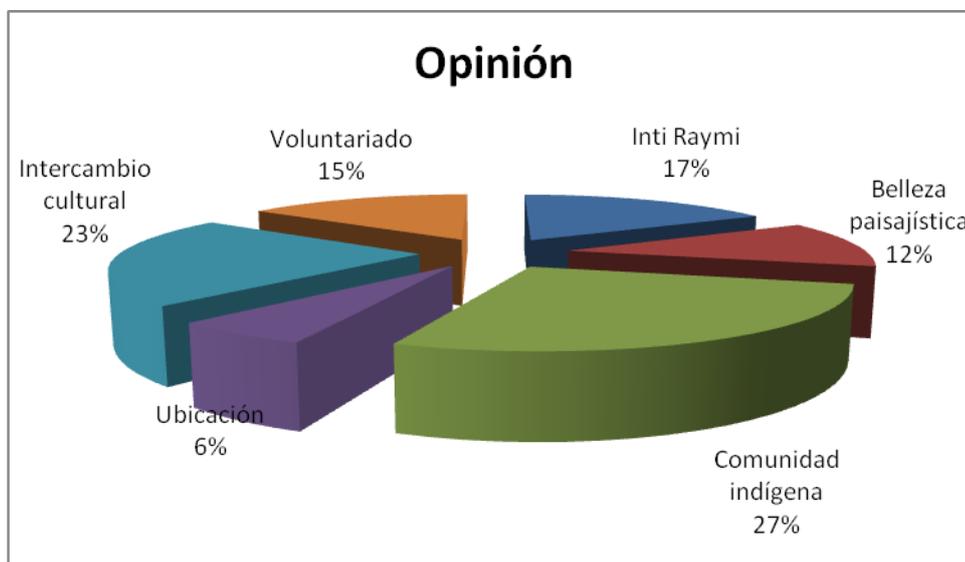
## 6. Atractivos que le motivaron a visitar la comunidad La Calera

Cuadro N° 6.- Atractivos que le motivaron a visitar la comunidad La Calera

<b>ATRACTIVO</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Inti Raymi	48	17
Belleza paisajística	33	12
Comunidad indígena	79	27
Ubicación	16	6
Intercambio cultural	67	23
Voluntariado	42	15
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio de Campo: Vallejo Carlos; Morales Claudio

Gráfico N° 6.- Atractivos que le motivaron a visitar la comunidad La Calera.



El cuadro y gráfico exponen que el 27% visitó la Calera por la presencia de una nacionalidad indígena, el 23% por experimentar un intercambio cultural, el 17% por la fiesta tradicional indígena del Inti Raymi en la que la comunidad indígena tiene su máxima expresión en el mes de Junio. El 15% por realizar voluntariado, el 12% por la belleza paisajística y el 6% por la ubicación.

En el tema de atractivos turísticos se puede mencionar que deben atravesar por un proceso de transformación para considerarse destinos turísticos que fortalezcan la oferta en si diversifican el mercado para una optimización de los recursos.

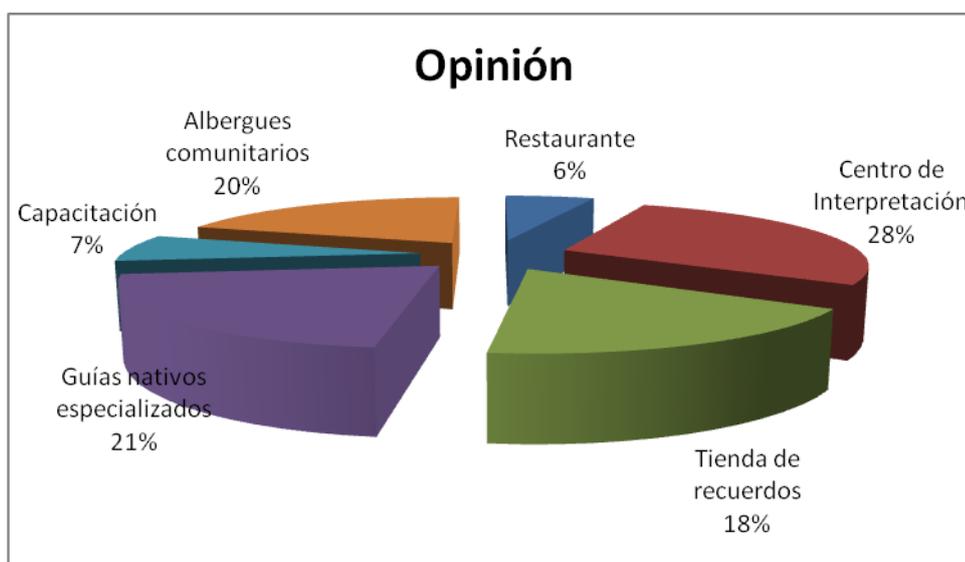
### **7. Servicios que el turista considera complementarios para la comunidad.**

Cuadro N° 7.- Servicios que el turista considera complementarios para la comunidad.

SERVICIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Restaurante	18	6%
Centro de Interpretación turística	80	28 %
Tienda de recuerdos	50	18 %
Guías nativos especializados	60	21%
Capacitación	19	7 %
Albergues comunitarios	58	20%
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>100 %</b>

Fuente: Estudio de Campo: Vallejo Carlos; Morales Claudio

Gráfico N° 7.- Servicios que el turista considera complementarios para la comunidad.



Se puede observar una variedad de criterios con respecto a los servicios que deben formar parte esencial de un producto turístico para la complacencia del visitante.

Es claro que el 28% ve la necesidad de la implementación de un centro de interpretación turística lo cual justifica el diseño de la propuesta a desarrollarse en el presente trabajo. El 21% manifestó la necesidad de guías de turismo, el 20% albergues comunitarios, el 18% una tienda de

recuerdos que podría representar una alternativa de integración y desarrollo comunitario para los artesanos que se involucren en la actividad.

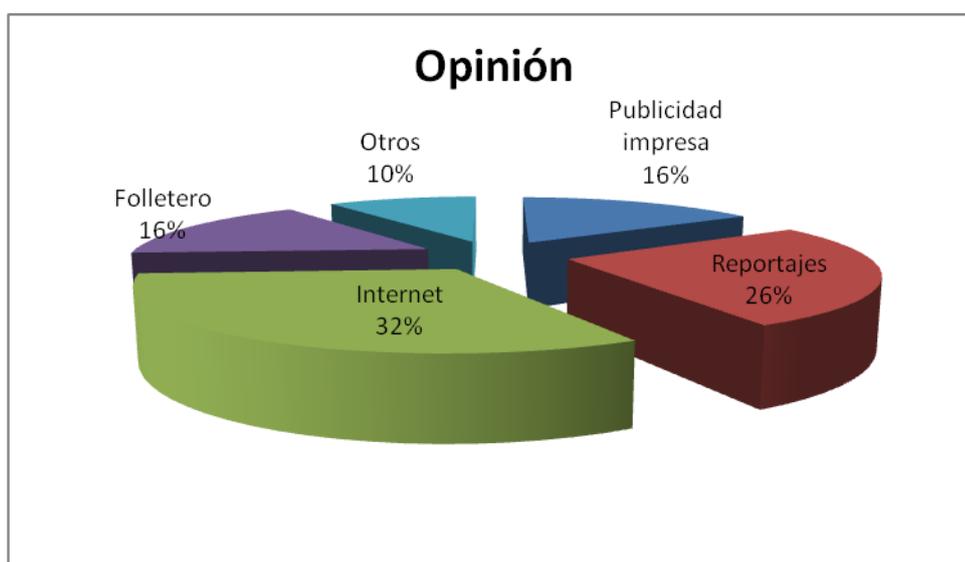
Las personas encuestas manifestaron otros requerimientos complementarios como, la presencia de un restaurante y capacitación, lo cual haría de la visita del turista una experiencia inolvidable.

### 8. Medios a través de los cuales considera el turista conoció los atractivos turísticos de la comunidad

Cuadro N° 8.- Medios a través de los cuales considera el turista conoció los atractivos turísticos de la comunidad

MEDIO	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Publicidad impresa	45	16
Reportajes	74	26
Internet	89	32
Folletero	47	16
Otros	30	10
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Gráfico N° 8.- Medios a través de los cuales considera el turista conoció los atractivos turísticos de la comunidad



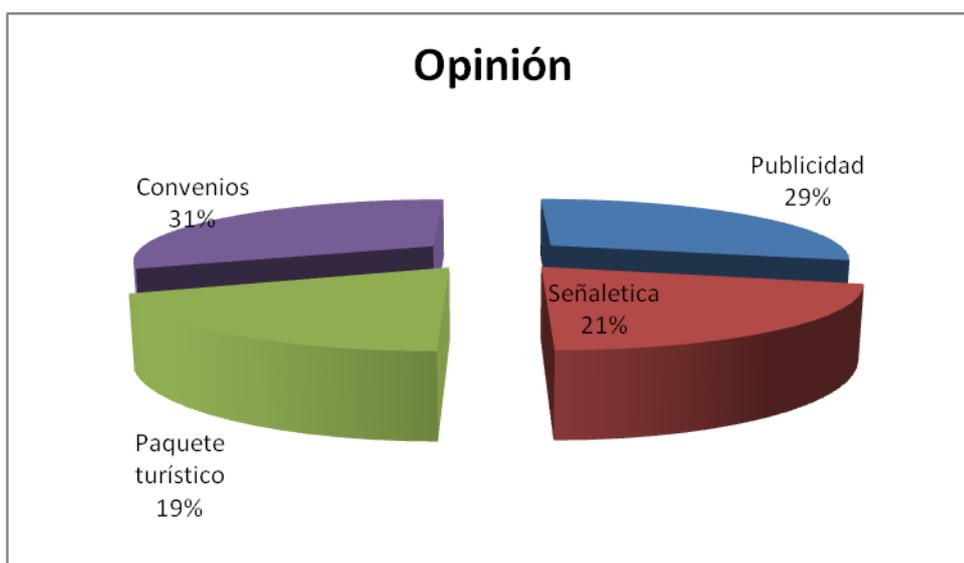
La información describe que el 32% se informo de los atractivos turísticos de la Calera a través del Internet, el 22% a través de reportajes, el 16% a través de publicidad impresa, un porcentaje similar a través de folletos y el 10% a través de otros medios como el conocido de boca en boca que dentro de las técnicas de publicidad es la mejor estrategia ya que no hay nada mejor que la comunicación personal de una buena experiencia.

### 9. Estrategias necesarias para mejorar la oferta turística de la comunidad

Cuadro N° 9.- Estrategias necesarias para mejorar la oferta turística de la comunidad

ESTRATEGIAS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Publicidad	84	29
Señalética	60	21
Paquete turístico	53	19
Convenios	88	31
<b>TOTAL</b>	<b>285</b>	<b>100%</b>

Cuadro N° 9.- Estrategias necesarias para mejorar la oferta turística de la comunidad



En este contexto se describe que el 29% considera que se debe implementar publicidad para la promoción de los atractivos, el 31% considera que es importante gestionar convenios con el gobierno local, y los ministerios pertinentes en este caso el de turismo para que desarrolle talleres de capacitación para motivar a la comunidad a integrarse a esta actividad, el 19% considera que la mejor estrategia es diseñar un paquete turístico temático con diversidad de productos y servicios que motiven al turista en si al pueblo de Cotacachi y de la provincia de Imbabura a participar , informase y disfrutar de la diversidad natural y cultural que tiene esta comunidad.

## RESUMEN DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS

### Comunidad La Calera

La comunidad La Calera se encuentra asentada a 2300 m.s.n.m. y se constituye en su mayoría por un asentamiento indígena cuya descendencia prevalece de las comunidades Otavaleñas de Carabuela y Peguche.

La comunidad se encuentra bajo la jurisdicción de la parroquia Urbana San Francisco, se ubica a 3Km del centro de la ciudad de Cotacachi. Tiene una población aproximada de 300 familias y 1400 personas de acuerdo al registro que mantiene el Cabildo.

#### **a) Organización Comunitaria: la máxima autoridad es el cabildo integrado por:**

- Presidente
- Vicepresidente
- Tesorero
- Secretario
- 4 vocales

#### **b) Organizaciones Presentes**

Como comunidad indígena forman parte de la UNORCAC (Unión de Organizaciones Campesinas e Indígenas de Cotacachi); institución encargada de la gestión de proyectos a nivel social, comunitario, educativo, productivo y principalmente cultural de las comunidades que la integran.

En la comunidad existen alrededor de diez organizaciones entre las que se menciona:

- Jatarishun
- Sisa Pakari
- Inti Pakari
- Muyu Sara

### **c) Manifestaciones Culturales**

Como asentamiento indígena la cultura es su máxima expresión se refleja en la diversidad de costumbres y tradiciones a nivel comunitario y familiar.

Entre las tradiciones más relevantes; más no por la importancia sino por la permanencia y continuación se menciona:

- **Yachas**

La presencia de Yachaks es evidente en la comunidad pero al momento solo existen cuatro. Los Yachaks representan la sabiduría de la comunidad por los conocimientos y la experiencia que han adquirido, gozan del respeto y aprecio de los comuneros.

Curamos enfermedades referidas a las energías negativas del ser humano que afecta no solo al espíritu; sino al cuerpo y a su entorno.  
*José Marñia Maigua (Yachak )*

Utilizan plantas medicinales que se encuentra fácilmente en su entorno:

- **Eucalipto:** para armonizar
- **Marco:** absorber la mala energía

- **Romero:** transmisor de buena energía
- **Chilca:** ahuyentar malas energías

La participación del Yachak es muy importante en la celebración del Inti Raymi (Fiesta del Sol), ya que es el líder de la ceremonia del baño ritual en el que el espíritu se renueva de energía positiva para el nuevo año agrícola.

La noche del 22 de Junio realiza la ceremonia en las vertientes de **TUN TUN y PILABICI**, cercanas a la comunidad; se aproxima a las vertientes con trago, velas y ortiga pidiendo armonizar a la Pachamama, luego los danzantes se bañan como ritual de transformación energética.

- **Medicina Natural (Uso de plantas medicinales)**

Referente a plantas medicinales se utilizan:

<b>NOMBRE DE LA PLANTA</b>	<b>USOS Y APLICACIONES</b>
Manzanilla	Infusión para el dolor de estomago Irritación de los ojos
Cedrón	Dolor de estomago Té para el frió
Linaza	Purgante Desintoxicarte Diurético
Llantén	Infusión para los riñones
Cola de caballo	Diurética Quemar grasa
Menta	Cólico estomacal Mal aliento
Ruda	Mal aire (energía negativa)
Orégano	Dolor de estomago
Izo	Tos desinfectante

Marco	Desinfectante Mal viento
Mático	Curar heridas Desinfectante
Lengua de vaca	Desinfectante Desinflama torio
Borraja	Resfrío en niños
Cachi cerraja	Colerín
Taraxaco	Infusión para los riñones e hígado.
Toronjil	Colerín Nervios

### Preparaciones para diferentes enfermedades:

- **Para el dolor de estomago:** realizar una infusión de Palkumikuna con cebolla.
- **Para la gripe:** Infusión de borraja con tilo; hervir leche con ajo.
- **Para la diarrea con sangre:** realizar una infusión de la semilla del Chulco.
- **Para la mal de orina:** infusión de caza marucha.
- **Para el cansancio:** hacer vaporizaciones de romero, pino y eucalipto, y luego pasar un paño de agua frio por el cuerpo.

- **Matrimonio**

El matrimonio por llamarlo así es una de las manifestaciones que aún se conservan y conllevan a una serie de actividades que comprueba el amor de la nueva pareja a unirse.

**Pedida de la mano:** El novio habla con los padres la decisión y con ellos visita la casa de los padres de la novia con una cubeta de huevos y

trago para fijar una fecha de pedida formal con la presencia de los familiares.

**Pedida de la mano formal:** el novio acude a la casa de la novia con sus padres, para lo que la novia deberá preparar alimentos y esperarlos.

El novio llega a la casa se para en la puerta y en símbolo de respeto grita **“Vengo por mi mujer”**, mientras tanto la novia permanece escondida; los padres le conducen hasta donde los visitantes y dialogan si están dispuestos a aceptarse como son, a no pelear y a vivir bien para que se pueda efectuar el matrimonio.

**Ofrendas y regalos:** el novio debe llevar regalos a la familia y a su futura esposa, generalmente los regalos son:

- Canastas de pan
- Canastas de plátanos
- Canastas de fruta
- 12 gallinas vivas
- 12 cuyes vivos
- 3 medianos con cuyes
- 10 qq de papas.
- 2 pomas de 20 litros de puntas
- 5 jvas de cola
- 8 jvas de cerveza
- Bandeja de papas con medio pollo asado con un cuy y una canastita de frutas. (solo para la novia).

**Padrinos:** son elegidos por el novio y son quienes compran los trajes de los novios para la celebración.

**Ñaupadores (sucesores):** son elegidos por la novia y su regalo debe ser los utencillos para la cocina.

**Alcaldes:** son elegidos por los Ñaupadores y son sus sucesores en caso de que algo suceda. Obsequian la ropa para el segundo día de fiesta.

**Boda:** luego de la ceremonia se lleva a cabo la fiesta. El primer día es en la casa del novio y el segundo en la casa de la novia.

**Lavado de cara:** el segundo día en la casa de la novia se realiza el lavado de cara con la presencia de los Ñaupadores y con música de arpa.

- **Bautizo**

Los padres visitan la casa de los futuros padrinos con una java de cerveza, un mediano y una canasta de frutas para pedir que sea el padrino de su hijo.

El día del bautizo la hija mayor de los padrinos y de no haber se delega a otra persona, debe ir a traer al niño a la casa para vestirle y llevarle cargado en la espalda hasta la iglesia.

Los padres deben esperar en la iglesia a que lleguen los padrinos quienes obsequiaran ropa nueva para la celebración y para el ahijado dos paradas nuevas de ropa.

Como símbolo de reciprocidad los padres dan a los padrinos un mediano, frutas y una java de cerveza para el padrino y una java de cola para la madrina.

Cabe indicar que antiguamente en vez de la cola y la cerveza se entregaba chicha de jora.

- **Velorio de Niños y Adolescentes**

En los velorios de niños y adolescentes es tradicional que la gente participe en el juego del maíz quemado.

*Baile del fandango:* consiste en que los padres, padrinos y acompañantes bailan con un conjunto folklórico pidiendo a Dios que el espíritu del difunto llegue bien a la otra vida.

- **Fiestas tradicionales**

***Tarpuy Raymi (Fiesta de la siembra)***

Se celebra del 21 al 24 de septiembre generalmente debe coincidir con un fin de semana.

**Viernes:** presentación de comparsas de cada una de las organizaciones presentes en la comunidad, para lo que cada una presentará a su candidata para las dignidades que se eligen:

- Alpa Ñusta: Reina de la Tierra
- Yaku Ñusta: Reina de la Chicha
- Waira Ñusta: Reina del Viento

**Sábado:** Entrega de rama de gallos de los priostes a las Ñustas salientes.

**Domingo:** elección de la organización que será el nuevo prioste para el siguiente año. Se elige a través del maíz negro que consiste en 10 maíces de los cuales uno debe estar quemado y quien acierta entre los representantes es el nuevo prioste.

**Lunes:** Gallo Mikuy con los nuevos prisotes.

- **Juegos Tradicionales**

Entre los juegos tradicionales se destacan:

- El trompo
- Las Tortas
- Maíz quemado

El **juego del maíz** quemado consiste en sustituir los seis lados de un dado por seis maíces; se forman dos grupos de tres personas, cada grupo tiene un capitán que no participa en el juego pero es quien recibe los maíces del grupo contrario.

A cada jugador se le entrega 40 granos de maíz y el grupo perdedor debe realizar la siguiente penitencia: a cada miembro del grupo se le amarra el pie a la cabeza y debe caminar así hasta la cocina y pedir cosas en el siguiente orden:

- Primero: comida
- Segundo: Trago
- Tercero: cigarrillos.

- **Vestimenta**

La vestimenta es similar a la de Otavalo por ser descendientes de las comunidades de Carabuela y Peguche.

- La mujer utiliza: Anaco, fachalina, blusa, gualcas y alpargates.
- El hombre: pantalón blanco y camisa blanca; poncho azul, sombrero negro y alpargates.

- **Gastronomía típica**

El maíz es el ingrediente principal para la mayoría de los platos que se preparan.

- Colada de maíz
- Pan de maíz
- Colada de churos
- Colada de haba con mote y un pedazo de cuy
- Cuy asado con mote y papas
- Caldo de gallina de campo
- Tortillas de tiesto (casi solo la tercera edad)
- Leche con tostado de tiesto
- Chugllotandas
- Berro con papas

**d) Artesanía**

La artesanía se caracteriza por la elaboración de sacos, ponchos y bufandas de lana de manera manual y la elaboración de bisutería.

**e) Instrumentos musicales**

Los comuneros aprenden a tocar instrumentos desde pequeños; la quena, rondín, churo, guitarra el arpa que solo es para ocasiones especiales como matrimonios.

**f) Recursos Naturales**

Entre los recursos naturales se puede mencionar:

**Vertiente de Tun Tun;** se ubica en las límites de la comunidad, lleva este nombre por el sonido que produce el agua al salir de la tierra. Es considerado un sitio ceremonial donde se realiza el baño ritual en el Inti Raymi.

**Vertiente de Pilabici:** se ubica en el camino de Quiroga a Otavalo y de igual manera es considerado un sitio ceremonial para el baño del Inti Raymi.

**Río Pichabi:** se origina en el sector de Quiroga y se puede realizar caminatas y campamentos ya que está rodeado por extensos potreros.

## **CAPITULO V**

### **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **5.1. CONCLUSIONES**

De acuerdo a la investigación realizada en la comunidad La Calera se puede determinar conclusiones que representan el resultado de la investigación y recomendaciones para desarrollar una propuesta como alternativa de solución.

1.- La comunidad La Calera goza de una variedad de atractivos naturales y culturales que constituyen la base para generar propuestas encaminadas a la integración comunitaria, desarrollo turístico y mejoramiento de la calidad de vida.

2.- La diversidad de atractivos culturales se refleja en la gama de costumbres que forman parte de la cotidianidad de esta comunidad indígena, se destaca la medicina tradicional, la presencia de Yachas y varias tradiciones.

3.- Referente a atractivos naturales se menciona dos vertientes considerados sitios sagrados energéticos; así como la presencia de un río.

4.- Los turistas consideran que los atractivos se encuentran en un estado regular por lo que es necesario la generación de propuestas con enfoque de recuperación y conservación, integración y desarrollo comunitario.

5.- Al momento de la investigación los turistas manifestaron conocer muchos de los atractivos y consideran que es importante fortalecer e innovar la oferta turística local.

6.- De acuerdo a la opinión de los turistas la mejor estrategia para implementarse en la comunidad es el diseño de un Centro de Interpretación turística de los atractivos Naturales y Culturales.

## **5.2. RECOMENDACIONES**

1.- El Cabildo debe gestionar convenios con las escuelas de turismo a nivel provincial para que se fortalezca la investigación de atractivos con el fin de promover el desarrollo y la gestión de proyectos.

2.- Gestionar al gobierno Municipal de Cotacachi el apoyo económico para desarrollar la propuesta de manera eficaz involucrando el proceso a la comunidad.

3.- EL gobierno local debe gestionar capacitaciones al Ministerio de turismo a nivel de guías nativos para que se fortalezca los conocimientos de manera técnica y los comuneros puedan encontrar en ello una motivación e involucrarse en el turismo.

## CAPITULO VI

### 6. PROPUESTA ALTERNATIVA

#### 6.1. Título de la Propuesta

Centro de Interpretación Ambiental y Turística RUNA KAWSAY

#### 6.2. Justificación e Importancia

Este centro de interpretación y difusión turística es dedicado a aquella actividad turística sujeta a la sustentabilidad de sus recursos, la importancia de ello es de dar a conocer los atractivos turísticos naturales y culturales actualizados de una forma amena y organizada, creando una libre explotación de los recursos turísticos que conlleve el turismo sostenible.

Esta es una oportunidad para hacer conocer los sitios turísticos naturales y las manifestaciones culturales que son las raíces de la comunidad además ayudan a retomar aquellas tradiciones y costumbres que se estaba perdiendo. Ayudara también a la conservación de los recursos turísticos naturales.

El motivo de la realización de este centro de información es brindar el bienestar a los pobladores mediante el uso de sus propios recursos que sean valorados su cultura, sus tradiciones, sus costumbres entre otros que viene a ser el producto de sustentación económica y como una fuente nueva de trabajo ya que los comuneros serán los guías y comunicadores de su propia cultura.

Además se demuestra facilidad para con los turista que optan por buscar mejores líneas de oferta turística y que sea tan organizada para su mejor estadía en los lugares que visita, de tal manera que benefician tanto a los turistas y las familias porque fortalece la cultura, las costumbres y sus tradiciones.

Otro de los beneficios es generar la mayor afluencia turística mediante la difusión de los atractivos de la comunidad con materiales publicitarios los mismos ayudara al turista a orientarse y planear mejor su estadía en la comunidad. Este centro a la vez creara fuente de trabajo para los pobladores y beneficiara a la población sea directa e indirectamente.

Las razones por cual se plantea la propuesta son para dar a conocer los sitios turísticos naturales y culturales de la comunidad, también es un motivo para dar solución al desconocimiento de la existencia de los atractivos, dedicado al enriquecimiento de la información hacia los interesados y que trabajan en el desarrollo turístico.

### **6.3. Fundamentación**

**Ámbito educativo.-** Es el enriquecimiento de la raíces culturales y concienciación ambiental que proporciona un desarrollo educativo que viene a formar parte del equilibrio natural y cultural en donde los participantes serán los mismos pobladores y también los propios visitantes o turistas conocerán de cerca las manifestaciones culturales que se celebra en las diferentes fechas y situaciones específicas. La situación última es de dar a conocer mediante este centro las actividades que se desarrolla dentro de la comunidad.

**Ámbito Social.-** La convivencia entre las familias extranjeras y las familias nativas conlleva al crecimiento del nuevo turismo denominado turismo comunitario y que la expresión cultural ha sido un ente comunicador para difundir las diferentes manifestaciones culturales que se celebra dentro de la comunidad y esto generado su impacto social hacia los interesados por visitar mediante la difusión de la riqueza cultural y natural.

**Ámbito Tecnológico:** Se aprecia que la tecnología es un medio que ayuda a la difusión. Lo cual en el campo turístico y aprovechado de una buena manera es un generador de ingresos económicos para la comunidad y tal motivo resulta útil y satisfactorio para la publicidad correspondiente de este centro de interpretación y que por su grado de importancia se aplica para tener mayor afluencia de turistas. Sus medios de publicidad son televisión, radio, Internet, celulares, entre otros.

**Ámbito Ecológico.-** El criterio de conservación de los atractivos turísticos naturales es una base para desarrollo turístico sustentable. Se destaca que la naturaleza no es solo el producto turístico, la experiencia en la naturaleza y los servicios asociados combinados constituyen el producto que es introducido en el mercado, por lo tanto, el turismo de naturaleza requiere una buena planificación y servicios de alta profesionalidad, para evitar los efectos adversos sobre el ambiente ya que el turismo en áreas naturales como cual quiera otro actividad puede generar impactos negativos.

**Ámbito Turístico.-** Este centro de interpretación es un medio planificador de turismo que permite la mayor apertura de las opciones del producto hacia el consumidor y propone crear la mejor atención a los visitantes, aquí se puede apreciar los diferentes servicios y paquetes turísticos conjuntamente con los atractivos turísticos naturales, por lo

mismo el turista debe estar lo suficientemente informado del lugar donde desea llegar. Los atractivos turísticos naturales y sus manifestaciones culturales es determinante en el desarrollo del turismo la cual debe contener información detallada y concreta sea su origen, localización, historia, leyendas, accesos entre otros.

**Ámbito Psicológico.-** En esta fundamentación se determina el cambio de actitud y la forma de ver y hacer el turismo dentro de la comunidad donde los actores y guías en las actividades del diario vivir y los visitantes indicara su grado aceptación o no aceptación que tiene la visita hasta este el lugar. Por lo tanto no pasa desapercibido el aspecto psicológico porque la motivación y el interés despiertan de parte de cada persona quienes sabrán manifestar si es bueno o malo. Frente a todo esto se espera que las reacciones, comportamientos entre otros sean favorables al desarrollo sustentable del turismo por lo tanto este centro ayudara a difundir los valores culturales y naturales hacia la población y todos los que visitan esta comunidad.

#### **6.4. OBJETIVOS**

##### **6.4.1.- GENERAL**

Implementar un Centro de Información Turística con enfoque educativo como estrategia de innovación y fortalecimiento turístico local.

##### **6.4.2.- ESPECÍFICOS**

- Diseñar el centro de información turística de los atractivos naturales y culturales de la comunidad.

- Organizar la información por secciones caracterizando el diseño por sección de manera independiente.

### **6.5. Ubicación sectorial y física**

La presente propuesta se implementará en la siguiente ubicación geográfica.

- País: Ecuador
- Región: Sierra Norte
- Provincia: Imbabura
- Cantón: Cotacachi
- Barrio: San Francisco
- Comunidad: La Calera

### **6.6. Desarrollo de la Propuesta**

La propuesta consiste en diseñar un centro de interpretación turística donde se pueda destacar los valores culturales y naturales de la comunidad y de los mismos recursos obtener un producto turístico.

El motivo del desarrollo de la propuesta es generar el alto grado de conocimiento a los visitantes y pobladores de la comunidad sea en concienciación ambiental, iniciativas culturales y turismo que determine el desarrollo sustentable.

Siendo la comunidad con riqueza de cultura y naturaleza y que la propia o propio persona del lugar lo desconoce motivo suficiente para crea este centro como ayuda para el rescate y conservación ambiental y cultural.

La comunidad goza de sus manifestaciones culturales y la naturaleza que busca el bienestar económico mediante el uso sustentable

de sus recursos, iniciativa que es muy bien vista por todo lo pobladores y todo lo beneficiados. Según esto también el recurso humano y la concienciación ambiental son los beneficios esperados tanto del la población y los turistas.

#### **6.6.1. NOMBRE DEL CENTRO DE INFORMACIÓN**



CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL Y  
TURISTICA  
RUNA KAWSAY

El nombre RUNA KAWSAY se identifica con la cultura que caracteriza a su gente que se desarrolla en el cotidiano vivir: **VIVENCIA INDIGENA**

#### **6.6.2. ESTRUCTURA DEL CENTRO DE INTERPRETACION TURISTICA**

El centro de Información turística estará estructurado de la siguiente manera:

##### **6.6.2.1. BREVE INTRODUCCION**

Determinamos la importancia del centro de interpretación donde se aspira inculcar y proponer los valores culturales y naturales de allí que sea una fuente informativa de todos los recursos naturales y culturales que encierra la comunidad.

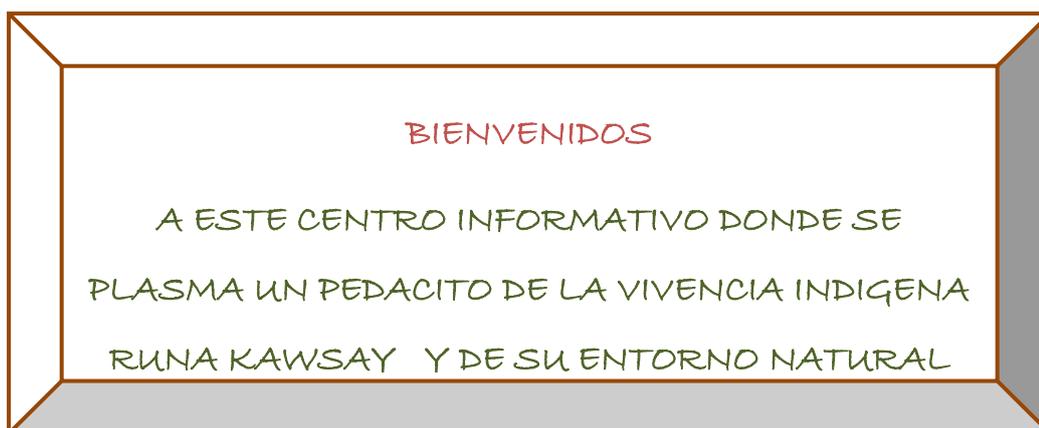
El fortalecimiento socio económico ambiental y cultural es y será gracias a las riquezas turísticas que la comunidad posee, en fin la situación turística es gran medio para la sustentación de las familias nativas del lugar y su expresión cultural les hace de gran importancia para la oferta del producto turístico.

Cabe recalcar que la gran biodiversidad y los conocimientos ancestrales son predominantes para el desarrollo económico turístico y es donde los actores interactúan y eso es el beneficio de la población y sin olvidar que todo debe ser parte del desarrollo sostenible.

Este centro de información turística proveerá de materiales disponibles para la correcta divulgación de todos los atractivos de la zona y también de sus alrededores todo el material que contendrá en un sentido pedagógico que garantice la información apropiada, detallada y sus interesados.

#### a) Rótulo de Bienvenida

En el contexto de introducción se implementara un letrero:



- Se construirá en madera de 1.50 mts de ancho y 80cm de alto conservando el color natural

- El texto “Bienvenidos” en mayúsculas, en alto relieve de 20cm de alto y 10 cm de ancho, de color tomate
- El letrero ira sujetado a la pared al ingreso del Centro.

#### **6.6.2.2. CUERPO**

Está conformado por información oportuna y detallada para generar expectativa al visitantes donde se provee que lo servicios de información sean especializados. Se utilizara materiales didácticos para la correcta difusión en los diferentes medios de comunicación. Informativo para los visitantes que detalle los diferentes atractivos turísticos de la zona.

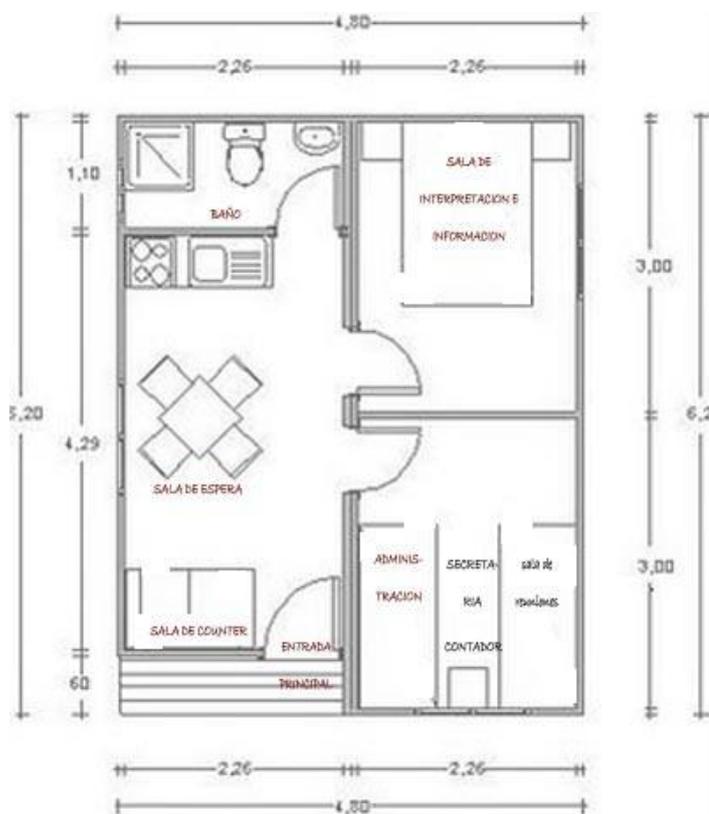
En este contexto se puede definir una sala dividida en dos secciones; la primera para los atractivos culturales y la segunda para la exposición de los atractivos culturales.

#### **6.6.3. DISEÑO CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL Y TURISTICA DE LA COMUNIDAD LA CALERA**



### 6.6.3.1. ESTUDIO TECNICO DE LA INFRAESTRUCTURA

#### a) Plano del centro de interpretación ambiental y turística



#### b) Distribución de salas

- Administración
- Secretaria
- Sala de reuniones
- Counter
- Sala de interpretación turística

#### c) Sala de Manifestaciones Culturales

Se construirá un panel por cada manifestación:

## **MEDICINA TRACIONAL UN REGALO DE LA MADRE TIERRA**



Se detallara el valor medicinal de cada planta con fotografías de cada planta.

Los paneles mantendrán una misma línea de diseño:

- Se construirá en madera barnizado con laca para mantenerla.
- El texto irá en letras color verde oscuro
- El título en mayúsculas de 20cm de alto y 10 cm de ancho
- La medida del panel será de 0.90 cm de ancho por 1.20 mt de alto.
- Estará sujetado a la pared por sogas de colores

### **Panel de Costumbres y tradiciones**

#### **Costumbres y tradiciones de un Pueblo de Herencia Ancestral**



## Panel de la Gastronomía Típica

### Sabores de Antaño



## Panel de la Vestimenta Tradicional

### Vestimenta del diario vivir



## Panel de los instrumentos musicales

### Sonidos de la vida



## Panel de los atractivos naturales

### Vertientes de energía



Determinamos al final de la visita a este centro de información turística, lo siguiente:

Se agradece a todos los visitantes y esperamos su pronto retorno a este humilde comunidad La Calera.

## 6.7. IMAGEN CORPORATIVA Y MATERIAL PUBLICITARIO

### 6.7.1. SLOGAN

#### 6.7.1.1. Objetivo

Más que todo el planteamiento de este slogan tiene como finalidad el desarrollo sustentable de los recursos naturales y culturales. También es tratar de familiarizar con la conservación de su cultura y su área ecológica.

## DESARROLLO CON IDENTIDAD, NATURALEZA, CULTURA Y SUSTENTABILIDAD

### 6.8 LOGOTIPO

#### 6.8.1. OBJETIVO

Determinar la riqueza del pueblo en sus manifestaciones culturales y naturaleza.



#### 6.7.2. ACCESO AL CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL Y TURISTICA RUNA KAWSAY.

- **Quito-Otavalo-Quiroga**
- Transporte publico
- Acceso a la comunidad
  
- **Quito- Otavalo- cotacachi**
- Transporte publico
- Acceso a la comunidad
  
- **Cotacachi – La Calera**

- Transporte privado (taxis, camionetas, furgonetas).

### **6.7.3. HORARIO DE ATENCION**

LUNES A SABADO 9H00 am a 18h00pm  
DOMINGOS Y FESTIVOS Atención de medio día

### **6.7.4. PUBLICO**

Dirigido para toda tipología de turistas y el propósito del centro es crear la mayor afluencia de visitantes. Los métodos para ganar mercado y como medio de difusión utilizaremos talleres, eventos anuales, actividades encaminadas a la conservación entre otros.

#### **6.7.4.1. CLASIFICACION DEL PÚBLICO**

El mercado a donde se requiere llegar según el potencial turista son:

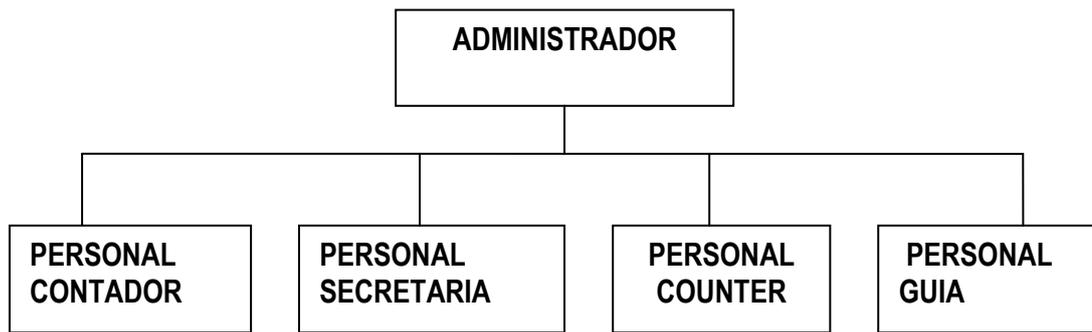
- Internacionales
- Nacionales
- Regionales
- Locales

Y según su edad tenemos:

- Niños
- Adolescentes
- Adultos
- Público en general

### **6.7.5. ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN**

#### **ORGANIGRAMA**



### 6.7.5.1. MANUAL DE FUNCIONES

- **Cargo: Administrador**

Esta función es precisamente para el personal debidamente preparado y actualizado, capaz de organizar y coordinar en todo momento sus actividades además debe tener un alto grado de responsabilidad ya que es quien organiza, y dirige y controla todas las actividades a realizarse en el centro de interpretación, transmite liderazgo y valores éticos –morales manteniendo un excelente ambiente laboral dentro del centro.

- **Funciones y responsabilidades**

1. Capacitación dirigida y control del personal.
2. Evaluación del rendimiento de los empleados
3. Organizar, designar las funciones de los empleados.
4. Mantener contacto con empresas afines para su promoción y difusión
5. Promocionar el centro de información especializado en cultura a establecimientos educativos a nivel cantonal, provincial y nacional.

- **Perfil del cargo**

- Título de licenciado o ingeniero en administración de empresas.
- Licenciado o ingeniero en ecoturismo o gestión turística.
- Experiencia laboral un año en empresas afines al turismo.
- Tener facilidad de palabra, vocación, orientación, buenas relaciones públicas, actitud de servicio, paciencia, amabilidad, comprensión, capacidad de decisión, capacidad de liderazgo, creativo e imaginativo y simpatía.

- **Cargo: Contador**

El cargo requiere personal con conocimientos de contabilidad y tributaria ya que se encarga de registrar, analizar y evaluar las transacciones diarias que se realiza dentro y fuera de ella ya que el motivo es llevar la contabilidad a cabalidad.

**Funciones y responsabilidades**

- Lleva un libro diario de todas las transacciones que se realice en el centro.
- Presentar un informe mensual al administrador de gastos e ingresos.
- Realizar los balances necesarios cada fin de periodo contable.
- Realizar las declaraciones de impuestos.

**Perfil del cargo:**

- Tener título de contador autorizado.
- Experiencia laboral.
- Género masculino o femenino
- Edad entre los 25 y 40 años.
- Conocimientos de computación
- Valores éticos y morales

**Cargo: Secretaria**

Se requiere conocimientos teóricos y prácticos, en cuanto se refiere a la asistencia administrativa del centro de información, con conocimiento de la realidad nacional.

### **Funciones y responsabilidades**

- Redacción, elaboración y despacho de documentos y certificados
- Recepción de llamadas telefónicas
- Elaboración de convocatorias
- Asistente del administrador

### **Perfil del cargo**

- Profesional con título en secretariado Bilingüe
- Experiencia mínima de un año
- Edad entre los 23 y 30
- Buena presencia
- Genero femenino
- Conocimientos de turismo y realidad nacional
- Valores éticos y morales.
- Conocimientos en computación.

### **Nombre del cargo: Counter**

Se requiere con conocimientos teóricos y prácticos del área y la realidad nacional para transmitir la información hacia el público, nos ayudará con atención al cliente del centro de interpretación.

### **Funciones y Responsabilidades**

- Brindar información respectiva al cliente y demostrar la importancia de cada uno de los lugares que visita el turista.
- Organizar la teoría para presentación respectiva a los turistas y facilitador de trípticos e informativos.

**Perfil del cargo**

- Profesional de turismo; licenciado o Ingeniero
- Edad entre los 22 a 35 años
- Conocimientos de turismo.
- Valores éticos y morales
- Conocimientos de computación
- Experiencia en el área

**Nombre del cargo: Guía**

Este cargo requiere de gran conocimiento de las manifestaciones culturales y los recursos naturales, así como también de una gran habilidad para relacionarse con las personas, ya que esta permanente en contacto con los turistas de diferentes criterios, culturas y exigencias. Debe tener un buen sentido del humor y ser amistoso.

**Funciones y responsabilidades:**

- Llevar un registro de visitantes, con la fecha de visitante, el nombre del visitante y el origen del mismo.
- Actualizarse la información que se va a brindar a los turistas.
- Guía para excursiones y visitas a las familias.
- Guiar y organizar a los visitantes,

**Perfil del cargo**

- Tener título de tecnólogo o licenciado en turismo.
- Tener licencia de guía nativo o nacional
- Experiencia en guianza de grupos.
- Dominio de idioma inglés.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Edad entre 20 y 36 años.

## **PROMOCION Y PUBLICIDAD TURISTICA**

- **PROMOCION**

La promoción es una de las herramientas muy importantes que permite crear mayor afluencia de los turistas hacia el lugar, lo cual es un medio para realizar las ventas a corto y largo plazo. Se debe contar con el plan de marketing para la promoción correspondiente.

- **PUBLICIDAD**

La publicidad se debe realizar mediante esta misma organización o buscar auspicios que ayuden a la mejor oferta y atraer posibles compradores.

- **DIFUSION**

Esto se lo hará en los diferentes medios publicitarios utilizando trípticos, radios, televisión, entre otros.

También se realizara la promoción mediante la creación de una pagina Web, en la que se promocionara, el centro mediante fotografías y difusión de video clips, que resalten el propósito y la diversidad de culturas, costumbres, vestimenta, leyendas entre otros .con los que cuenta nuestra ciudad de Cotacachi.

### **CENTRO DE INTEPRETACION AMBIENTAL Y TURISTICA”**



**INVITAMOS A VISITAR NUESTRO PATRIMONIO CULTURAL  
Y NATURAL, NO TE LO PIERDAS.**

- **TRIPTICOS**

La difusión utilizando el tríptico es muy beneficiosa que ayudara a la promoción para todo el público en general y permite tener una expectativa al receptor lo cual puede generar el interés de una visita próxima al lugar de la propuesta, por su fácil manipulación es adaptado a cualquier necesidad.

Su elaboración papel fino de mayor calidad.

Puede ser horizontal o vertical.

- **COSTOS**

Formato A, 4 costo X unidad dos dólares.

Según su conveniencia y finalidad para obtener su mayor fuerza e impacto.



- **PRESUPUESTO**

<b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>		<b>COSTOS DE PUBLICACIÓN</b>
TELEVISIÓN	TVN CANAL UTV CANAL	ANUNCIO 20USD.
RADIO	CANELA RADIO ILUMAN	CUÑA X MES 270,00 USD.
PRENSA ESCRITA	DIARIO "EL COMERCIO"	30,00 USD.
<b>TOTAL</b>		<b>320,00 USD.</b>

### **MEDIOS DE DIFUSIÓN**

#### **HOJA VOLANTE**

Esta hoja volante será informante del centro ya que es necesario divulgar la información de La comunidad la Calera, se busca generar la mayor afluencia de visitantes.

#### **Dimensiones**

Cinco centímetros X diez centímetros.

#### **Costo**

50 = 10 dólares.



### **HOJA MEMBRETADA**

Se utilizara para la realización de oficios, certificados, entre otros. Lleva el logotipo del Centro de interpretación y difusión turística.

**CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL Y  
TURISTICA  
"RUNA KAWSAY"**



**DIRECCION:** Comunidad La Calera- Cotacachi      **Telf.:** 2962 244/ 095380773

**ATENCION:** lunes a sábado 9H00 am a 18h00pm

Domingos y festivos Atención de medio día

**EMAIL:** [klauscel@live.com](mailto:klauscel@live.com) / [runakawsay@hotmail.com](mailto:runakawsay@hotmail.com)

## **GIGANTOGRAFIA**

Se utilizara para llamar la atención de nuestros potenciales clientes o turistas.

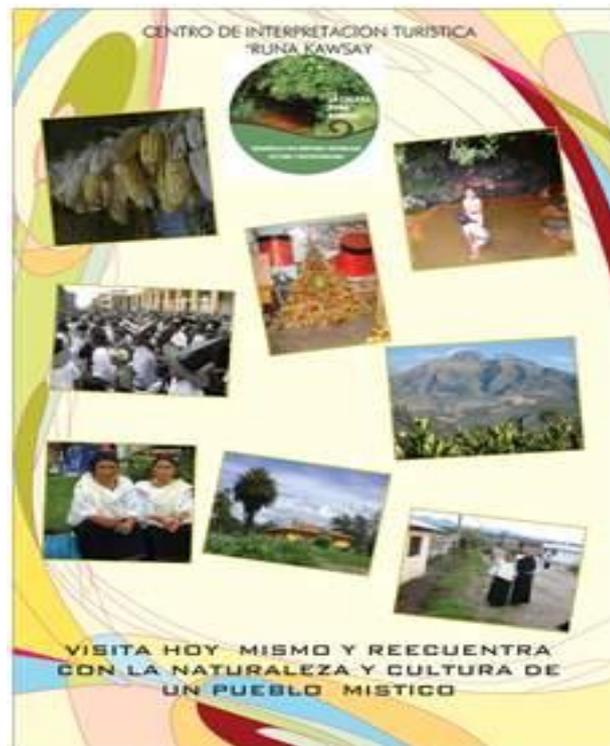
Es una pieza publicitaria que se le puede observar con facilidad pero que a la vez es una herramienta de información..

### **Dimensiones**

De 1 m de largo x 60 de ancho.

### **COSTO**

30 dólares por unidad



### **AFICHES**

Medio de publicidad que nos sirve para captar mayor afluencia de turistas. Es el medio más directo y el más claro y conciso se comunica la idea principal o un mensaje único, estos pueden ser publicitarios o de propaganda entre otros el propósito es un desafío de creatividad y comunicación visual que alcance la efectividad requerida en el público en general.

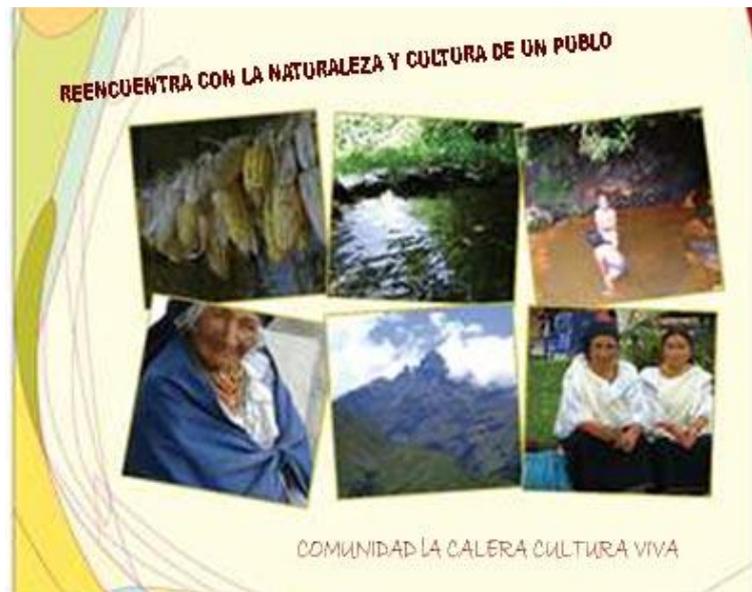
#### **Su elaboración:**

2m ancho X 3m largo

#### **COSTO**

Por unidad

Formato A 3 = 1.50 dólares



mencionadas están a disposición para comunicar cualquier tipo de transmisión.

La radio maneja herramientas como:

- Emisor La voz humana
- Sonidos reales
- Efectos de sonido
- Música y silencio

## 6.8. PRESUPUESTO DE INVERSIÓN

### TÍTULO DE LA PROPUESTA: CENTRO DE INTERPRETACION AMBIENTAL Y TURISTICA RUNA KAWSAY

COSTOS					BENEFICIOS				
ECONÓMICO		SOCIAL		CULTURAL		ECONÓMICO		SOCIAL	
Personal contratado	1400	Salidas de campo	150	Diagnostico de los lugares turísticos	200	Paquetes turísticos	2.500	Servicio de Guianza	2.400
Equipo tecnológico	2300	Gira de observaciones	450	Culturales	250	Venta de postales	1000	Servicio de seguridad	1.500
Servicios básicos	800					Excursiones	500	Servicio de alojamiento	2.435
Material publicitario	4800					Voluntariado	3000		
	9300		600		450		7000		6335
<b>TOTAL COSTES 10.350</b>					<b>TOTAL BENEFICIOS 13.335</b>				

### ANALISIS DE COSTOS UNITARIOS (en US \$)

		DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	
<b>A</b>	<b>Personal</b>					
A.1	Personal					
A.1.1		<b>Honorarios</b>				
a)		Director	Planificación	1	35	350
b)		Contador	Finanzas y declaración de Imp.	1	200	200
A.1.2		<b>Sueldos</b>				
a)		Administrador	Administración	1	600	600
b)		Guía Turística	Guianzas	1	300	300
c)		Secretaria	Digitar y archivadora	1	280	280
A.1.3		<b>Leyes sociales</b>				
		Abogado	Legalización	1	250	250
		Guardia	Seguridad	1	260	260
<b>A.3</b>		<b>Total personal</b>				<b>2240</b>
<b>B</b>	<b>Servicios</b>	<b>Servicios Básicos</b>				
		Luz		1	15	15
		Agua		1	8	8
		Teléfono		1	40	40
		Internet		1	21	21
		Otros servicios		1	8	8
		<b>Total servicios</b>				<b>92</b>

<b>C</b>	<b>Equipo</b>	<b>Adquisición de equipos y maquinaria</b>				
		Computador (juego completo)		1	1180	1180
		Filmadora		1	900	900
		Cámara fotográfica		1	300	300
		Grabadora		1	200	200
		Infocus		1	1400	1400
		<b>Total Equipos y Maquinaria</b>				<b>3980</b>
<b>D</b>	<b>Materiales de Oficina</b>	<b>Adquisición de materiales e insumos</b>				
		Papel Bon	Resmas	2	5	10
		Cartuchos de tinta impresora color		3	30	90
		Cartuchos de tinta impresora negra		3	30	90
		Archivadores		9	3	27
		Esferos		24	1	24
		Sillas		12	50	600
		Escritorios		4	100	400
		Material publicitario	Folletos	1500	2.40	3600
		Marcadores de tiza liquida		12	1.50	18
		Pizarrón		2	10	20
		<b>Total materiales de oficina</b>				<b>4879</b>
<b>E</b>		<b>TOTAL (B.C.D)</b>				<b>8.951</b>
<b>F</b>		<b>TOTAL GENERAL (A.3+E)</b>				<b>11.191</b>

## **6.9. BENEFICIARIOS**

El beneficio más que todo es para la comunidad indígena de la Calera porque el justificativo de todo esto es la cultura y la naturaleza que se encierra dentro de pueblo. La parte beneficiada será a nivel local, nacional, regional e internacional ya que el centro de interpretación dotara de toda la información detallada de los acontecimientos, infraestructura, los atractivos, las manifestaciones, entre otros el interés es despertar la mayor afluencia de visitantes. Además los beneficiarios serán entidades públicas y privadas, los estudiantes, organismos, turistas y público en general. Además la visita que realicen a esta comunidad está aportando al desarrollo sustentable de esta comunidad.

## **6.10. FACTIBILIDAD DE APLICACIÓN**

La tesis que se está armando es viable para el desarrollo de la comunidad, por lo tanto es aprobado por la comunidad y sus dirigente la realización de este proyecto de tesis más que todo en el ámbito del desarrollo turístico comunitario, razón y motivo que lleva a difundir y plasmar la propuesta que generara la interrelación socioeconómica ambiental y cultural.

## **6.11. IMPACTOS**

### **6.11.1. IMPACTO SOCIAL**

De acuerdo con la propuesta en el impacto social se puede decir que ayudara en el desarrollo de comunidad por lo mismo La interrelación con los visitantes y la población debe ser amena y confiable. Además se busca mejorar la condición de vida de los pobladores de la comunidad

mediante la difusión de los diferentes atractivos turísticos existentes en la comunidad.

La propuesta planteada permite la oportunidad de integrarse y hacer un producto turístico unificado para el desarrollo sustentable que genere grandes expectativas a nivel nacional e internacional.

#### **6.11.2. IMPACTO CULTURAL**

En la cultura se busca la integración mancomunada que permita surgir esas tradiciones, costumbres y las diferentes expresiones culturales que se estaba perdiendo, fortalecer la cultura y la valorización de las raíces culturales es muy importantes, mismo que ayudara el libre desarrollo del turismo.

Siendo la cultura un atractivo turístico importante de la comunidad ya que transformara un bien empleo al desarrollo turístico que genere ingresos económicos significativos para la familia y los pobladores de esta comunidad.

#### **6.11.3. IMPACTO ECONÓMICO**

Se tendrá un impacto económico positivo ya que ayudara a generar empleo a la comunidad local a base de sus conocimientos, recursos culturales y naturales. La propuesta del proyecto ayudara a integrarse en el turismo y de la misma forma empleo a la población ya que constituirá un potencial atractivo turístico

#### **6.11.4. IMPACTO ECOLÓGICO**

Se busca la valorización del ambiente ecológico, el escenario ambiental debe ser conservado y protegido de toda las destrucciones que se presenta por lo que se debe inculcar y difundir la importancia que tiene la conservación los recursos naturales. Mantener viva la naturaleza es el

objetivo de este centro de interpretación y se trata de llevar el turismo sostenible con la comunidad.

#### **6.11.5. IMPACTO TURÍSTICO**

El motivo de la propuesta planteada es conseguir la mayor afluencia de turistas y dar a conocer los diferentes atractivos turísticos naturales y culturales existentes de la comunidad así pretendiendo abarcar nuestro paquete a nivel nacional e internacional. Promocionar en el mercado turístico y brindar todo los detalles acerca de la comunidad y sus atractivos. Finalmente es captar el mayor número de turistas hasta este lugar y acoger con amabilidad y cordialidad a los visitantes.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

1. CAÑADA, Cañada (2009) Viabilidad Económica del Turismo Comunitario
2. CARRASCO, Almeda, Y., (2002) Modelo de gestión para la sostenibilidad de destinos turísticos de naturaleza. Trabajo de Diploma. Universidad de Matanzas. Facultad Industrial Economía. Cuba.
3. Comisión Nacional para el desarrollo de los pueblos Indígenas. Disponible en: <http://www.cdi.gob.mx/programas/ecoturismo/guia-ecoturismo.pfd>
4. EAGLES, P. F. J (1997) International Ecotourism Management: using Australia and Africa as case studies. University of Waterloo, Ontario, Canada. N2L 3G1 and Chair of Task Force on Tourism and Protected Areas Commission on National Parks and Protected Areas World Conservation Union (IUCN). Disponible en: <http://www.ahs.uwaterloo.ca/rec/ecotour.htm>
5. GUILLÉN R., Arturo, La Teoría Latinoamericana del Desarrollo: Reflexiones para una Estrategia Alternativa al Neoliberalismo, PDF, Plataforma de Consulta, Universidad Tecnológica Equinoccial.
6. INDUSTRIA DEL TURISMO, primer semestre de la carrera de Administración de Empresas Turísticas, INACAP
7. LUQUE, Yuliana, Turismo, disponible en <http://www.monografias.com>
8. MILLAN, René y GORDON, Sara CAPITAL SOCIAL, (2006) Una Lectura de tres perspectivas clásicas (736).
9. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO (OMT) (1996) Agenda 21 for the travel and tourism industry. Towards environmentally y sustainable development. OMT, Madrid
10. PNUMA y OMT. (1998) Conferencia Internacional sobre el turismo en pequeños islas. Lanzarote España. Informe final.

11. PORTELA MASEDA, Marta y NEIRA GÓMEZ, Isabel, Capital social: las relaciones sociales afectan al desarrollo.
12. TRUJILLO, Anabel y DOMÍNGUEZ, Carmen (2006) Organizaciones comunitarias y gestión asociada, Serie: Educación y Desarrollo Social, Universidad Tecnológica Equinoccial.
13. VERA. J. F, PALOMEQUE, F. L, MARCHENA. M, y SALVADO. A. (1997) Análisis Territorial del Turismo. Una nueva Geografía del Turismo, Editorial Ariel, Barcelona.
14. Dawson, L. (1999), Cómo interpretar recursos naturales e históricos.
15. DI-BELLA, Manuel (2004), "INTRODUCCION AL TURISMO", 3era Edición.
16. MARTINES BORRERO Juan, Cuaderno de cultura popular, ¿Qué es la cultura popular?.
17. RHOADES Robert e. Desarrollo con identidad, cultura, y sustentabilidad en los Andes.
18. Imbabura tierra preciosa historia, cultura, turismo, gastronomía artesanías.
19. Revista magazine "Turismo artesanías y culturas, milenarias."
20. Revista ocasional del ilustre consejo municipal de Cotacachi 1961-1972-1940.
21. Salas del museo de las culturas
22. "Imbabura Cultura Nacional" Alfredo Albuja G.

23. "Síntesis monográfica del cantón Cotacachi." Pedro Raúl Echeverría
24. INEFAN, Instituto Ecuatoriano Nacional Forestal de Áreas Naturales y vida silvestre, 1996.
25. Virginia Romero de Jaramillo, "Apuntes sobre la Historia de la Música de Cotacachi "
26. "Diario El Norte" Carlos Suárez .
27. "Manual de evaluación y Jerarquización Ministerio de Turismo Ecuador".
28. "Imbabura paginas de la Historia" Alfredo Albuja G.
29. Flacso de Quito, información recopilado

#### **LINKOGRAFÍA**

30. [www.google.com](http://www.google.com)
- 31.. [www.wikipedia.com](http://www.wikipedia.com)
32. [www.viveecuador.com](http://www.viveecuador.com)
- 33.. [www.cotacachigobiernolocal.com](http://www.cotacachigobiernolocal.com)  
<http://aulasvirtuales.wordpress.com/2008/07/09/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>
34. [www.monografias.com](http://www.monografias.com)

**ENTREVISTAS A:** Sr. Wilson Guevara: Presidente del cabildo.  
Sr. Apauky Flores; danzante de la Calera  
Srta.: Anita Maigua.

# **ANEXOS**

## **ANEXOS**

### **PREGUNTA 1**

¿De los siguientes atractivos turísticos Naturales escoja los que conoce de la comunidad La Calera?

### **PREGUNTA 2**

De los siguientes atractivos turísticos Culturales escoja los que conoce de la comunidad La Calera.

### **PREGUNTA 3**

¿En qué estado de conservación se encuentra los atractivos turísticos naturales de la comunidad?

### **PREGUNTA 4**

¿En qué estado de conservación se encuentra los atractivos turísticos culturales de la comunidad?

### **PREGUNTA 5**

¿Qué grado de importancia le daría usted a la realización del inventario de atractivos turísticos?

### **PREGUNTA 6**

¿Qué atractivos le motiva mayor interés para llegar a la comunidad La Calera?

### **PREGUNTA 7**

¿Qué servicios complementarios cree usted necesario en la comunidad?

### **PREGUNTA 8**

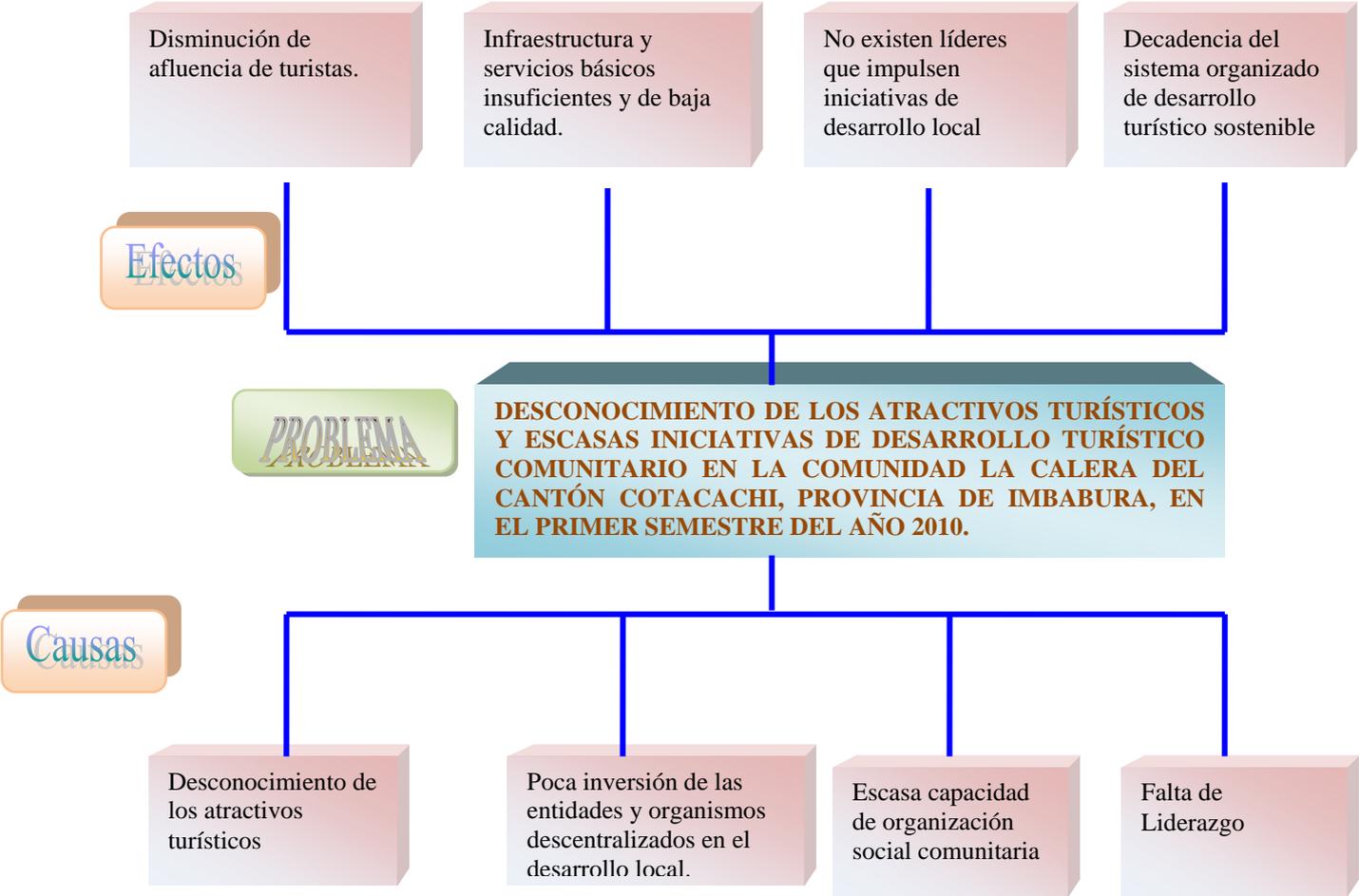
¿A través de qué medios usted conoce los atractivos turísticos de la comunidad?

**PREGUTA 9**

¿Qué estrategias considera necesaria implementar para mejorar la oferta turística de la comunidad?

Anexo 1

El Árbol del Problema



## Anexo 2

### Matriz de Coherencia

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>
<b>¿Cuáles son los atractivos turísticos naturales y culturales de la Comunidad La Calera del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura?</b>	Determinar los atractivos turísticos naturales y culturales de la comunidad La Calera para implementar estrategias de innovación turística local.
<b>INTERROGANTES</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>
¿Cuáles son los atractivos turísticos naturales y culturales en la Comunidad la Calera, del cantón Cotacachi?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diagnosticar los atractivos naturales y culturales de la comunidad La Calera</li></ul>
¿Cuál es la visión que tiene el turista del turismo que se desarrolla en la comunidad La Calera?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Establecer la visión que tiene el turista de los atractivos turísticos de la comunidad.</li></ul>
¿Cuál es la mejor estrategia para innovar el turismo y generar la integración comunitaria?	<ul style="list-style-type: none"><li>• Diseñar un producto turístico innovador que permita la integración y el desarrollo comunitario.</li></ul>

TEMA: Estudio de los atractivos turísticos y propuesta de mejoramiento para el desarrollo turístico comunitario en la Comunidad La Calera del cantón Cotacachi, provincia de Imbabura.

### ANALISIS DE COSTOS UNITARIOS (en US \$)

		DESCRIPCIÓN	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	
<b>A</b>	<b>Personal</b>					
A.1	Personal					
A.1.1		<b>Honorarios</b>				
a)		Director	Planificación	1	35	350
b)		Contador	Finanzas y declaración de Imp.	1	200	200
A.1.2		<b>Sueldos</b>				
a)		Administrador	Administración	1	600	600
b)		Guía Turística	Guianzas	1	300	300
c)		Secretaria	Digital y archivadora	1	280	280
A.1.3		<b>Leyes sociales</b>				
		Abogado	Legalización	1	250	250
		Guardia	Seguridad	1	260	260
<b>A.3</b>		<b>Total personal</b>				<b>2240</b>
<b>B</b>	<b>Servicios</b>	<b>Servicios Básicos</b>				
		Luz		1	15	15
		Agua		1	8	8
		Teléfono		1	40	40
		Internet		1	21	21

		Otros servicios		1	8	8
		<b>Total servicios</b>				<b>92</b>
<b>C</b>	<b>Equipo</b>	<b>Adquisición de equipos y maquinaria</b>				
		Computador (juego completo)		1	1180	1180
		Filmadora		1	900	900
		Cámara fotográfica		1	300	300
		Grabadora		1	200	200
		Infocus		1	1400	1400
		<b>Total Equipos y Maquinaria</b>				<b>3980</b>
<b>D</b>	<b>Materiales de Oficina</b>	<b>Adquisición de materiales e insumos</b>				
		Papel Bon	Resmas	2	5	10
		Cartuchos de tinta impresora color		3	30	90
		Cartuchos de tinta impresora negra		3	30	90
		Archivadores		9	3	27
		Esferos		24	1	24
		Sillas		12	50	600
		Escritorios		4	100	400
		Material publicitario	Folletos	1500	2.40	3600
		Marcadores de tiza líquida		12	1.50	18
		Pizarrón		2	10	20
		<b>Total materiales de oficina</b>				<b>4879</b>
<b>E</b>		<b>TOTAL (B.C.D)</b>				<b>8.951</b>
<b>F</b>		<b>TOTAL GENERAL (A.3+E)</b>				<b>11.191</b>