



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE INGENIERÍA TURÍSTICA

TEMA:

“DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA PROVINCIA IMBABURA PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA”.

Plan de Trabajo de Grado previo a la obtención del Título de Ingeniera en la especialidad de Turismo.

Autor: Hidalgo Lita Diego Bladimir

Directora: Msc. Yoarnelys Vasallo V.

Ibarra, Junio 2017

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por la egresado: Hidalgo Lita Diego Bladimir para optar por el Título de Ingeniera en Turismo, cuyo tema es: "DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA PROVINCIA IMBABURA PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA".

Considero el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.



Msc. Yoarnelys Vasallos V.

Directora

DEDICATORIA

Con un infinito agradecimiento dedico este trabajo de grado a mi madre la Señora Lida Mariana Lita, que con gran sacrificio, me apoyo incansablemente en la culminación de mi carrera con éxito.

A mis Hermanos y amigos en general y que con sus consejos y con su apoyo constante, supieron ayudarme a lo largo de mi carrera profesional.

.

Con cariño:

Diego Hidalgo.

AGRADECIMIENTO

Quiero extender un profundo agradecimiento primeramente a Dios que me ha permitido alcanzar este objetivo en mi vida profesional, a mi madre, a mis Hermanas y demás familiares por todo el apoyo que me brindaron durante mis estudios y en el proceso de este trabajo.

A la Universidad Técnica del Norte por haberme brindado a lo largo de estos años de estudio los conocimientos necesarios para llegar hacer una excelente profesional, de manera especial a mi asesor Msc. Yoarnelys Vasallo , quien me sustento en forma incondicional, el desarrollo del presente trabajo de grado.

Y por otra parte a mis queridos amigos, que supieron ayudarme totalmente y brindarme todo el apoyo necesario en la culminación de mi proyecto.

ÍNDICE GENERAL

ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR	ii
DEDICATORIA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
ÍNDICE DE ANEXOS	xiii
RESUMEN	xiv
SUMMARY	xv
PRESENTACIÓN	xvi
CAPÍTULO I	18
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	18
1.1. Antecedentes	18
1.2. Planteamiento del problema	23
1.3. Formulación del problema	24
1.4. Delimitación y Campo de Acción	25
1.4.1. Unidades de observación	25
1.4.2. Delimitación temporal	25
1.4.3. Delimitación espacial	25
1.5. Objetivos	25
1.5.1. Objetivo general	25
1.5.2. Objetivos específicos	25
1.6. Justificación	26
CAPÍTULO II	28
2. MARCO TEÓRICO	28
2.1. Atractivos turísticos	28
2.1.1. Recursos naturales	29
Montañas	31
Planicies	31

Desiertos.....	31
Ambientes lacustres.....	32
Ríos.....	32
Bosques.....	32
Aguas subterráneas.....	32
Fenómenos espeleológicos.....	33
Fenómenos geológicos.....	33
SNAP.....	33
2.1.2. Recursos culturales.....	34
Histórico.....	39
Etnias.....	40
Costumbres.....	40
Música.....	41
Gastronomía.....	41
Leyenda.....	42
Mitos.....	42
2.1.3. Realizaciones técnicas y científicas.....	43
2.1.4. Realizaciones artísticas contemporáneas.....	43
2.1.5. Acontecimientos programados artísticos.....	43
2.2. Productos turísticos.....	43
2.2.1. Atractivos.....	52
De sitio.....	53
Eventos.....	53
2.2.2. Facilidades.....	53
La planta turística.....	54
El equipamiento turístico.....	54
La infraestructura turística.....	54
Los servicios complementarios.....	55
2.2.3. Acceso.....	56
2.3. Senderismo.....	56
2.4. Parroquia San Antonio.....	57

2.4.1. Datos generales	59
2.4.2. Organización política	59
2.5. Matriz categorial.....	60
CAPÍTULO III.....	61
3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
3.1. Tipo de investigación	61
3.1.1. Investigación bibliográfica.....	61
3.1.2. Investigación de campo	62
3.1.3. Investigación propositiva.....	62
3.2. Métodos	63
3.2.1. Método inductivo	63
3.2.2. Método deductivo	63
3.2.3. Método analítico	63
3.2.4. Método sintético	63
3.2.5. Métodos históricos - lógicos.....	64
3.2.6. Método estadístico.....	64
3.3. Técnicas	64
3.3.1. Observación	64
3.3.2. Entrevista	64
3.3.3. Encuesta	65
3.3.4. Instrumentos.....	65
3.4. Población	65
3.5. Muestra	68
3.5.1. Cálculo de la muestra población parroquia San Antonio de Ibarra	68
3.5.2. Cálculo de la muestra turistas que visitan la parroquia San Antonio de Ibarra	69
CAPÍTULO IV	70
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	70
4.1. Entrevista dirigida a propietario del taller – galería “Jorge Luis Villalba”	70

4.2. Entrevista dirigida a Gerardo López	73
4.3. Entrevista dirigida a Emma Montesdeoca	76
4.4. Encuesta dirigida población San Antonio	79
4.5. Encuesta dirigida a turistas que visitan San Antonio de Ibarra ..	88
CAPÍTULO V	100
5. CONCLUSIONES RECOMENDACIONES	100
5.1. Conclusiones	100
5.2. Recomendaciones	101
CAPÍTULO VI	102
6. Propuesta alternativa.....	102
6.1. Título.....	102
6.2. Justificación	102
6.3. Fundamentación	103
6.3.1. Plan	103
6.3.2. Promoción	104
6.3.3. Difusión	104
6.3.4. La organización local para la ejecución	105
6.4. Objetivos	105
6.4.1. Objetivo general	105
6.4.2. Objetivos específicos	105
6.5. Ubicación sectorial y física	106
6.6. Desarrollo de la propuesta	107
6.6.1. Tema	107
6.6.2. Introducción	107
6.6.3. Logotipo.....	108
6.6.4. Objetivos	108
Turístico	108
Ambiental.....	109
Educativo	109
Económico	109
6.6.5. Mapa de la ruta.....	109

6.6.6. Señalética.....	115
6.6.7. Paquete turístico.....	116
Ruta turística “Huataviros”	116
6.6.8. Planta turística.....	117
Hospedaje.....	117
Alimentación	118
Glosario de términos.....	119
Bibliografía.....	123

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Tipos de senderos	57
Tabla 2: Población	66
Tabla 3: Población proyectada	67
Tabla 4: Turismo fuente de ingreso	79
Tabla 5: Estrategias turísticas	80
Tabla 6: Recursos con potencial turístico	81
Tabla 7: Recursos culturales	82
Tabla 8: Productos turísticos	83
Tabla 9: Planta turística	84
Tabla 10: Infraestructura hotelera	85
Tabla 11: Beneficios del turismo	86
Tabla 12: Respaldo público	87
Tabla 13: Edad	88
Tabla 14: Género	89
Tabla 15: Nivel de instrucción	90
Tabla 16: Ocupación	91
Tabla 17: Ingresos	92
Tabla 18: Frecuencia de visita	93
Tabla 19: Medio de transporte	94
Tabla 20: Procedencia	95
Tabla 21: Motivo del viaje	96
Tabla 22: Actividades durante el viaje	97
Tabla 23: Atractivos turísticos naturales	98
Tabla 24: Atractivos turísticos culturales	99
Tabla 25: Itinerario	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Clasificación del Patrimonio.....	36
Gráfico 2: Turismo y empleo.....	79
Gráfico 3: Estrategias turísticas.....	80
Gráfico 4: Recursos con potencial turístico.....	81
Gráfico 5: Recursos culturales.....	82
Gráfico 6: Productos turísticos en la zona.....	83
Gráfico 7: Elementos para permanencia de turistas.....	84
Gráfico 8: Infraestructura turística.....	85
Gráfico 9: Beneficios del turismo.....	86
Gráfico 10: Apoyo empresa privada.....	87
Gráfico 11: Edad.....	88
Gráfico 12: Género.....	89
Gráfico 13: Motivo de su visita.....	90
Gráfico 14: Ocupación.....	91
Gráfico 15: Ingresos.....	92
Gráfico 16: Frecuencia de visita.....	93
Gráfico 17: Medio de transporte.....	94
Gráfico 18: Procedencia.....	95
Gráfico 19: Motivo del viaje.....	96
Gráfico 20: Actividades durante el viaje.....	97
Gráfico 21: Atractivos turísticos naturales.....	98
Gráfico 22: Atractivos turísticos culturales.....	99
Gráfico 23: Esquema de la propuesta.....	106
Gráfico 24: Logotipo ruta turística “Huataviros”.....	108
Gráfico 25: Mapa ruta turística “Huataviros”.....	109
Gráfico 26: Estación del tren San Antonio.....	110
Gráfico 27: Calle del Arte “Ramón Teanga”.....	111
Gráfico 28: Talleres y galerías de la Calle del Arte.....	112
Gráfico 29: Iglesia de “Las Lajas” – San Antonio.....	113

Gráfico 30: Parque Central de San Antonio	114
Gráfico 31: Señalética ruta turística “Huataviros”	115

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas.....	131
Anexo 2: Matriz de coherencia.....	132
Anexo 3: Formato entrevista	133
Anexo 4: Formato encuesta población San Antonio	135
Anexo 5: Formato turistas que visitan San Antonio.....	137

RESUMEN

“DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA PROVINCIA IMBABURA PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA”.

La investigación propuesta tiene por finalidad realizar un inventario de los principales atractivos naturales y culturales que posee la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra, para identificar los que poseen las características adecuadas para ser utilizados en actividades turísticas que diversifiquen la oferta turística actual, basada únicamente en el turismo comercial, atrayendo un mayor número de turistas, alineándose con estas iniciativas a las nuevas tendencias de turismo a nivel mundial, donde se busca ofrecer al visitante productos innovadores, cuya interacción con el medio sea el principal requisito, además de contribuir con la generación de empleo y recursos para la comunidad. Para cumplir con lo descrito, se inicia definiendo el problema de investigación que consiste en la falta innovación en la actividad turística, situación que repercute directamente en la economía de la población, al convertirse en un lugar de paso para los visitantes. Esta breve descripción permite delimitar el accionar del trabajo a realizar con base a los siguientes objetivos, caracterizar la oferta turística actual, inventariar sus atractivos turísticos para el desarrollo de una ruta turística denominada “Huataviros” y a partir de esto iniciar una nueva tendencia en la forma de hacer turismo, identificando el perfil del visitante para garantizar que los productos y servicios ofertados, satisfagan las necesidades de los turistas cumpliendo con sus principales expectativas. La consecución de todas las etapas inmersas en el presente trabajo se realizan bajo las premisas de la investigación de campo, postulados que permiten organizar la información recopilada a través de entrevistas y encuestas de manera veraz. Los resultados esperados están relacionados con mejorar las condiciones de vida de la población, con la reactivación económica de la zona derivada de un emprendimiento turístico que utilice los recursos naturales para su principal promoción.

Palabras clave:

- Atractivos naturales
- Atractivos culturales
- Ruta turística
- Arte religioso
- Artesanías en madera

SUMMARY

"DIAGNOSIS OF THE SITUATION CURRENT OF THEM ATTRACTIVE TOURIST NATURAL AND CULTURAL OF THE PARISH SAN ANTONIO CANTON IBARRA PROVINCE IMBABURA FOR THE DESIGN OF A ROUTE TOURISM".

Research proposal aims to make an inventory of the major natural and cultural attractions that the parish of San Antonio, canton Ibarra, to identify those who possess the appropriate characteristics to be used in tourism activities that diversify the current tourist offer, which is based only on the commercial tourism, attracting a greater number of tourists, aligning itself with these initiatives to new trends in tourism around the world , where is seeks to offer to the visitor products innovative where the interaction with the medium is the main requirement, in addition to contribute with the generation of employment and resources for the community. To comply with described, it starts by defining the research problem consisting in lack innovation in tourist activity, which has a direct impact on the economy of the population, to become a place for visitors. This brief description allows you to define the actions of labour to perform based on the following objectives, characterize the current tourist offer, make an inventory of its tourist attractions for the development of a tourist route named "Huataviros" and from this start a new trend in the form of tourism, identifying the visitor profile to ensure that the products and services offered meet the needs of tourists fulfilling their main expectations. The achievement of all the stages involved in this work are under the premises of field research, postulates that allow to organize the information gathered through interviews and surveys in a truthful manner. The expected results are related to improving the living conditions of the population, with the economic recovery in the area for a tourism venture that use natural resources for their main promotion.

Key words:

- Natural attractions
- Attractive cultural
- Touristic route
- Religious art

PRESENTACIÓN

La presente investigación se realizó con la finalidad de realizar un “DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA PROVINCIA IMBABURA PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA”, para cumplir con esta iniciativa, con la finalidad de obtener un documento ordenado y con la coherencia requerida en un trabajo previo a la obtención de un título de tercer nivel, se contempló la necesidad de segmentar su realización, en varios capítulos enlazados sinérgicamente.

Dentro de la realización del contenido, se evidencio la presencia de dos variables sobre las cuales está sustentado el desarrollo de la investigación, la primera corresponde a la situación actual de los atractivos turísticos y culturales en la parroquia de San Antonio y la segunda obedece a la utilidad que pueden representar para la comunidad, en el diseño de un producto turístico que atraiga un mayor número de visitantes.

Capítulo 1: Contiene la descripción detallada del problema de investigación, abordando los antecedentes del turismo y la situación actual del sector turístico en la parroquia de San Antonio, evidenciándose que existe la necesidad de innovar este aspecto para diversificar la economía en la zona. Con base a este análisis de determina el objeto de estudio y campo de acción para la fijación de objetivos y justificación.

Capítulo 2: Reúne el contenido científico de las dos variables que componen la investigación; potencialidades turísticas y deportes de aventura. Esto con la finalidad de contar con cocimientos científicos actualizados, que direccionen el desarrollo de las etapas subsecuentes,

garantizando de esta manera la relevancia y pertinencia del trabajo realizado, sobre todo al emplear bibliografía no mayor a 5 años.

Capítulo 3: Describe a detalle la metodología de la investigación empleada, así como las técnicas e instrumentos que se emplearon para organizar la información y brindar la legalidad que el documento requiere para que su posible ejecución sea factible y contribuya de verdad, en la resolución del problema identificado.

Capítulo 4: Contiene el análisis y tabulación de los resultados obtenidos a través de las entrevistas y encuestas aplicadas, por medio de tablas y gráficos estadísticos que faciliten su comprensión y permitan evidenciar los lineamientos que direccionaron el desarrollo de la propuesta.

Capítulo 5: Conclusiones y recomendaciones elaborados con base los objetivos específicos, en relación directa al análisis y tabulación de la información obtenida en el capítulo anterior.

Capítulo 6: Contiene el desarrollo integro de la propuesta que consiste, en el “Diseño de una ruta turística “Huataviros”, que permita conocer a los turistas que visitan la parroquia de San Antonio, los atractivos turísticos naturales y culturales que la comunidad tiene.

CAPÍTULO I

1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuál es la situación actual de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia San Antonio?

1.1. Antecedentes

Desde el punto de vista geográfico y de biodiversidad el Ecuador está ubicado al noroeste de Sudamérica, en una región geográficamente privilegiada. Está atravesado por la Cordillera de los Andes y presenta una amplia variedad de climas, situación que ha favorecido a que exista una gran diversidad de flora y fauna.

En él se han desarrollado un pueblo de milenaria tradición, en la que conviven más de una docena de culturas, 14 nacionalidades indígenas y 20 pueblos con tradiciones diversas y su propia cosmovisión, que expresan su riqueza en las coloridas artesanías, la algarabía de las fiestas populares y los tradicionales mercados, características que han permitido que el Ecuador sea un país eminentemente turístico.

El Ecuador está dividido en 7 regiones administrativas, que agrupan a las 24 provincias, como señala la actual administración política, que dio lugar a la creación de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SEMPLEDES).

En la actualidad estas provincias están involucradas en la actividad turística, ya que uno de los objetivos principales del Plan de Tour 2020 diseñado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID, 2007), es dinamizar la economía del

país mediante el desarrollo del turismo, mejorar la calidad de vida de la población y satisfacer las necesidades de la demanda turística. Un claro ejemplo de aquello que se sostiene es Imbabura, provincia que ha desplegado una amplia campaña de promoción enfocada a los atractivos turísticos.

La provincia de Imbabura, está conformada por seis cantones, Cotacachi, Pimampiro, Urcuquí, Antonia Ante, Otavalo e Ibarra. Cuyos lugares son reconocidos como destinos turísticos de primer nivel, por la amplitud de los atractivos naturales y culturales, que presentan al turista nacional y extranjero. Situación que ha beneficiado a su población, con la generación de fuentes de empleo y recursos económicos, mediante la creación de emprendimientos relacionados con la explotación racional de sus recursos naturales y culturales con fines turísticos.

Respecto a este elevado potencial turístico que presentan todas las provincias del país, el Gobierno del Ecuador mantiene una campaña internacional para atraer al turista extranjero, denominada *All You Need Is Ecuador*, estrategia que marcó un hito sin precedentes en el registro histórico del turismo ecuatoriano. Alrededor de 455 millones de personas alrededor del mundo han evidenciado esta campaña que logró posicionar el destino Ecuador a escala internacional.

Dentro de esta campaña publicitaria, se incluye la promoción de los atractivos naturales, con los que cuenta el país. Entre ellos se incluye, los diferentes sitios naturales y manifestaciones culturales que permiten ofertar y atraer turistas a nivel nacional e internacional para garantizar su estancia y sea placentera.

Las artesanías son manifestaciones, históricos – culturales, que se han convertido en un referente de la cultura ecuatoriana y de forma particular de la Parroquia de San Antonio de Ibarra, cuyo contexto es un referente de la identidad de la Provincia de Imbabura.

En la provincia de Imbabura, cantón Ibarra se encuentra localizada la Parroquia de San Antonio de Ibarra es un icono importante del arte a nivel Nacional, debido que sus habitantes tienen habilidad para elaborar una serie de muebles y artesanías talladas en madera, cerámica, y piedra.

La parroquia de San Antonio de Ibarra está ubicada en la provincia de Imbabura, a 5,5 Km. Del cantón Ibarra, ocupa una superficie de 29, 07 Km² y su población es de 13.987 habitantes aproximadamente. (Según censo de 2001).

San Antonio de Ibarra tiene un clima frío en la parte alta del páramo que se encuentra desde los 2,800 hasta los 4,620 msnm, y templado correspondiente al centro poblado 2,040 msnm hasta los 2,800; dicho clima ayuda a la producción agrícola y ganadera de las comunidades cercanas al volcán Imbabura. También hay una amplia gama de riqueza cultural como sus costumbres y tradiciones religiosas el cual se le ha dado gracias a su Patrono San Antonio de Padua al cual se rinde homenaje en sus fiestas con Bandas musicales populares, desfiles, oraciones, quema de castillos, y chamarasca el cual se transforma en un mosaico único de identidad cultural.

En este sentido Herrera & Terán (2011) en su tesis de grado “Análisis del valor que representa para los pobladores la identidad cultural de la parroquia de San Antonio de Ibarra y propuesta alternativa” de la Universidad Técnica del Norte previo a la obtención del título de Licenciados en Ecoturismo, contiene una minuciosa explicación sobre la importancia y valor que la población del lugar, otorga a sus raíces histórico culturales, destacando como estas forman parte del potencial económico y progresista de la zona.

Dentro de este contexto el principal objetivo de la investigación mencionada es determinar cómo valor a la población de San Antonio de Ibarra las manifestaciones de su identidad cultural e hereditaria.

Con la realización de este trabajo los autores obtuvieron varios resultados y datos relevantes sobre el tema propuesto, en función de la problemática planteada, evidenciándose que la población se muestra abierta y receptiva ante iniciativas que busquen conservar su historia y cultural, especialmente en aquellos aspectos considerados como materia prima para emprender en múltiples actividades como la turística, empresarial, comunicacional y otras enfocadas a la generación de fuentes de ingresos para la población, contribuyendo de esta manera a su crecimiento socio – económico.

Lo expuesto permite reconocer que la población de la parroquia de San Antonio de Ibarra está dispuesta a emprender en actividades que rescaten su riqueza natural, cultural e histórica, datos que se alinean con los objetivos de la presente investigación que busca promover las actividades turísticas en la zona como una fuente de empleo, que mejore las condiciones de vida de los lugareños, además de diversificar la oferta turística de la zona, poniendo en la palestra local, nacional e internacional los atributos artísticos, naturales y culturales de la localidad.

En síntesis que el contenido de la investigación citada, avala la realización de un diagnóstico de la situación actual de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia para diseñar una propuesta alternativa de desarrollo turístico que impulse la economía de la zona, convirtiendo a San Antonio de Ibarra, en un destino de calidad y primordial para todos los turistas que visitan la provincia de Imbabura y la zona norte del Ecuador.

En otra investigación Benavides (2013) en su tesis de grado “El turismo y el desarrollo microempresaria de las artesanías en San Antonio de Ibarra provincia de Imbabura” de la Universidad Técnica del Norte previo a la obtención del título de Ingeniera en Economía mención Finanzas, contiene una descripción detallada de la situación actual de la actividad turística en la parroquia, destacando el potencial artísticos de la zona, variable que atrae a los turistas locales, nacionales e internacionales, desconociendo que en el sector

existen otros atractivos con capacidad de mejorar y ampliar la oferta turística, permitiendo de esta manera diversificar la economía, mejorando varios de los aspectos de desarrollo social de la comunidad.

A través del análisis de esta investigación fue posible reconocer que en la parroquia de San Antonio de Ibarra, existe un amplio crecimiento en lo que respecta a aspectos demográficos y socioeconómicos, situación que permitió a los investigadores establecer la estructura y número de microempresas artesanales, reconociendo que el grado de incidencia que tiene el turismo en la zona proviene del desarrollo microempresarial de las artesanías características de la población.

En síntesis la investigación pone en conocimiento de la colectividad que las necesidades y expectativas de los turistas al momento de visitar el sector están sujetas a las características y elementos que ofrecen los microempresarios artesanales, situación que permite afirmar que el movimiento turístico del sector es netamente comercial, desconociendo la vasta riqueza natural que posee y puede ser explotada para beneficio de la comunidad.

Los resultados obtenidos al finalizar la investigación permitieron identificar que en San Antonio de Ibarra existen cerca de 105 microempresas dedicadas a la producción y comercialización de artesanías, razón para que la actividad artesanal, se convierta en la principal atracción para los turistas que acuden a este lugar de la provincia por recuerdos de su estancia en el país, especialmente en lo referente al arte religioso en madera y yeso.

En suma, es posible evidenciar que se trata de un trabajo investigativo que contiene toda la información necesaria para afirmar que en la parroquia de San Antonio la oferta turística esta parcializada y no se ha explotado de forma eficiente sus recursos, especialmente en lo referente a los atractivos naturales por consiguiente realizar un estudio de la potencialidad turística de la zona, beneficiará directamente el crecimiento económico, social y cultural de la zona.

1.2. Planteamiento del problema

El Ecuador es un país que en la última década ha enfrentado la caída del precio del petróleo, recurso no renovable, que se constituye como la fuente principal de ingresos económicos para el país. Situación que ha puesto en evidencia la necesidad de encontrar nuevas fuentes de ingreso que solventen la economía del Ecuador. Es bajo esta perspectiva que surge el turismo como una actividad rentable y sólida para obtener ingresos, como resultado de la explotación adecuada y racional de los numerosos atractivos turísticos que posee.

El Ecuador es un país que en la última década ha enfrentado la caída del precio del petróleo, recurso no renovable, que se constituye como la fuente principal de ingresos económicos para el país. Situación que ha puesto en evidencia la necesidad de encontrar nuevas fuentes de ingreso que solventen la economía del Ecuador. Es bajo esta perspectiva que surge el turismo como una actividad rentable y sólida para obtener ingresos, como resultado de la explotación adecuada y racional de los numerosos atractivos turísticos que posee.

En el cantón Ibarra existen 5 parroquias urbanas Caranqui, Alpachaca, La Dolorosa, El Sagrario, Priorato, San Francisco y 7 rurales Ambuqui, Angochagua, La Esperanza, La Carolina, Lita, San Antonio y Santa Catalina de Salinas, todos lugares poseedores de una gran belleza natural y riqueza cultural, que con el manejo adecuado, podrían convertirse en destinos turísticos de alto nivel.

Dentro de este contexto, uno de los lugares del cantón Ibarra, donde las actividades turísticas no desarrollan de manera adecuada. Limitando así su proyección nacional e internacional, únicamente al aspecto cultural, es la parroquia rural de San Antonio de Ibarra, sitio reconocido por la calidad de sus

artesanos y las obras de arte religioso y tallado de madera que allí se exhiben y comercializan.

La evidente falta de organización de la población para desarrollar actividades relacionadas con el aprovechamiento de los atractivos turísticos de la zona, ha dado lugar a la baja economía, ante la falta de empleo e ingreso económico estable. A esto se le suman los problemas ambientales provocados por las malas prácticas de los pobladores en actividades consideradas cotidianas y que de mantenerse, paulatinamente irán deteriorando los atractivos con los que cuenta el sector.

Ante esta realidad, surge la necesidad de desarrollar una guía educativa dirigida a la población de la comunidad de San Antonio que capacite a los comuneros sobre la manera adecuada de establecer el turismo en la zona y generar beneficios para la población, sin generar impactos negativos en el medio ambiente.

Lo ante expuesto, deja en evidencia la necesidad de realizar un diagnóstico situacional de los atractivos turísticos, que se encuentran en la parroquia de San Antonio de Ibarra, para buscar alternativas y estrategias prácticas, que beneficien a la comunidad y contribuyan a elevar la economía del sector.

En el cumplimiento de esta iniciativa, se establece como objetivo, implementar una ruta turística denominada "Huataviros", mecanismo que se encargará de diversificar la oferta existente para atraer a un mayor número de turistas nacionales y extranjeros.

1.3. Formulación del problema

¿Cuál es la situación actual de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia San Antonio?

1.4. Delimitación y Campo de Acción

Potenciales Turísticos

1.4.1. Unidades de observación

Población de la parroquia de San Antonio, turistas nacionales y extranjeros y propietarios de los talleres de artesanías con mayor antigüedad en la localidad.

1.4.2. Delimitación temporal

La investigación tendrá lugar en el primer semestre del año 2016.

1.4.3. Delimitación espacial

La investigación se realizará en la parroquia San Antonio del Cantón Imbabura, Provincia de Imbabura.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Diagnosticar la situación actual de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia San Antonio

1.5.2. Objetivos específicos

- Inventariar los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra.
- Caracterizar la situación actual de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra.

- Identificar el perfil del visitante a la parroquia San Antonio.
- Diseñar una ruta turística denominada “Huataviros” que permita el aprovechamiento sustentable de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra.

1.6. Justificación

La parroquia San Antonio además de ser un referente comercial artesanal a nivel nacional, cuenta con un grado alto potencialidades naturales y culturales. Sin embargo, el turismo receptivo que orienta esta zona desconoce del atractivo turístico natural y cultural concerniente a la parroquia ya que existe una ineficiente información actualizada, incluso el gobierno local solo fomenta al turismo artesanal de esta zona.

En tal razón, la presente investigación tendrá como finalidad determinar la situación actual de los atractivos naturales y culturales de una manera descriptiva, que permita identificar, caracterizar y jerarquizar mediante un estudio cada uno de los lugares turísticos naturales y culturales, y posteriormente clasificarlos de acuerdo a las diferentes modalidades del turismo. Con la finalidad de implementar nuevos productos turísticos diferenciados involucrando la potencialidad turística de este sector

Se considera una línea clave de vital importancia, el estudio de la gestión y el diagnóstico actual que poseen los atractivos turísticos naturales y culturales, con el fin de fomentar y difundir el potencial turístico y optimizar proyectos de generación turístico que se destine directamente a beneficiar a desarrollar la actividad turística dentro de la Parroquia y sus Comunidades, beneficiando directamente a los habitantes que se encuentran dentro del área de acción turística.

Por medio de la investigación se aspira concienciar a los habitantes, sobre la importancia de conservar y preservar el potencial turístico natural y cultural que poseen dentro de su localidad, lo cual permitirá de una manera significativa a mejorar la imagen del sector ante la mirada atenta de turistas nacionales e internacionales.

El aporte de esta investigación, será evidenciará a través del diseño de un sendero turístico denominado “Huataviros” que pretende incorporar el potencial turístico natural y cultural más representativo de este sector, mejorando la actividad económica y generando fuentes de empleo a la población, en emprendimientos relacionados al aprovechamiento racional y sustentable del potencial turístico de mayor jerarquía. Además fomentara la preservación del patrimonio tangible e intangible como parte esencial del potencial turístico natural y cultural de este sector, convirtiendo de esta manera a la parroquia de San Antonio en un destino turístico significativo y un referente a nivel nacional.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

Para cumplir con los objetivos planteados es necesario contar con cierta información y temas relacionados con la problemática. Finalmente, se presenta una descripción teórica del desarrollo turístico sostenible y la planificación turística, que sirven como fundamento para el desarrollo de la propuesta.

2.1. Atractivos turísticos

Una de las definiciones más completas para describir la naturaleza y funcionalidad de los atractivos turísticos es la citada por el Ministerio de Turismo del Ecuador, quien presenta a este término como el conjunto de:

Bellos paisajes atraviesan el Ecuador, en los Andes se erigen picos y montañas sagradas. En la costa, playas exuberantes, se mezclan entre bosques secos, húmedos y tropicales. La Amazonía guarda los secretos de la profunda y verde naturaleza; y en Galápagos, tras una historia de lava, rocas y piedras muy antiguas, habitan seres únicos (MINTUR, 2016, pág. 3).
Fuente

Esto obedece a la vasta riqueza natural y cultural que posee el Ecuador, sobre todo, en lo que a atractivos turísticos, que pueden ser visitados se refiere, aspecto que ha permitido educar y concientizar a los turistas en la importancia de cuidar el medio ambiente, con un turismo sustentable y amigable con el ambiente y el aspecto socio cultural y económico para hacer del turismo una herramienta fundamental para el desarrollo de los pueblos.

En términos generales atractivo turístico es un término empleado para vincular “aquello que consigue atraer turismo, por su parte, alude a lo relativo

al turismo: la actividad que consiste en viajar con fines de ocio o descanso” (Curiel, Sánchez, & Antonovica, 2015, pág. 35). Es decir todo elemento con amplia capacidad de satisfacer las demandas y necesidades de los turistas, que tienen el o los componentes indispensables para garantizar una estadía agradable y pronto retorno, así como una difusión favorable, siempre positiva, convirtiéndose en la mejor manera de promocionar un destino turístico.

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

2.1.1. Recursos naturales

Los recursos naturales son bienes y servicios que la naturaleza provee a la humanidad y que no han sido víctimas de alteración alguna por parte de ningún agente nocivo que provenga del exterior. Dentro de este contexto un recurso natural, se convierte en la posesión invaluable para la población que lo posee, así como para el territorio que la circunscribe, al considerarse fuente inagotable de recursos, que con el uso responsable y sostenible puede generar ingresos económicos, contribuyendo directamente al mejoramiento de las condiciones de vida de los habitantes.

En síntesis se define a los recursos naturales como “todo aquel elemento que se toma de un ecosistema natural o modificado y que satisface necesidades humanas, de una sociedad particular, en un lugar y en un momento determinado” (MINEDUC, 2012, pág. 3). Es evidente que los recursos naturales constituyen el mayor tesoro que un pueblo posee, sobre todo si este desea emprender en actividades relacionadas con el turismo ligado a la naturaleza y su aprovechamiento responsable.

Por consiguiente es imposible no comparar a los recursos naturales con una fuente inagotable de ideas que permitirán a la población, emprender en nuevas y mejores actividades, donde se promueva el respeto por la naturaleza, en todas sus manifestaciones, incursionando en el turismo, usando estos elementos para atraer un mayor número de turistas, reactivando y diversificando la economía de los pueblos, al generar de manera directa e indirecta nuevas fuentes de empleo que eleven el nivel de vida de la población.

En este contexto los emprendimientos que se realicen con la intención de aprovechar los recursos naturales, que se encuentran presentes en cada localidad, es necesario considerar que los servicios a ofrecer e implementar, deben ser de carácter ecológico, por ejemplo; en un ecosistema de páramo, los emprendedores podrán emplear los beneficios que ciertas especies nativas aportan como es el caso de la esponja retenedora de agua, reguladora del ciclo hidrológico, que tiene la capacidad de almacenar carbono atmosférico, convirtiéndose en un purificador natural del aire.

En resumen es evidente que los recursos naturales son todos aquellos elementos que se encuentran en la naturaleza, manteniendo sus condiciones y características intactas, sin la presencia de alteraciones provocadas por la mano del hombre, y que cuentan con los atributos necesarios para ser empleados como atractivos turísticos, en la tarea de promocionar un destino como un lugar de primer nivel, debido a la amplia variedad de actividades y elementos que ofertan al mercado.

En economía se consideran recursos a todos aquellos medios que contribuyen a la producción y distribución de los bienes y servicios usados por los seres humanos. Los economistas entienden que varios tipos de recursos son escasos frente a la amplitud y diversidad de los deseos humanos, que es como explican las necesidades. (Kotler, 2011, pág. 34)

Con base a lo descrito, los recursos naturales son específicamente todos los elementos que la naturaleza oferta para que sean utilizados como herramientas

de gran utilidad, en la producción de nuevos emprendimientos, donde el aprovechamiento de esta riqueza natural, permita a la comunidad, mejorar la economía de la zona, incrementando las posibilidades de encontrar fuentes de empleo de forma directa e indirecta, reconociendo la diversidad de acciones que el turismo permite, en la generación de ingresos.

Los recursos naturales abarcan una serie de recursos que pueden ser empleados como atractivos turísticos, dentro de esta realidad para una mejor comprensión del tema, resulta indispensable citar los de mayor relevancia e importancia:

Montañas

Las montañas son elevaciones topográficas es decir pronunciamentos de tierra, formadas de manera natural, con elevaciones superiores a los 700 metros, sobre el nivel de la base. Estas pueden encontrarse de forma individual o en conjunto.

Planicies

Este término corresponde a espacios o extensiones de terreno, donde existen relieves pequeños que no sobresalen sobre el nivel de mar, presentando una vegetación característica de cada ecosistema o hábitat.

Desiertos

Los desiertos son biomas que carece de precipitación y fuentes de agua naturales, en ellos existen escasas formas de vida, debido a la falta de las condiciones necesarias para tener vida. Por consiguiente la fauna y flora es escasa, y la vegetación que ahí se desarrolla, es del tipo xerófilo, aparece en la noche para preservar su humedad.

Ambientes lacustres

Los ambientes lacustres corresponden a espacios donde la cantidad de recursos presentes, los convierten en verdaderos tesoros que pueden ser explotados, en tiempos de escases de agua dulce. Aquí el suelo es considerado virgen y poseedor de fuentes de minerales.

Ríos

Son corrientes naturales de agua que fluyen según su trayectoria o cause, desembocan en mar, lagos o en otro río, en este caso se convierten en afluentes de ríos de mayor tamaño. En la mayor parte de ellos, existe vida y son lugares propicios para la pesca, en otros debido a su ubicación y condiciones, se convierten en espacios idóneos para otro tipo de actividades recreativas.

Bosques

Los bosques son un tipo de ecosistemas donde la vida vegetal y animal prevalecen, cuentan con las condiciones necesarias para mantener otras especies, se convierten en la casa de muchas especies de flora y fauna. Además del rol importante que cumplen para mantener un equilibrio en la biosfera, al ser considerados los pulmones del mundo.

Aguas subterráneas

Las aguas ubicadas debajo de la tierra son conocidas como subterráneas y representan el mayor volumen de agua presente, en los distintos continentes. El cuidado de estos recursos es indispensable porque a futuros e proyectan como la fuente de líquido vital para humanidad, considerando que debido al calentamiento global, las reservas ubicadas en la superficie, se están agotando a un ritmo acelerado.

Fenómenos espeleológicos

Son cavidades que se han formado en la tierra, de manera natural como producto de la constante evolución y el impacto que los cambios climáticos provocan. En este grupo se encuentran las cavernas, grutas, cuevas, ríos y pequeños lagos subterráneos.

Fenómenos geológicos

Dentro de los recursos naturales, un lugar importante ocupan los fenómenos geológicos, que son manifestaciones periódicas de los volcanes que se mantienen en actividad, caracterizados por la liberación de energía, en forma de calderas, cráteres, flujo de material piroclástico, etc. Un ejemplo de esto es el volcán Tungurahua, que se ha convertido en uno de los principales atractivos del cantón Baños, cada noche miles de turistas llegan hasta un mirador para observar tan magnífico espectáculo natural.

SNAP

Este término corresponde al Sistema Nacional de Áreas Protegidas es decir reservas naturales donde la flora y la fauna, son cuidadas de manera adecuada, se consideran espacios libres de prácticas negativas sobre la naturaleza como la pesca, caza, explotación minera, entre otras. En estos lugares se busca mantener géneros endémicas y buscar su proliferación, previniendo la extensión de un mayor número de variedades de plantas y animales.

En el Ecuador son varias las áreas protegidas, debido a la amplia variedad de especies, que el territorio por más pequeño contiene, obligando a las autoridades y estamentos encargados del ambiente, a diseñar y buscar las formas necesarias para promover su protección y mantenimiento, de manera

que esta amplia biodiversidad nunca corra el riesgo de terminar, por la mano irresponsable del hombre.

2.1.2. Recursos culturales

En el estudio de los atractivos turísticos y su clasificación, otro recurso a considerar es el cultural, definido por la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI, 2013) como:

Las personas, grupos, organizaciones e instituciones ligadas al quehacer cultural, tanto en el ámbito público como privado: creadores, gestores, emprendedores y productores culturales, organismos públicos nacionales e internacionales, fundaciones, organizaciones y grupos culturales y comunitarios, empresas, proyectos autogestión, espacios y centros culturales, museos, bibliotecas, medios de comunicación, editoriales, discográficas, centros de enseñanza e investigación, etc. (pág. 13).

Con base al concepto referido es posible definir a los recursos culturales como elementos que forman parte de la vida histórica de un pueblo o una nación, abarca todo tipo de manifestaciones como las costumbres, prácticas ancestrales, actividades artísticas, formas de trabajo, gastronomía y nivel de crecimiento industrial, que con el paso de los años, la sociedad ha sido capaz de alcanzar durante largos períodos de evolución, sobre los cuales se ha cimentado las sociedades modernas y ha permitido que sociedades sean reconocidas a nivel mundial.

En la actualidad, el mundo moderno caracterizado por amplios procesos de perfeccionamiento, ha adoptado un estado de globalización y crecimiento económico donde el turismo cumple un gran rol y se ha constituido en una de las formas más sustentables de mejorar la economía de pueblos y países enteros, sobre todo el ligado al aprovechamiento de los recursos intangibles como es la cultura, incorporando estos elementos a la oferta turística para atraer un mayor número de visitantes, de manera que indirecta y directamente

creen nuevas fuentes de empleo, diversificando la economía para ganar un lugar en el mercado del turismo, convirtiéndose en un destino de primer nivel.

La Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), define al patrimonio como aquellos objetos que provienen de antepasados y se transmiten como herencia. En sí el patrimonio es una construcción cultural que debido a su importancia, ha sido conservado a través del tiempo.

Es un legado de monumentos y sitios de una gran riqueza natural y cultural que pertenece a toda la humanidad. Los sitios inscritos en la Lista de Patrimonio Mundial cumplen una función de hitos en el planeta, de símbolos de la toma de conciencia de los Estados y de los pueblos acerca del sentido de esos lugares y emblemas de su apego a la propiedad colectiva, así como de la transmisión de ese patrimonio a las generaciones futuras. (UNESCO, 2015)

En síntesis el patrimonio es un concepto amplio que reúne una serie de elementos y atributos de los pueblos y los territorios, que forma parte del acervo natural, histórico y cultural que ha convertido a diferentes territorios, en sitios de admiración y conservación, existiendo el Fondo de Conservación de la UNESCO para el mantenimiento de estos lugares como monumentos, casas, iglesias, costumbres, entre otras.

El estudio del patrimonio es un campo muy amplio, por consiguiente para analizar su tipología o clasificación es necesario considerar la incidencia, de las siguientes perspectivas y lineamientos, desarrollados con base a los lineamientos de la UNESCO como organismo encargado de su inventario, cuidado y socialización a nivel mundial.

A continuación se presenta una breve descripción del tipo de patrimonios culturales, donde considera una clasificación basada en el tipo de soporte y

naturaleza de los recursos, así como el aporte que representan para la comunidad y la sociedad en general:

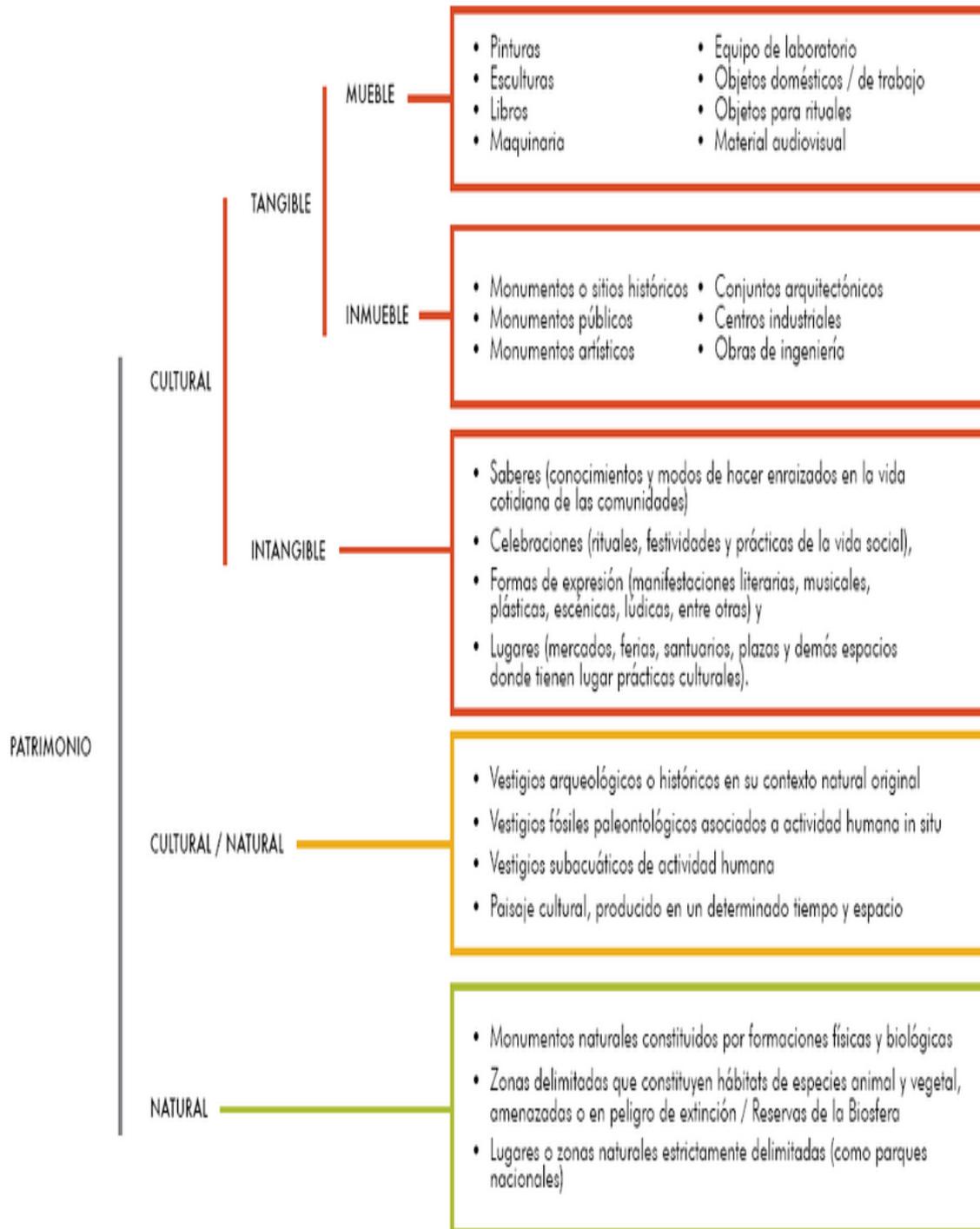


Gráfico 1: Clasificación del Patrimonio

Fuente: (UNESCO, 2015)

- **Patrimonio material**

Hace referencia al tipo de patrimonio que ocupa un lugar en el espacio, puede ser percibido de manera concreta, a través de los sentidos, facilitando su clasificación a través de aspectos específicos como movilidad, tipo de bien o inmueble, tamaño, procedencia e incluso el material empleado para su construcción, así como la utilidad y naturaleza por la cual se mantuvo y fue conocido a través de la historia.

Dentro de este contexto destaca la presencia de:

Muebles:

Debido a sus especificaciones físicas y debido a la información que aportan a la cultura e historia de un pueblo, que son plausibles de movilización, sin que esto altere su naturaleza, composición y significado. Un ejemplo caro de esto son las piezas arqueológicas, de arte y reliquias mantenidas a través de los años para su exhibición y reconocimiento.

Inmuebles:

Son aquellos que debido a su naturaleza y composición no pueden ser trasladados, dentro de esta categoría están los edificios y todo tipo de estructura que está sujeta por su tamaño al medio, donde la única forma de conocerla es mediante una visita programada hasta el lugar. Muchos de los recursos que forman parte de este tipo de patrimonio son conocidos por imágenes y fotografías que en ocasiones son incluidas en postales, que se entregan como promoción de un lugar turístico.

- **Patrimonio inmaterial**

En el caso del patrimonio inmaterial, reúne a todos los recursos o elementos que no son posibles de verificación de su presencia física a través de los sentidos, por el contrario las manifestaciones se producen de forma efímera, el

registro en este tipo de patrimonio es el de tipo bibliográfico, audiovisual y audio como tiene lugar en el relacionado con las costumbres, idiomas, tradiciones y tipo de tipo de elementos que forman parte activa de la cultura intangible de un pueblo.

Al tratarse de un patrimonio compuesto por bienes que debido a su naturaleza, los convierte en recursos frágiles, como suma dificultad de ser conservados, sobre todo corren el riesgo de ser olvidados, con el paso de los años, especialmente en un mundo donde la globalización y el acceso a nuevas tecnologías de la información, incide de forma negativa en la personalidad de las nuevas generaciones, quienes tienen la tendencia de abandonar sus raíces por adoptar nuevos estereotipos.

- **Patrimonio cultural - natural**

En el caso del patrimonio cultural – natural, este abarca una serie de elementos con mayor amplitud, abarcando elementos naturales propios del entorno inmediato del ser humano, que abarcan todas las manifestaciones relacionadas con la historia y la cultura, en función de los recursos naturales que cada territorio posee.

En síntesis este tipo de patrimonio está sobredimensionado y se convierte en el más extenso, especialmente en América Latina donde existe varios recursos naturales y culturales propios de sitios donde se ha mantenido intacta la naturaleza y la historia.

- **Patrimonio natural**

Dentro de esta clasificación el patrimonio natural se concibe como el conjunto de bienes, recursos y elementos que están relacionados estrechamente con el medio ambiente, que no han sido afectados por la mano

del hombre o cualquier otro agente externo que sea nocivo para su conservación:

Histórico

El patrimonio de tipo histórico está ligado estrechamente con la evolución de los pueblos y todas las actividades, hechos y situaciones que debieron cumplirse hasta la actualidad, que además cumplen el papel de indicador cultural, sobre los aspectos representativos de un pueblo. En síntesis se concibe como:

La interpretación de parte de los especialistas en la historia, de algún evento donde están involucrados los seres humanos y acontecidos en algún lugar y tiempo determinados. El hecho histórico no es el suceso en sí mismo, sino que este hecho es una construcción intelectual hipotética, de parte del historiador, partiendo de los datos de realidad social y fuentes consultadas (Muisa, 2014, pág. 40)

Con base a lo descrito el patrimonio histórico, corresponde a la historia o acontecimientos que han ocurrido en el pasado, dentro de un territorio específico como ciudades, pueblos, o comunidades y que se han mantenido en la memoria colectiva de la población, transmitiéndose de generación en generación.

Estas memorias y vivencias anteriores, corresponden a uno de los principales indicadores que un pueblo tiene para evidenciar su progreso, construir su propia identidad, sin olvidar sus raíces de manera que las sociedades conserven y mantengan vigentes prácticas ancestrales.

Definitivamente el patrimonio histórico es un atractivo turístico de tipo cultural, con todos los atributos para promover el turismo de conocimiento, sobre todo si los visitantes desean vivir nuevas experiencias, trasportándose a

épocas anteriores como la práctica de rituales nativos llevados a cabo por chamanes, etc.

Etnias

El patrimonio étnico hace referencia a “un conjunto de personas que comparten rasgos culturales, lengua, religión, celebración de ciertas festividades, música, vestimenta, tipo de alimentación, una historia y comúnmente un territorio” (Gellner, 2015, pág. 67)

Es decir el estudio de las etnias como recurso turístico es un factor sociocultural y escasamente biológico, que hace referencia directa a la adaptación de las sociedades a las condiciones del medio, desarrollando nuevas capacidades de adaptación, en las nuevas generaciones. En síntesis las etnias como recurso turístico están relacionadas con la evaluación de casa individuo, enfatizando en cuál es el proceso que debió cumplirse para su adaptación a nuevas condiciones.

Costumbres

Una costumbre es una forma de comportamiento particular que asume toda una comunidad y que la distingue de otras comunidades; por ejemplo: sus bailes, sus fiestas, sus comidas, su dialecto o su artesanía. Una costumbre es un hábito adquirido por la práctica frecuente de un acto. Las costumbres de una nación o persona, son el conjunto de inclinaciones y de usos que forman su carácter distintivo (Salcedo C, 2013, pág. 85)

Las costumbres son nuestras formas de pensar, de sentir y de actuar, la lengua que hablamos, nuestras creencias, la comida y el arte, son algunas expresiones de nuestra cultura. También son eventos artísticos como ceremonias, religiosas, o culturales propias de una comunidad

Música

“La música es un estímulo que afecta el campo perceptivo del individuo; así, el flujo sonoro puede cumplir con variadas funciones (entretenimiento, comunicación, ambientación), etc.” (Ulrich, 2016, pág. 110)

Gastronomía

En el estudio y análisis del patrimonio cultural, la gastronomía es parte activa del mismo por involucrar la historia y la evolución de los pueblos, como una de las manifestaciones culturales de mayor importancia y relevancia para las sociedades, convirtiéndose en una carta de presentación, que los identifique de forma particular.

De tal manera que la gastronomía se ha convertido, en un aspecto importante del turismo, a tal punto de considerarse un recurso de gran atractivo para los visitantes, quienes desean llegar hacia un destino para degustar nuevos sabores y platillos, como una medida que permita conocer de manera directa parte de la evolución histórica y las costumbres de determinados grupos.

En síntesis (Alles, 2011), considera a la gastronomía como base de la nutrición, afirmando que antes el único fin de la cocina era alimentarse, sin embargo hoy es una de las actividades más lucrativas y rentables, que incluso se han constituido como los recursos más motivantes para incrementar el flujo de turistas.

De tal forma que hoy existe una nueva tendencia, denomina turismo gastronómico, donde los sabores se convierten el principal atractivo para los visitantes que llegan siempre buscando nuevas sensaciones como sucede con lugares de la costa donde la variedad de sus platillos, en conjunto con la

belleza de las playas, convierte a este destino en un lugar completo para ser visitado en más de una ocasión.

Leyenda

En cuanto al patrimonio cultural, es importante indicar que este recurso está relacionado con la oralidad de la historia, por ejemplo a través de leyendas, donde el contenido a difundir, consiste a la socialización de fenómenos difíciles de comprobar pero que han formado parte de cada pueblo por mucho tiempo, al punto de considerarse hechos reales, dogmáticos donde la fe es el principal requisito

En las leyendas que presentan elementos sobrenaturales, como milagros, presencia de criaturas feéricas o de ultratumba etc., estos se presentan como reales, pues forman parte de la visión del mundo propia de la comunidad en la que se origina la leyenda. En su proceso de transmisión a través de la tradición oral las leyendas experimentan a menudo supresiones, añadidos o modificaciones, surgiendo así todo un abanico de variantes (A & Rodríguez, 2013, pág. 60)

Las leyendas son cuentos fingidos sobrenaturales que aparentemente han ocurrido en el pasado de ciudades, pueblos o comunidades, y se relata a través de cuentos a las nuevas generaciones. Para así mantener vigentes, en la memoria colectiva de las nuevas generaciones, esa vasta riqueza oral que tanto caracteriza los pueblos del Ecuador.

Mitos

“Es un relato tradicional que se refiere a acontecimientos prodigiosos, protagonizados por seres sobrenaturales o extraordinarios, tales como dioses, semidioses, héroes, monstruos o personajes fantásticos” (Grimal, 2015, pág. 80).

En el caso de los mitos estos forman parte de un conjunto de creencias culturales, que se transmiten de generación en generación, considerándose relatos llenos de mucha verdad, o creados con base a hechos y situaciones que le sucedieron a alguien y mediante la oralidad, han permanecido vigentes en la culturalidad de civilizaciones enteras.

2.1.3. Realizaciones técnicas y científicas

Recursos naturales producto de la explotación y planificación, de inversionistas de la localidad o extranjeros, como emprendimientos piscícola, explotaciones agropecuarias, balnearios, obras técnicas, centros científicos y técnicos, caminos pintorescos

2.1.4. Realizaciones artísticas contemporáneas

Se presentan como museos, obras de arte, pintura, escultura existentes en la localidad y que fungen como atractivos turísticos para propios y extraños.

2.1.5. Acontecimientos programados artísticos

Corresponde a la oferta turística que la localidad tiene a bien promocionar con el mercado de turismo, para esto utiliza a las fiestas locales y tradicionales, vida nocturna, gastronomía, rodeos, ferias y congresos, eventos deportivos que caracterizan a la población y forman parte de su vida como los principales atractivos que pueden aumentar la afluencia de personas, quienes movilizados con fines turísticos pueden generar de forma directa e indirecta nuevas y mejores fuentes de empleo.

2.2. Productos turísticos

SECTUR (2016), conceptualiza a los productos turístico como la reunión de elementos de tipo tangibles e intangibles como versa la clasificación del

patrimonio, incluyendo en esto a recursos, atractivos, lugares de hospedaje, servicios recreativos y de alimentación que pueden ofertarse para consumo de los visitantes que llegan a este destino para ejercer el turismo.

Lo descrito suma una amplia variedad de servicios todos diseñados para incrementar el flujo de turistas, todos enfocados a satisfacer las demandas y necesidades del consumidor, enfocándose a los principios del turismo que son el esparcimiento, descubrimiento y experimentación de nuevas sensaciones, a través de varias actividades diferenciadas diseñadas para recrear y disminuir la presencia de largos y fuertes episodios de estrés, provocados por las presiones del mundo moderno.

En síntesis los destinos turísticos para ser considerados como tal, deben cumplir con muchos requisitos entre los que destacan los productos turísticos, considerando que estos están relacionados con satisfacer las necesidades y demandas del turista que acude con diferentes motivaciones siempre buscando una atención de calidad.

Dentro de este contexto, en la actualidad los productos turísticos buscan innovar la forma de hacer turismo, diversificar la economía y sobre todo, posicionar a las actividades turísticas como un recurso con amplia capacidad de mejorar la vida de la población, generando de forma directa e indirecta, mayores ingresos económicos.

Los mercados turísticos son muy competitivos, hay que estar a la vanguardia ofertando nuevos productos que atraigan la atención del turista ante una segmentación constantemente. Las actividades turísticas favorecen a la población de destino con la generación de empleos y la activación del sector económico de la localidad.

Estimular la creación de pequeñas empresas dedicadas al turismo para atraer inversión extranjera, los principales motivos para el desarrollo turístico es

atraer inversión extranjera y poner en marcha nuevos proyectos, que generan mayores ingresos para las empresas locales y por supuesto para lo comunidad.

Las directrices para desarrollar productos turísticos, según (Díaz Varela, 2012), contemplan las siguientes etapas:

- Identificación de oportunidades para nuevos negocios
- Definición de una estrategia de productos/mercados
- Estructuración de productos
- Identificación de oportunidades para nuevos negocios

De manera posterior será necesario evaluar con lo que cuenta el destino, en infraestructura, atractivos y todo el entorno que lo rodea para identificar qué es lo que hace fuerte al sector y en un futuro poderle dar una fuerte promoción para que sea explotado turísticamente.

El SECTUR (2008), manifiesta que los destinos turísticos ofrecen una gran variedad de actividades para ser realizadas por los visitantes, por tanto es necesario desarrollar una estrategia específica para cada plaza, si se plantean bien las actividades a implementarse, existirá un mayor crecimiento en la zona.

Zubeldia Larrosa (2014), manifiesta que los sectores turísticos suponen la participación de los actores que se encargan de planificar, gestionar y desarrollar, tales como el sector público, privado y civil, desarrollar un destino turístico no es fácil pero si se planifican bien las estrategias se puede lograr el éxito. Los líderes de los productos turísticos deben de enfrentar varios obstáculos antes de una iniciativa de un proyecto.

Muchos destinos turísticos ofrecen una variedad de actividades, pero nadie está dispuesto para aprovecharlo o explotarlo, ni lanzar sus productos comerciales. Estos son los tour operadores y el operador receptivo encargado

de recibir al turista en el aeropuerto, y empieza por ofrecerle información turística de la localidad y le ayuda a que su viaje sea placentero.

Dentro de este contexto otros de los elementos que deben considerarse para en su estudio y análisis, son los efectos que se derivan de su aplicación, enfatizando que el nivel de impacto, variara de acuerdo a la responsabilidad y compromiso, con la que se busque incrementar los ingresos de la familia, por consiguiente del estado, al contribuir en el aumento del Producto Interno Bruto (PIB).

A continuación se describen los principales efectos que se evidencian y son posibles de evaluación, tras la ejecución de cualquier actividad turística son:

- **Efecto económico**

La Organización Mundial de Turismo, en su boletín exhibe amplias estadísticas, respecto al comportamiento económico de las actividades turísticas por regiones, países y continentes, evidenciándose el valioso aporte que esta actividad representa para el crecimiento social de sociedades enteras, donde las fuentes de empleo escaseaban y con el turismo existió la oportunidad de incrementarlas de forma directa e indirecta.

Según datos oficiales de la (OMT, 2014), las cifras económicas para el año 2003 ya alcanzaban el 6% del PIB a nivel mundial, este porcentaje representa el 30% de los recursos que un país está en capacidad de exportar como bienes y servicios.

Este movimiento generado a través de las actividades turísticas, es material de análisis a niveles macro y micro, en lo que a economía se refiere, considerando que las consecuencias económicas del turismo, según datos de (OMT, 2014), son múltiples y abarcan varios aspectos y contextos de la vida social de la humanidad:

Dependencia de la situación económica general

El comportamiento del turismo, en cuanto a la demanda y la oferta depende principalmente de la economía a nivel mundial, cuando esta crece y se muestra positiva, la cantidad de dinero circulante permite que la afluencia de turistas sea mayor, permitiendo a la población en general disponer una gran parte de sus recursos económicos para invertirlos en viajes, relacionados directamente con el turismo.

En este sentido un decrecimiento de la economía, afecta al turismo, considerando que las familias y los individuos preferirían limitar sus actividades de turismo, dando prioridad a aspectos más importantes como salud, educación, alimentación y vivienda.

Empleo

En materia económica la generación de empleo es uno de los indicadores más representativos que se derivan de la actividad turística, actualmente se reconoce que es un sector donde cerca del 10% de la población económicamente activa presta sus servicios, de forma directa e indirecta, permitiendo que el emprendimiento sea una de las primeras formas de emplear a más personas.

Sin embargo los empleos generados por la actividad turística, no son permanentes debido a la estacionalidad que antecede al turismo, al existir temporadas altas y bajas, el número de puestos de trabajo que se requieren varían de acuerdo a la demanda del mercado, existiendo inestabilidad laboral.

Producción

En materia productiva la actividad turística para países con evidente potencial y trayectoria en el ámbito del turismo, representa un valor y aporte

significativo para el cálculo del Producto Interno Bruto, en países como España, este sector contribuye cerca del 11% del PIB, facturando alrededor de 91.988,7 millones de euros de los cuales el 41.346,3 millones de euros, del porcentaje total el 4,9% corresponde al turismo receptor.

Presión inflacionista

El comportamiento de los mercados y la fluctuación de las tasas inflacionarias en cada país y a nivel mundial, incrementan los precios de los productos y servicios a nivel general. En el sector turístico esto da lugar al establecimiento de dos temporadas baja y alta, considerando varios aspectos como clima, rendimiento financiero, etc. Todos estos aspectos determinan la afluencia de turistas que llegaran a un destino, afectando directamente la economía local.

En síntesis en temporada alta, época donde el número de visitantes aumenta, todos los precios suben y los servicios escasean, lo contrario sucede en temporada baja donde la llega de visitantes se reduce notablemente y los rubros por concepto de actividades turísticas bajan.

Distribución de la renta

El turismo tiene un efecto multiplicador y equilibrador en los países desarrollados, puesto que al generar empleo disminuye en cierta medida las diferencias económicas entre la población, dando lugar a una distribución más equitativa de la riqueza, abriendo un gama de oportunidades para la población de mejorar, accediendo a mejores servicios de salud, educación y alimentación.

Tasa de cambio

El cambio que existe en el valor de las divisas a nivel mundial, afecta de forma directa sobre el turismo, considerando que esta fluctuación por mínima

que parezca, incide de manera positiva o negativa en la cantidad de turistas que llegan a un destino, provenientes de diferentes sectores con la finalidad de conocer nuevos lugares, diversificando de esta manera la economía.

Inversiones públicas

El turismo es una de las actividades más rentables y con mayor proyección a nivel mundial, razón para que un gran número de gobiernos adopten nuevas políticas de estado, con sólidos lineamientos de apoyo al turismo. En este contexto, los destinos turísticos se ven en la necesidad de invertir, en servicios y productos que garanticen una estancia de calidad por ejemplo, en el caso de Ecuador los GAD locales y provinciales, así como los distintos ministerios, se ocupan del mantenimiento de las vías de acceso, terminales aéreas y terrestres, etc.

- **Efectos culturales**

Otro de los efectos derivados del turismo sobre las sociedades es el intercambio cultural que promueve el flujo constante de personas, provenientes de diferentes lugares y culturas. Este fenómeno permite aprender costumbres, tradiciones, formas de vida, idioma, gastronomía, entre muchas cosas, sin embargo no todo es positivo, considerando que la aglutinación de información y estereotipos extranjeros pueden atentar contra el mantenimiento de la identidad cultural propia de cada pueblo.

Alteración de las estructuras sociales

Dentro del análisis del impacto cultural, uno de los aspectos que debe considerarse y estudiarse de forma minuciosa, es como el intercambio de culturas, puede alterar las estructuras sociales de cada destino turístico. Considerando que muchos de los visitantes, deciden quedarse para siempre en

el lugar visitado, exigiendo una adaptación del nuevo habitante como del lugar receptor.

Por consiguiente este proceso de alteración, abarca el cambio de patrones de conducta social y psicología, teniendo que modificar varios aspectos de logística, viabilidad, hábitat, gastronomía, educación, salud, etc, como requisitos indispensables para garantizar que los derechos, expectativas y necesidades de los visitantes estacionales y periódicas demandan del lugar de destino.

Aculturación

La aculturación es un fenómeno que tiene lugar como resultado del intercambio cultural que sucede entre visitantes y receptores, durante la estancia en el destino turístico. Este es un fenómeno que se evidencia en todo el mundo, permite que las sociedades aprendan de otras civilizaciones, aspectos tecnológicos, científicos, gastronómicos, etc, sin embargo debido al tiempo de permanencia de los turistas en cada lugar, la posibilidad de que ellos absorban suficiente información, de manera que pueda modificarse su conducta es mínima, situación que no sucede con los receptores quienes mantiene contacto permanente con los turistas.

Favorece el aprendizaje de idiomas extranjeros

Uno de los aspectos que tienen lugar de manera inmediata e incluso imperceptible es el aprendizaje del idioma, no solo los visitantes, muchas de las personas que viven en cada destino turístico, deciden aprender lenguas extranjeras con la finalidad de ofrecer un servicio completo y de calidad.

Esto no se cumple a cabalidad y en ocasiones este intercambio, solo da lugar a un deterioro de la lengua nativa, mezclándola con otras que provienen del exterior, distorsionando la naturaleza de la comunicación, introduciendo

modismos y vulgarismos como sucede en el “esplanglis”, método empleado para intercambio de ideas en varias comunidades de Estados Unidos, con gran presencia de latinos.

- **Efectos en las industrias artesanales**

La (OMT, 2014), describe la presencia de otro efecto ocasionado por el accionar de la actividad turística y es el que este ejerce sobre las industrias artesanales, brindándoles facilidades de expansión, a través de líneas de financiamiento y promoción.

Sin embargo este apoyo puede ocasionar que la calidad de los productos varíe, con la finalidad de abaratar costos, perjudicando enormemente la naturaleza de cada uno de los bienes a comercializar, sobre todo si se considera que el plus de las artesanías radica en la forma de fabricación mayoritariamente realizada de forma manual y la calidad de materia prima empleada.

- **Efectos tecnológicos**

Como parte de las demandas de los turistas muchos de los destinos turísticos, sobre todo en Latinoamérica, se ven en la necesidad de innovar su planta tecnológica con la finalidad de satisfacer las demandas del mercado y garantizar una mayor afluencia de visitantes, ante una estada de calidad.

- **Efectos políticos**

Uno de los aspectos que puede perjudicar el crecimiento sostenible del mercado turístico es el comportamiento político de los países, creando una mala imagen a nivel mundial, que incluso puede crear en los posibles visitantes, la imagen de inseguridad, reduciendo significativamente la llegada de nuevos turistas.

- **Efectos sociales**

Entre los efectos sociales del turismo están las conductas xenofóbicas, de rechazo hacia ciertas culturas y razas, generando ambientes hostiles, marcados por la violencia entre semejantes, creando una mala imagen ante el panorama mundial, convirtiendo al destino turístico, en un lugar inseguro, no confiable para los viajeros.

- **Efectos ambientales**

En materia ambiental el turismo ha sido el desencadenante de contaminación en recursos hídricos y forestales, sin contar la afectación de la fauna nativa de varios destinos, ante actividades turísticas realizadas de manera irresponsable, sin un modelo sostenible que respete la vida y promulgue la necesidad de mantener estos elementos, por el valor representado para la humanidad.

Dentro de este contexto, en la actualidad los gobiernos, buscan promover el establecimiento de un movimiento turístico amigable con el ambiente, que busque preservar los recursos naturales, enfatizando que estos son el principal atractivo para los visitantes, además de ser el hábitat de muchas especies de flora y fauna.

2.2.1. Atractivos

Los atractivos turísticos son todos los elementos naturales y creados por la mano del hombre, poseedores de características esenciales para atraer un mayor número de turistas y ofrecer una estancia de calidad, que asegure y garantice una propaganda favorable que motive un crecimiento en el flujo de turistas. Dentro de este contexto los atractivos turísticos se clasifican en dos grandes categorías, sobre las que se evidencia la presencia de una vasta lista de elementos con capacidad de potenciar la actividad turística:

De sitio

Los atractivos turísticos de sitio puede ser de tipo natural, cultural e histórico así como patrimonial, tanto tangible o intangible creados de diferentes forma, en esta categoría se incluyen las costumbres, vestido, gastronomía y todo aspecto que permita conocer la identidad de un pueblo.

Eventos

Otras de las categorías de los atractivos turísticos son las de eventos, abarca la realización y promoción de ferias, exposiciones, congresos y convenciones así como acontecimientos de promoción cultural. Un claro ejemplo de este tipo de atractivos es el carnaval de “Río de Janeiro” a nivel internacionalmente y el de “Guaranda” como evento nacional.

En el marco de este contexto, implementar un sendero que abarque los productos y atractivos turísticos, con los que cuenta la parroquia de San Antonio para mejorar la promoción de esta localidad y generar un mayor arribo de turistas nacionales y extranjeros, se convierte en un valioso atractivo turístico que diversificara la economía, abandonando el turismo artesanal como única fuente de ingreso.

2.2.2. Facilidades

Se refiere a todos los productos turísticos que tienen como finalidad, garantizar la permanencia de los turistas y así la continuidad de la actividad turística, ofreciendo una estancia agradable que satisfaga todas las demandas y necesidades de los visitantes, cumpliendo con las expectativas que el turista tiene de su viaje. Sobre todo al considerar que de esto depende la fama posterior del destino en un mercado tan competitivo como el turístico, donde la calidad y comodidad son requisitos indispensables.

Dentro de las facilidades que cualquier destino turístico debe considerar para promocionar una oferta turística innovadora y completa que satisfaga las necesidades del mercado, deben considerarse los siguientes elementos:

La planta turística

La planta turística corresponde al conjunto de todo tipo de recurso que se considera necesario para la prestación de servicios turísticos, como instalaciones para hospedaje, alimentación, salud, vías de acceso, oficinas de atención para visitantes, seguridad, etc. En si abarca todos los requisitos que un lugar debe cumplir para ser considerado un verdadero destino para el viajero local, nacional y extranjero.

El equipamiento turístico

Por su parte el equipamiento turístico corresponde, a la inversión que debe realizarse para volver idóneas las instalaciones antes mencionadas, de manera que cumplan con las condiciones necesarias para satisfacer las necesidades de los visitantes, siempre precautelando la integridad y la satisfacción del usuario.

La infraestructura turística

La infraestructura turística indiscutiblemente pasa a formar parte de la oferta turística, con todo y los costos que esto implica, aunque se tornen elevados, la única condición que deberán cumplir es mantener una relación estrecha con el turismo y la satisfacción del turista.

En síntesis este elemento de la oferta turística forma abarca la necesidad de construir nuevos espacios que reciban a los visitantes, en un ambiente de calidad, calidez y éxito, con la única finalidad de generar satisfacción y contribuir al incremento del flujo de turistas.

Para cumplir con este aspecto es indispensable realizar un inventario de la oferta turística que permita realizar una comparación entre lo que existe y lo que necesita, en función de la demanda de turistas que llegan al destino durante un período determinado. Esta es la única forma de garantizar el equipamiento eficiente de un destino para tener siempre disponibilidad en cuanto a habitaciones, alimentación, etc.

Los servicios complementarios

En la categoría de servicios complementarios ligados a la actividad turística se contempla la necesidad de contar con actividades de salud, comercio, alimentación, transporte y todo tipo de producto que pueda mejorar las condiciones en las que el visitante, va a hospedarse con un alto nivel de satisfacción.

Este tipo de servicios son de gran relevancia para los gobiernos, sobre todo porque la mayor parte de ellos son responsabilidad directa de la administración estatal, quienes son los únicos responsables de brindar seguridad en todos los aspectos a la población y quienes llegan a su territorio con diversos fines e intereses.

Las tres grandes clases de servicios de que hace uso el turista son alojamiento, medios de comunicación e información y servicios de comercio asociados, 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” (Ascania Guevara, 2011, pág. 21).

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. Evidentemente los servicios complementarios son quienes

perfeccionan cualquier oferta turística, orientada a cualquier corriente y obedeciendo a diferentes intereses.

2.2.3. Acceso

Todos aquellos productos turísticos que contribuirán a incrementar la oferta hacia los turistas, con medios de transporte adecuados, que faciliten el ingreso y movilización, hacia la localidad.

2.3. Senderismo

“Senderismo es un itinerario de excursión diseñado por caminos y senderos de forma original. Une la cultura y el deporte, y se considera de interés socio económico, histórico, cultural, deportivo y turístico” (Cisnero, 2016, pág. 55)

En este sentido estricto el senderismo, se reconoce como forma fácil y práctica de conocer un lugar para amarlo y respetarlo, sobre todo si se trata de lugares donde la naturaleza se impone, permitiendo respirar aire puro, admirar la majestuosidad de los grandes recursos naturales que la mayoría de destinos turísticos poseen.

Además con el senderismo el visitante tiene la capacidad de realizar un forma de turismo mucho más innovadora donde se promueve la conservación de estos santuarios naturales para agradar al turista, y crear en el una conciencia de respeto por la vida natural del lugar de descanso, elegido por el visitante para distraerse y cumplir con las actividades elegidas por el para su esparcimiento.

En la actualidad el senderismo, forma parte de una nueva tendencia en cuanto a la forma de hacer turismo, conocido como ecológico y de aventura, dos variantes que instan al visitante a desarrollar actividades diferenciadas como caminar para movilizarse y conocer, adoptando una actitud más dinámica

y práctica, alejándose del sedentarismo y la pasividad, convirtiéndose el, en su propio guía, teniendo la oportunidad de vivir y explorar cada uno de los atractivos naturales que le convencieron de visitar ese lugar.

Tabla 1: Tipos de senderos

Senderos de Gran Recorrido (GR)	Son rutas cuya distancia supera los 50 km. Su señalización se realiza a base de trazos en color blanco y rojo.
Senderos de Pequeño Recorrido (PR)	Son rutas cuya distancia está entre 10 y 50 km. Su señalización se realiza a base de trazos en color blanco y amarillo.
Senderos Locales (SL)	Son rutas cuya distancia no supera los 10 km. Su señalización se realiza a base de trazos en color blanco y verde.
Senderos Urbanos (SU)	Son rutas que están circunscritas a un ámbito urbano. Su señalización se realiza a base de trazos color amarillo y rojo
Sendero cultural (SC)	Es una invitación a recorrer una ruta específica, que entrega al visitante un aprendizaje significativo respecto de un paisaje, barrio o ciudad, reconociendo su historia, cultura, geografía y modos de vida, de la mano de sus propios habitantes.

Fuente: Adaptado (Sendero de Chile, 2015)

Elaborado por: El autor

2.4. Parroquia San Antonio

El GAD Parroquial de San Antonio (2015), describe a la parroquia de San Antonio de Ibarra, como una localidad ubicada a 6 km de la capital provincial es reconocida por sus artesanías y esculturas. Rodeado por todo el esplendor de la naturaleza, donde sus campos cubren como una alfombra de colores vivos al majestuoso Imbabura, que con sus 4630 metros sobre el nivel del mar se impone ante el firmamento y acoge en sus faldas a este pueblo lleno de

espacios y lugares que provocan recorrerlos y contemplarlos por siempre Parroquia rural perteneciente al cantón Ibarra de la provincia de Imbabura, ubicada a 5,50 km de la capital provincial y a 121 km de la capital ecuatoriana.

San Antonio fue creado civilmente 24 de marzo de 1693, más de un siglo después de su nacimiento. Es un pueblo ecuatoriano y se ubica en la ciudad de Ibarra que pertenece a la provincia de Imbabura, consta entre los destinos turísticos que destacan a la denominada Imbabura Provincia de los Lagos, debido a su potencial artístico y artesanal.

Las artesanías y la escultura forman parte de la cultura y tradición de San Antonio de Ibarra. En 1980 comienza la actividad artesanal en la ciudad con la creación del Liceo Artístico, donde se impartía conocimientos y práctica en pintura, escultura, tallado, y carpintería.

Uno de los personajes más destacados de San Antonio de Ibarra es Daniel Reyes, que en 1868 después del terremoto de Ibarra, se inicia desde niño como un ayudante de los escultores que vinieron desde Quito para restaurar las valiosas piezas de arte de templos e iglesias destruidas, es ahí donde se crea el espíritu sobre esta pasión, que luego lo convertirá en un referente nacional y en un personaje icono de la identidad sanantonense, debido a su talento y entrega por el arte.

En la actualidad los habitantes de San Antonio sobresalen y dan a conocer todo ese amor y pasión que llevan por su trabajo, a través de grandiosas piezas de arte que se exponen y son apreciadas tanto dentro como fuera del Ecuador.

San Antonio de Ibarra ofrece a sus visitantes varios lugares en donde se puede apreciar y admirar en trozos de madera, lienzos, chipra, piedra o cualquier otro producto alternativo que permita crear verdaderas obras de arte.

Los artesanos tallan además de las figuras religiosas, muebles, estatuas, murales, esculturas clásicas, modernas, mendigos, animales, jarrones y otros a los cuales han incorporado nuevas técnicas en sus acabados.

El turismo en San Antonio de Ibarra, está basado especialmente en la habilidad y destreza de los artesanos, que con sus Recursos Naturales crean maravillosas esculturas. Además cuenta con una gran belleza escénica, de flora y fauna, recursos culturales e históricos que se reflejan en la vocación artística y artesanal de sus habitantes (Ecostravel, 2013).

2.4.1. Datos generales

- Localización 5,5 Km al sudeste de Ibarra
- Altitud 2,238 msnm
- Temperatura 14°C
- Clima Templado
- Grupos étnicos Indígenas, mestizos y Afro ecuatorianos

2.4.2. Organización política

Partido Avanza (2014), describe a la parroquia rural de San Antonio de Ibarra, como una localidad conformada por los siguientes barrios Bellavista, Bellavista Bajo, Bellavista Sur Oriental, Ciudadela Andrea Tobar, Ciudadela Gustavo Pareja, Ciudadela José Tobar, Ciudadela Nuevo Hogar, Compañía de Jesús, Chorlaví, Guayllabamba, La Cruz, Las Orquídeas, Los Soles, Los Nogales, Moras, Barrio Norte, Barrio Occidental, Pucahuayco, San Agustín, San Vicente, Santa Clara. Santa Marianita, Santo Domingo, Israel, Barrio Sur, Barrio Central, Tanguarín, Ciudadela San Carlos, Sector Parcelas de San Agustín

2.5. Matriz categorial

Categoría variable	Dimensiones	Indicadores
<p>Atractivos turísticos Un atractivo turístico es un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural o natural inherente o exhibido, significancia histórica, belleza natural o artificial, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión</p>	<p>Sitios naturales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Montañas • Planicies • Desiertos • Ambientes Lacustres • Ríos • Bosques • Aguas subterráneas • Fenómenos espeleológicos • Fenómenos geológicos • SNAP
	<p>Recursos culturales</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Históricos • Etnografía • Realizaciones técnicas y científicas • Realizaciones artísticas contemporáneas • Acontecimientos programados
<p>Productos turísticos 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</p>	<p>Atractivos Motivan y orientan las corrientes turísticas</p>	<ul style="list-style-type: none"> • De sitio • De eventos
	<p>Facilidades Permiten la permanencia y la actividad turística</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Planta turística • Equipamiento turístico • Infraestructura turística • Complementarias
	<p>Acceso Permiten el desplazamiento al sitio</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Transporte

Elaborado por: El autor

CAPÍTULO III

3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

El modelo de investigación a emplearse en la ejecución del presente trabajo es de carácter explorativo, descriptivo y propositivo aspectos implícitos dentro del paradigma integrativo al disponer de datos cuantitativos y cualitativos.

En cuanto busca concluir con la explicitación de datos cuantitativos y cualitativos que se transformen en indicadores de las maneras en las que se está manifestando el problema. Este tipo de investigación definirá todos y cada uno de los aspectos que caracterizan al problema en el espacio donde se va a investigar. Es propositiva por cuanto la investigación busca encontrar una solución viable y pertinente que constituirá la propuesta.

La solución a convertirse en propuesta debe tratar de solucionar en parte el impacto del problema en la realidad específica donde se está desarrollando. No resultaría reflexivo pensar y aspirar que esta propuesta dé solución definitivamente al problema.

3.1. Tipo de investigación

3.1.1. Investigación bibliográfica

Permitió una amplia búsqueda de información sobre el objeto de investigación, esto se realizará de modo sistemático. El proceso de búsqueda de información se centró a la búsqueda de documentos para determinar cuál es el conocimiento e información existentes.

3.1.2. Investigación de campo

“La investigación de campo es el proceso que, utilizando el método científico, permite obtener nuevos conocimientos en el campo de la realidad social. Además facilitará el diagnóstico de las necesidades y problemas, a efectos de aplicar los conocimientos con fines prácticos” (Bersanelli & Gargantini, 2009, pág. 8).

Esta se realizó en el lugar donde se encuentran los sujetos u objetos de investigación, donde estuvieron ocurriendo los hechos o fenómenos investigados. Esto permitió que el investigador llegue más a fondo en la recolección de la información, para manejar los datos con mayor seguridad.

A través de este tipo de investigación, se recolectará toda la información necesaria para el desarrollo de cada una de las etapas de la investigación y diseñar el sendero cultural, objeto de la presente investigación.

3.1.3. Investigación propositiva

Bersanelli & Gargantini (2009), definen a la investigación propositiva como la única que permite generar nuevos conocimientos, con base a otros previos que cumplen la función de guía de otras labores más complejas. Su funcionalidad y naturaleza, tiene que ver directamente con el crecimiento de iniciativas teóricas, a partir de la aplicación de alternativas prácticas.

Con este tipo de investigación se analizaron y describieron la realidad actual, en cuanto a hechos, personas y situaciones. Facilitó el proceso de llegar conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas. No se limitó la recolección de datos, sino la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. También fue propositiva porque propone una solución al problema investigado.

3.2. Métodos

3.2.1. Método inductivo

El método inductivo permitió realizar un análisis ordenado, coherente y lógico del objeto de investigación en este caso los atractivos y productos turísticos con los que cuenta la parroquia de San Antonio, para identificar cuáles son los recursos de mayor relevancia.

3.2.2. Método deductivo

El método deductivo es de razonamiento, que consiste en tomar conclusiones generales para explicar particularidades. Se inicia con análisis de postulados, teorías, leyes, principios de aplicación universal y comprobación de validez para aplicarlos a soluciones o hechos particulares.

Este método facilitará el análisis e identificación de las potencialidades turísticas con las que cuenta el sector, para determinar el nivel de aprovechamiento de los recursos que se puede obtener en la zona.

3.2.3. Método analítico

La función de este método fue establecer las relaciones causa – efecto entre los elementos que componen el tema de la investigación. Para identificar el entorno y las disponibilidad del componente social y cultural con la implementación de la propuesta.

3.2.4. Método sintético

Facilitó la construcción de un compendio de los diferentes tópicos relacionados con la investigación con el fin de tener facilidad en la comprensión

del tema, para de esta manera obtener conclusiones y recomendaciones lógicas y coherentes que permitieron definir el objetivo de la investigación.

3.2.5. Métodos históricos - lógicos

A través de este método se identificaron las prácticas ancestrales y tradicionales que la población de la parroquia de San Antonio de Ibarra, conservan desde sus orígenes hasta la actualidad y forman parte del atractivo turístico de la zona.

3.2.6. Método estadístico

Se empleó en el análisis y tabulación de los resultados obtenidos de la etapa de recolección de la información, esto permitió sustentar el diseño e implementación de la propuesta.

3.3. Técnicas

3.3.1. Observación

La observación constituye el primer paso para recolectar información de primera mano que facilite el diseño y ejecución del proyecto que se observa. A través de esta técnica se evidenciaron las costumbres y tradiciones de la población.

3.3.2. Entrevista

A través de la técnica de la entrevista se pretende recolectar información que permita identificar los atractivos y productos turísticos existentes, en la parroquia de San Antonio de Ibarra. La población a entrevistar está conformada por los dueños de los talleres más representativos de la localidad, considerando los años que llevan en la actividad. Considerando que el

mercado artesanal es el principal atractivo para turistas nacionales y extranjeros. (Anexo 3)

3.3.3. Encuesta

Constituye la fuente primaria de investigación y presenta las siguientes ventajas para el diseño y desarrollo de la propuesta, resultante del proceso investigativo. Esta información recolectada permitió obtener información de primera mano de manera ágil, exacta y a bajo costo, directamente al grupo de población establecido en dos segmentos, el primero corresponde a la población de la parroquia de San Antonio (Anexo 4) y el segundo a los turistas que visitan anualmente la localidad (Anexo 5). Mediante esta herramienta se busca identificar los atractivos turísticos que existen y cuáles son las expectativas de los visitantes.

3.3.4. Instrumentos

Los instrumentos a emplearse permitirán diagnosticar el problema y realizar las recomendaciones pertinentes, esperando con la aplicación de estos dar respuesta a los objetivos planteados. Esta investigación hará uso de los siguientes instrumentos:

- Cuestionario para la encuesta
- Cuestionario para la entrevista
- Documento bibliográficos
- Lincografía

3.4. Población

Una vez definido el tema a investigar, formulados los objetivos y delimitadas las variables se hace necesario determinar los elementos o individuos con quienes se va a llevar a cabo el estudio o investigación. Esto permite delimitar

el ámbito de la investigación definiendo una población y seleccionando la muestra.

Para la entrevista se considera a los propietarios de los talleres artesanales de mayor importancia en la localidad y representantes:

- Propietario del taller – galería “Jorge Luis Villalba”
- Enma Montesdeoca (Personaje notable de San Antonio)
- Gerardo López (Personaje notable de San Antonio)

En la presente investigación se han tomado en cuenta a todos los pobladores de la parroquia de San Antonio. La población a encuestarse está conformada por 15,509 habitantes, según datos del CENSO realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el año 2010. Al tratarse de una cantidad superior a 30, se procede al cálculo de la muestra.

Sin embargo para la investigación resultó indispensable considerar otro segmento de la población, los turistas que visitan la parroquia de San Antonio. Para establecer el número de turistas que ingresan a la parroquia se acudió a la base de datos del Gobierno Parroquial de San Antonio, refiriéndose así a un aproximado de 45.000 turistas anuales correspondientes al año 2011.

Tabla 2: Población

Segmento	Año	Población	Fuente
Representantes y artesanos	2015	3	Observación
Población parroquia	2010	15.509	INEC 2010
Población turistas	2011	45.000	GAD parroquial San Antonio

Elaborado por: El autor

Al tratarse de datos desactualizados, se procede a la proyección de la población, en base a la tasa de crecimiento demográfico, fijada por el INEC en 1,6.

Para su cálculo se aplica la siguiente fórmula:

$$Mn = Mo (1+t)^{n-1}$$

Dónde:

- Mn = Población futura
- Mo = Población del año base
- 1 = Constante de la fórmula
- n = Años proyectados
- T = Tasa de crecimiento

Se procedió a calcular la tasa de crecimiento:

$$T = (Mn/Mo)^{n-1}$$

Tabla 3: Población proyectada

Segmento	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Población parroquia	15.509	15.673	15.923	16.177	16.435	16.697
Población turistas		45.000	45.720	46.451	47.194	47.949

Elaborado por: El autor

3.5. Muestra

Al tratarse de números superiores a los 30 habitantes, se procede al cálculo de la muestra, para facilitar el proceso de recolección de la información.

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

Fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra, número de unidades a determinarse.

N = Representa la población

δ^2 = Varianza estándar. Es un valor constante que equivale a 0.25

Z = El valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia, con el que se va a realizar el tratamiento de estimaciones. El nivel de confianza con el que se trabajo es del 95%, entonces: $1 - 0.95 = 0.05$. La distribución normal es de dos colas, entonces tenemos: $0.5 / 2 = 0.025$. Consecuentemente se obtiene: $0.50 - 0.025 = 0.475$ basándonos en la tabla de distribución normal el valor de Z es 1.96.

N-1= Corrección que se usa para muestras mayores de 30 unidades.

e = Límite aceptable de error para muestra, varía 0.01 – 0.09 (1% y 9%), en esta investigación se trabajó con un error muestral del 5%.

3.5.1. Cálculo de la muestra población parroquia San Antonio de Ibarra

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

$$n = \frac{(16.697)(0.25)(1.96)^2}{(16.697-1)(0.05)^2 + (0.25)(1.96)^2}$$

$$\mathbf{N = 376}$$

3.5.2. Cálculo de la muestra turistas que visitan la parroquia San Antonio de Ibarra

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

$$n = \frac{(47.949)(0.25)(1.96)^2}{(47.949-1)(0.05)^2 + (0.25)(1.96)^2}$$

$$\mathbf{N = 381}$$

CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Entrevista dirigida a propietario del taller – galería “Jorge Luis Villalba”

Pregunta 1:

¿Considera usted que los atractivos turísticos de la parroquia de San Antonio son aprovechados de manera adecuada?

No, aquí en la parroquia únicamente se la ha publicitado por fines comerciales, desconociendo por completo para propios y extraños que se trata de un lugar del cantón y la provincia con varios recursos naturales que pueden ser explotados con fines turísticos, sin contar festividades locales propias de nuestra gente, con los atributos suficientes para atraer turistas nacionales y extranjeros.

Pregunta 2:

¿Cree usted que el mercado artesanal presente en San Antonio forma parte de la oferta turística?

Definitivamente, las artesanías de madera se han convertido, en el principal atractivo turístico de la parroquia y uno de los más reconocidos por el turista nacional y extranjero, quienes consideran a nuestro sector, una parada obligatoria, al momento de visitar el norte del país.

Pregunta 3:

¿Cuáles considera usted son los motivos para que los turistas visiten San Antonio?

Podría afirmar que el único motivo, sobre el cual los turistas deciden visitar San Antonio de Ibarra es la oferta artesanal, considerando que las artesanía de nuestra parroquia tienen el reconocimiento internacional, por su calidad,

originalidad y versatilidad, sin mencionar la amplia trayectoria de los artesanos sanantonenses en el arte religioso en yeso y madera.

Pregunta 4:

¿Qué otros atractivos y productos turísticos tiene la parroquia de San Antonio para ofertar al turista?

En la actualidad, el tren es uno de los productos turísticos que a puesto a San Antonio en la mira de los turistas pero aparte de eso, no encuentro otro de notoriedad o reconocimiento público. Tal vez existan pero como le he mencionado, son aspectos que no socializados y explotados de manera adecuada, sin contar que no están ni señalizados, le hablo puntualmente de vías y senderos ecológicos que pueden emplearse para varias actividades con los visitantes.

Pregunta 5:

¿Existen las garantías necesarias para los turistas que visitan la localidad?

Bueno, el tema de la seguridad es un aspecto que preocupa, no solo a la población de San Antonio, razón para haber implementado por parte del gobierno varias Unidades de Policía Comunitaria, ubicadas en lugares estratégicos con la capacidad operativa necesaria para combatir la delincuencia. Sin embargo al hablar de garantías para turistas, no se puede considerar solo la seguridad, hay aspectos externos a considerar como hospedaje, alimentación y recreación donde es evidente el trabajo que hay por realizar.

Pregunta 6:

¿La parroquia de San Antonio cuenta con líneas de transporte, servicios de hospedaje y alimentación adecuados?

San Antonio cuenta con vías de acceso en buen estado, así como líneas de transporte que faciliten el ingreso de turistas nacionales y extranjeros, pero

hospedaje y alimentación si es un tema a tratar y sobre el cual hay que trabajar mucho, todo con la finalidad de complementar la oferta turística.

Pregunta 7:

¿Considera usted que el turismo es una fuente generadora de empleo e ingresos económicos para San Antonio?

Si, para nadie es un secreto que el turismo se ha convertido en uno de los motores económicos para muchas sociedades, incluso en el Ecuador el turismo es una de las actividades consideradas más rentables, un eje de la economía nacional. En este sentido impulsar en San Antonio el turismo, diversificaría la economía local enormemente, considerando que al momento el único referente comercial es el mercado artesanal y la fabricación y comercialización de todo tipo de muebles de madera, al punto de tratarse ya de un mercado altamente saturado.

Pregunta 8:

¿Conoce de alguna estrategia que se esté desarrollando en la parroquia para mejorar la oferta turística y atraer un mayor número de visitantes?

No, como artesanos y comerciantes de la parroquia, solo conocemos de las estrategias implementadas para impulsar las actividades comerciales de los artesanos de San Antonio, manteniendo la idea de atraer turistas locales y nacionales solo con el componente artesanal.

Pregunta 9:

¿Cuáles serían para usted los efectos de un adecuado aprovechamiento de los atractivos de la parroquia de San Antonio?

El principal el mejoramiento de las condiciones económicas de la población, porque al diversificar las actividades de la localidad, se generaría nuevas fuentes de empleo, que entre otras cosas reducirían la migración de las nuevas generaciones hacia cantones y provincias cercanas en busca de trabajo.

Pregunta 10:

¿Cree usted que existe el apoyo de autoridades y entidades públicas para mejorar la oferta turística de la comunidad?

Si, para nadie es un secreto que por parte del gobierno, a través de varias organizaciones gubernamentales existe el financiamiento así como asesoría para quienes deseen incursionar en esta actividad, al considerarse al turismo como un eje indispensable en la reactivación económica de cada rincón del país.

4.2. Entrevista dirigida a Gerardo López

Pregunta 1:

¿Considera usted que los atractivos turísticos de la parroquia de San Antonio son aprovechados de manera adecuada?

No, definitivamente los recursos están siendo subutilizados y en algunos casos hasta olvidados o no considerados para fines turísticos. Esto obedece a que en San Antonio, lo único que cuenta es la actividad comercial para mantener la economía de la zona, desestimando el potencial natural que puede ser empleado con fines de atraer e incrementar el flujo de turistas.

Pregunta 2:

¿Cree usted que el mercado artesanal presente en San Antonio forma parte de la oferta turística?

Si, podría atreverme a afirmar que el comercio artesanal es el único atractivo turístico reconocido por los visitantes locales, naciones e internacionales, convirtiéndose en el principal atractivo.

Pregunta 3:

¿Cuáles considera usted son los motivos para que los turistas visiten San Antonio?

Los turistas locales, nacionales e internaciones acuden a San Antonio únicamente con el fin de comprar artesanías en yeso y madera, convirtiendo a

la parroquia en una parada obligatoria para quienes viajan a otros destinos en la provincia. Esta falta de oferta turística perjudica a la parroquia, porque lejos de convertirse en un destino, nos reduce a un lugar de paso, reduciendo la oportunidad de generar fuentes de empleo y mejorar la economía de la zona.

Pregunta 4:

¿Qué otros atractivos y productos turísticos tiene la parroquia de San Antonio para ofertar al turista?

En San Antonio existen varios recursos naturales que pueden emplearse como atractivo turístico. Sin embargo esos recursos no son aprovechados y solo el comercio es el imán para los visitantes, desperdiciando el alto potencial que tiene para mejorar no solo el flujo económico, al mejorar el componente social con mayores recursos para la población en general.

Pregunta 5:

¿Existen las garantías necesarias para los turistas que visitan la localidad?

En temas de seguridad, actualmente la parroquia de San Antonio cuenta con varias unidades de policía, que prestan vigilancia y seguimiento a la población y los visitantes, reduciendo los niveles de violencia, factor que favorece a la visita de turistas, quienes se sentirán seguros de visitarnos.

Pregunta 6:

¿La parroquia de San Antonio cuenta con líneas de transporte, servicios de hospedaje y alimentación adecuados?

Las vías de acceso y carreteras hacia la provincia son de primer nivel, existiendo las facilidades para que quien decide visitarnos lo haga con confianza y la seguridad requerida. El visitante encontrara transporte público de todo tipo, que le permitirá llegar en tiempo prudencial, desde cualquier punto del país que decida visitarnos.

Pregunta 7:

¿Considera usted que el turismo es una fuente generadora de empleo e ingresos económicos para San Antonio?

Si, el turismo para mi es una de las actividades que más fuentes de empleo generan, porque demandan del establecimiento de múltiples negocios como restaurantes, hospedaje, diversión, entre otras cosas que mejoren la oferta turística y garanticen que la permanencia de los turistas sea agradable y repliquen con otras las ventajas del lugar de destino.

Pregunta 8:

¿Conoce de alguna estrategia que se esté desarrollando en la parroquia para mejorar la oferta turística y atraer un mayor número de visitantes?

No, la verdad no conozco de estrategia alguna para potenciar el turismo por el contrario, he visto que el turismo se ha convertido en un aspecto olvidado y tradicionalista, donde solo se promociona el aspecto comercial, desconociendo la importancia de complementar la oferta turística.

Pregunta 9:

¿Cuáles serían para usted los efectos de un adecuado aprovechamiento de los atractivos de la parroquia de San Antonio?

Los efectos que se derivarían del turismo y el aprovechamiento de los recursos en la parroquia de San Antonio, se evidenciarían directamente en el sector económico y por consiguiente en el área social, considerando que a mayores ingresos, la población tiene oportunidad de acceder a mejores servicios de educación, alimentación y salud, elevando la condición socio – económica de la población.

Pregunta 10:

¿Cree usted que existe el apoyo de autoridades y entidades públicas para mejorar la oferta turística de la comunidad?

La política de apoyo para emprendedores turísticos existe, pero siempre dependerá de que alguien tome la iniciativa y busque el apoyo.

4.3. Entrevista dirigida a Emma Montesdeoca

Pregunta 1:

¿Considera usted que los atractivos turísticos de la parroquia de San Antonio son aprovechados de manera adecuada?

La verdad mi familia es una de las más antiguas en la parroquia y no conozco de atractivos turísticos que hayan sido explotados para difusión de la localidad, únicamente el comercio artesanal es la base del reconocimiento que la parroquia tiene como tal. Hoy la rehabilitación del tren, en algo ha reactivado el turismo en la zona, con otro fin que no sea el de adquirir artesanías.

Pregunta 2:

¿Cree usted que el mercado artesanal presente en San Antonio forma parte de la oferta turística?

Por supuesto, para nadie es desconocido que San Antonio se encuentra en la mira de turistas nacionales y extranjeros únicamente por las artesanías de madera y yeso, sobre todo en lo relacionado con arte religioso. Sin contar que el turista local llega actualmente para adquirir muebles de madera para el hogar producto de la excelente trayectoria y fama de sus artesanos, a través de los tiempos, aspectos que han convertido a la parroquia de San Antonio en una para impostergable para el turista nacional y extranjero que visita el norte del país.

Pregunta 3:

¿Cuáles considera usted son los motivos para que los turistas visiten San Antonio?

El principal atractivo turístico de la localidad para los turistas nacionales e internaciones que visitan San Antonio es el comercio de artesanías, donde destaca el arte religioso en yeso y madera, sin desmerecer la oferta de muebles de madera, reconocidos por la calidad del material, sin contar los modelos innovadores y de vanguardia que siempre se promocionan.

Pregunta 4:

¿Qué otros atractivos y productos turísticos tiene la parroquia de San Antonio para ofertar al turista?

La verdad San Antonio tiene un amplio potencial turístico, sobre todo en lo que respecta a recursos naturales, fiestas populares, entre otros que son desconocidos incluso para nosotros como nativos del lugar. Convirtiéndose el recurso artesanal, en el único atractivo para los turistas, desaprovechando estas cualidades para atraer otro tipo de turismo y a la vez generar empleo para mejorar las condiciones de vida de la población, como sucede en otros lugares donde se ha incursionado en el turismo comunitario.

Pregunta 5:

¿Existen las garantías necesarias para los turistas que visitan la localidad?

Si, actualmente las condiciones de seguridad han cambiado en la parroquia, al momento existen varias Unidades de Policía Comunitaria, encargadas de salvaguardar la integridad y bienes de la población y los visitantes.

Pregunta 6:

¿La parroquia de San Antonio cuenta con líneas de transporte, servicios de hospedaje y alimentación adecuados?

En la actualidad la parroquia de San Antonio cuenta con vías de acceso de primer nivel, lo que permite que existan las líneas de transporte suficientes para visitar el lugar, sea de carácter privado o público, garantizando un viaje agradable y corto que además permite conocer otros lugares cercanos, incrementando así los atractivos de quienes desean visitarnos.

Pregunta 7:

¿Considera usted que el turismo es una fuente generadora de empleo e ingresos económicos para San Antonio?

Definitivamente, en el Ecuador se ha comprobado que el turismo es uno de los ejes de la economía del país. Esta es una de las razones para que a través del

gobierno se impulse el turismo como una fuente generadora de empleo, que de implementarse en San Antonio mejoraría las condiciones de vida de la población en general, contribuyendo al crecimiento y engrandecimiento de la sociedad sanantonense.

Pregunta 8:

¿Conoce de alguna estrategia que se esté desarrollando en la parroquia para mejorar la oferta turística y atraer un mayor número de visitantes?

La verdad ninguna nueva, todas están relacionadas con promover el turismo comercial, es decir encargado a mantener el nivel de comercio para de alguna manera sustentar el crecimiento económico de este sector, sustento financiero de la mayor parte de la población en San Antonio.

Pregunta 9:

¿Cuáles serían para usted los efectos de un adecuado aprovechamiento de los atractivos de la parroquia de San Antonio?

El impacto sería directo en el crecimiento económico de la localidad, creando nuevas fuentes de empleo. Sin embargo si esto no se realiza de manera adecuada puede repercutir directamente en el entorno natural y social de forma negativa, atentando contra la conservación de la naturaleza especialmente. Por esto considero que de existir este aprovechamiento turístico, se exija a los emprendedores o responsables de cualquier proyecto, el respeto a la vida, sobre todo a los recursos que no son renovables.

Pregunta 10:

¿Cree usted que existe el apoyo de autoridades y entidades públicas para mejorar la oferta turística de la comunidad?

Si, como mencionaba en respuestas anteriores, a través de las políticas del actual gobierno, el respaldo y apoyo para el crecimiento turístico está, sin embargo este no se da, si no es solicitado por alguien. Mientras no exista la iniciativa de alguna persona o entidad, no habrá manera de que eso se canalice y se mantendrá únicamente el flujo de turistas con fines comerciales.

4.4. Encuesta dirigida población San Antonio

Pregunta 1:

¿Considera usted que el turismo es una fuente generadora de empleo e ingresos económicos para San Antonio?

Tabla 4: Turismo fuente de ingreso

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	279	74%
No	97	26%
Total	376	100%

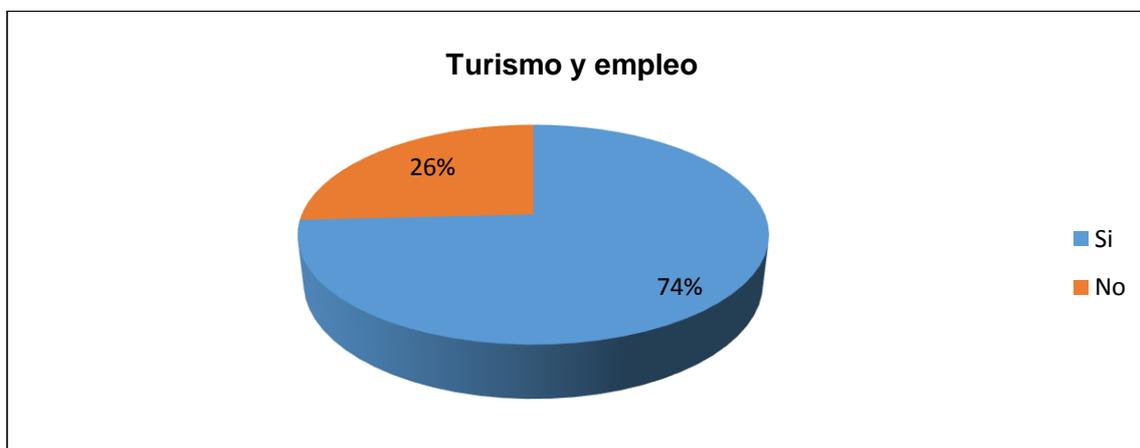


Gráfico 2: Turismo y empleo

Fuente: Encuesta población San Antonio, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Con base a los datos obtenidos con la encuesta, es evidente que el mayor segmento de la población reconoce que el turismo es un recurso, con amplia capacidad de generar ingresos económicos, por consiguiente fuentes de empleo indirectos para la población, considerando que esto exige de la comunidad participación activa, ofreciendo servicios complementarios como la alimentación, entretenimiento, hospedaje para mayor satisfacción del visitante durante su estancia.

Pregunta 2:

¿Conoce de alguna estrategia que se esté ejecutando para mejorar la oferta turística y atraer un mayor número de visitantes?

Tabla 5: Estrategias turísticas

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	199	53%
No	177	49%
Total	376	100%



Gráfico 3: Estrategias turísticas

Fuente: Encuesta población San Antonio, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

La tendencia de opinión de los encuestados está dividida, en porcentajes similares entre quienes afirman que existen estrategias y los que no reconocen la presencia de estas alternativas para impulsar el turismo, afirmando que se trata de un tema olvidado, donde solo se presenta a la parroquia como un destino de compras más no de turismo o de estadía prolongada, desconociendo el potencial turístico del lugar. Esto permitirá tomar decisiones importantes en cuanto al camino a seguir para potenciar esta actividad en la parroquia.

Pregunta 3:

¿Qué atractivos turísticos de origen natural existen en la parroquia San Antonio de Ibarra?

Tabla 6: Recursos con potencial turístico

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Montañas	95	25%
Planicies	64	17%
Ríos	36	10%
Lagunas, lagos, etc.	19	5%
Bosques	12	3%
Aguas subterráneas	0	0%
Cuevas, cavernas	35	9%
Cráteres y fenómenos naturales relacionadas	42	11%
Áreas naturales protegidas	66	18%
Otros	7	2%
Total	363	100%

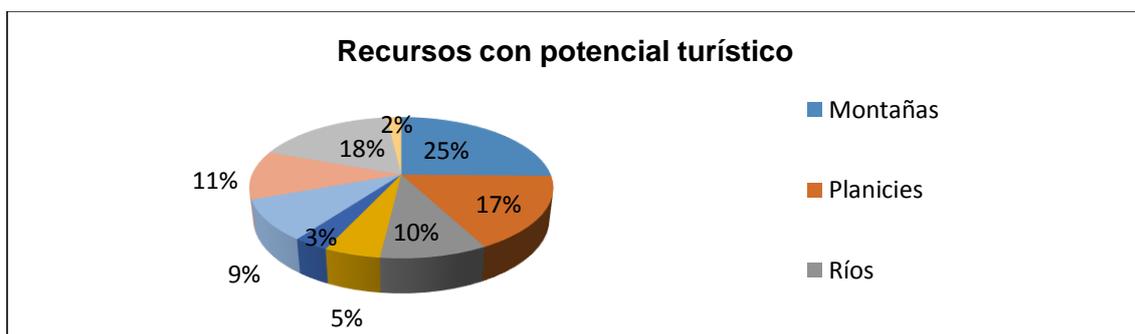


Gráfico 4: Recursos con potencial turístico

Fuente: Encuesta población San Antonio, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Para los encuestados, la parroquia dispone de muchos lugares con capacidad turística, sobre todo en lo relacionado con la naturaleza, afirmando que es un lugar adecuado para practicar deportes, conocer, investigar y sobre todo distraerse, manteniendo un contacto permanente con la naturaleza. Evidenciándose que la parroquia cumple con todas las condiciones para considerarse un destino de primer nivel.

Pregunta 4:

¿Qué atractivos turísticos de origen cultural existen en la parroquia San Antonio de Ibarra?

Tabla 7: Recursos culturales

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Museos	14	5%
Costumbres	116	31%
Leyendas y tradiciones	25	7%
Artesanías	49	13%
Gastronomía	123	33%
Fiestas tradicionales	46	12%
Total	376	100%

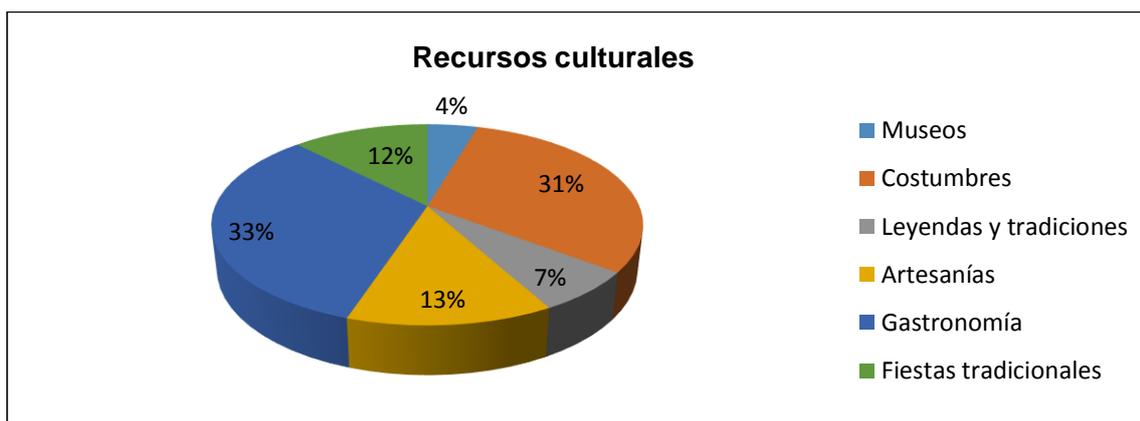


Gráfico 5: Recursos culturales

Fuente: Encuesta población San Antonio, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Para la población encuestada, en la localidad existen además de los recursos naturales, aspectos culturales que pueden ser explotados para complementar la oferta turística y atraer un mayor número de visitantes, como sucede con los museos, las costumbres y la riqueza histórica cultural de la zona. Es evidente que la cultura es uno de los aspectos que más favorecerían la actividad turística, promoviendo el mantenimiento de la identidad cultural de este pueblo.

Pregunta 5:

¿Conoce usted los productos turísticos que forman parte de la oferta a los turistas?

Tabla 8: Productos turísticos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	199	53%
No	177	47%
Total	376	100%

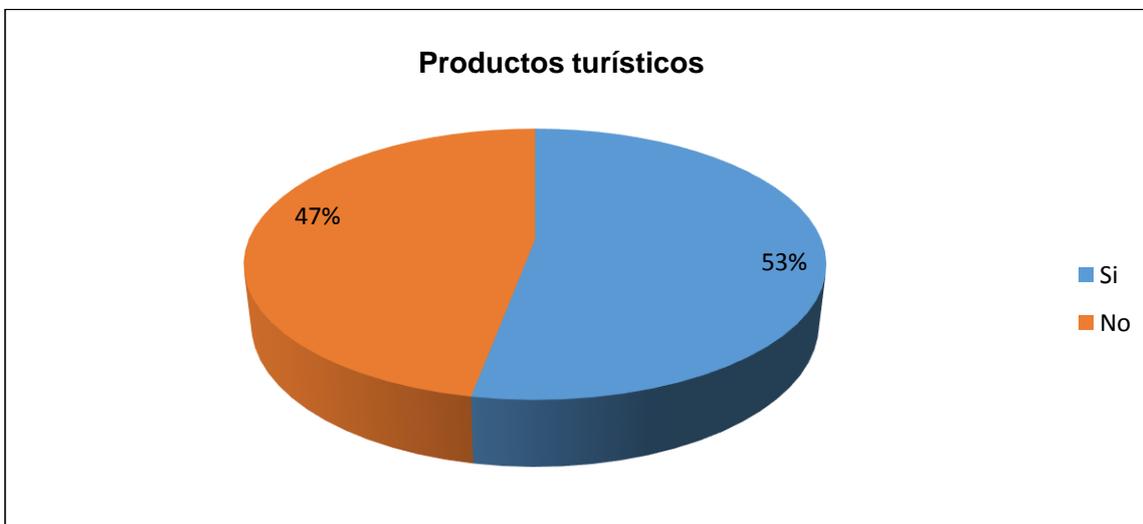


Gráfico 6: Productos turísticos en la zona

Fuente: Encuesta población San Antonio, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Es evidente que el nivel de conocimientos de la población acerca de la actividad turística no es el adecuado, si se considera que cerca de la mitad de la población, no conoce cuales son las demandas de incursionar en el turismo, y cuál sería el papel o rol que la población para ofrecer todos los productos turísticos necesarios. De manera que la parroquia cumpla con todas las condiciones para recibir a los visitantes, de manera que regresen, ante un servicio de gran calidad.

Pregunta 6:

¿En la parroquia de San Antonio existe la infraestructura necesaria para garantizar la permanencia de los turistas en la localidad?

Tabla 9: Planta turística

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Hospedaje	112	30%
Alimentación	103	27%
Entretenimiento	50	13%
Transporte	111	30%
Total	376	100%

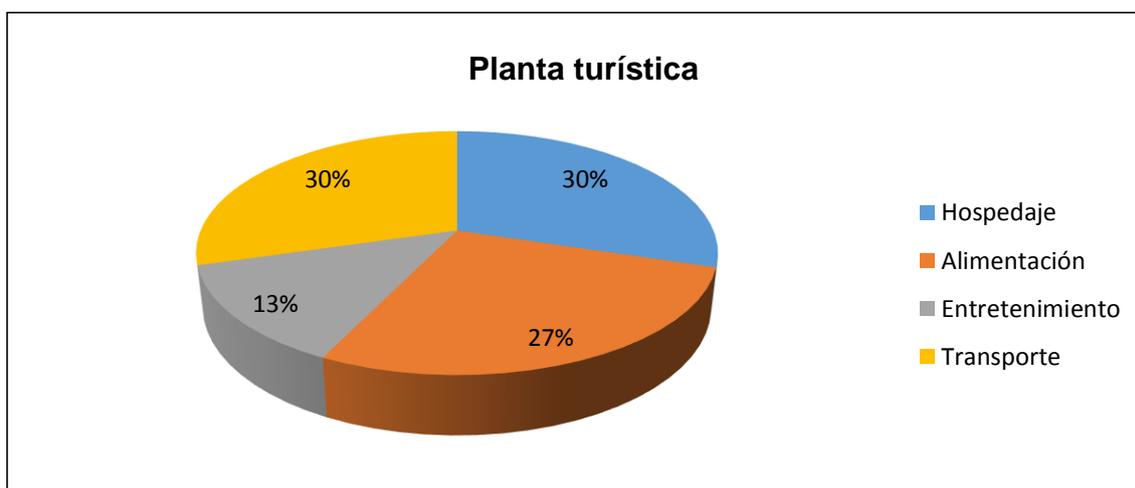


Gráfico 7: Elementos para permanencia de turistas

Fuente: Encuesta población San Antonio, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Los datos obtenidos de la encuesta demuestran que hay mucho por trabajar, si se desea convertir a la parroquia en un destino turístico de primer nivel, sin embargo el crecimiento de la planta turística se dará en función de la demanda de los turistas que lleguen a la parroquia, antes de esto será imposible reconocer en que ámbitos existe la necesidad de mejorar. De esta manera se establece la relación que deberá estudiarse entre el crecimiento de la demanda y la necesidad de incrementar la infraestructura hotelera.

Pregunta 7:

¿Considera necesario implementar productos turísticos como hoteles, restaurantes y centros de diversión y entretenimiento para garantizar que los turistas regresen?

Tabla 10: Infraestructura hotelera

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	187	50%
No	119	32%
Tal vez	70	19%
Total	376	100%

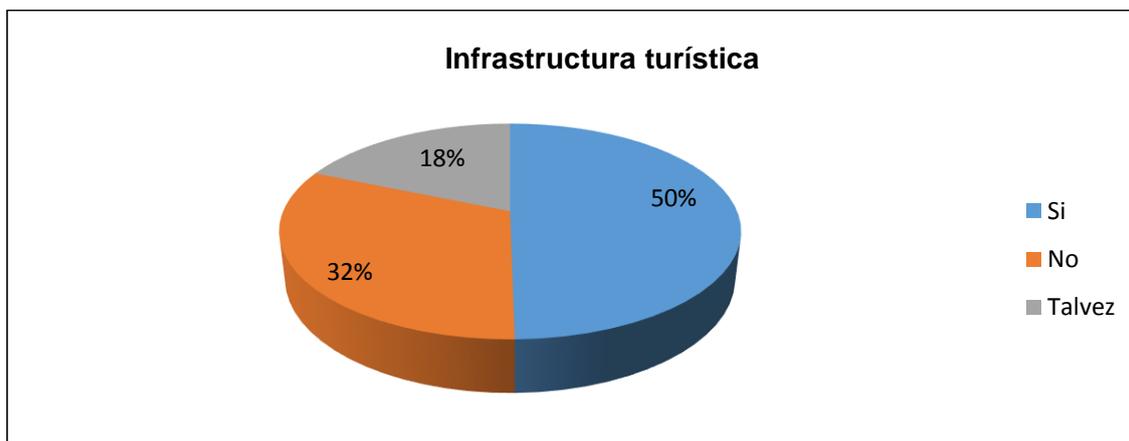


Gráfico 8: Infraestructura turística

Fuente: Encuesta población San Antonio, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

La necesidad de ampliar la infraestructura turística en la parroquia, se considera una prioridad para un segmento importante de la población, sin embargo es necesario enfatizar que este es un aspecto que deberá considerarse, una vez se pueda constatar y evaluar el flujo de turistas, solo así se podrá determinar la necesidad de invertir en alojamiento. Porque de invertir antes de contar con cifras reales, representaría una pérdida para la parroquia y su población, en lugar de convertirse en un ingreso favorable.

Pregunta 8:

¿Cuáles serían los efectos de un adecuado aprovechamiento de los atractivos de la parroquia de San Antonio?

Tabla 11: Beneficios del turismo

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Económicos	245	65%
Sociales	131	35%
Total	376	100%

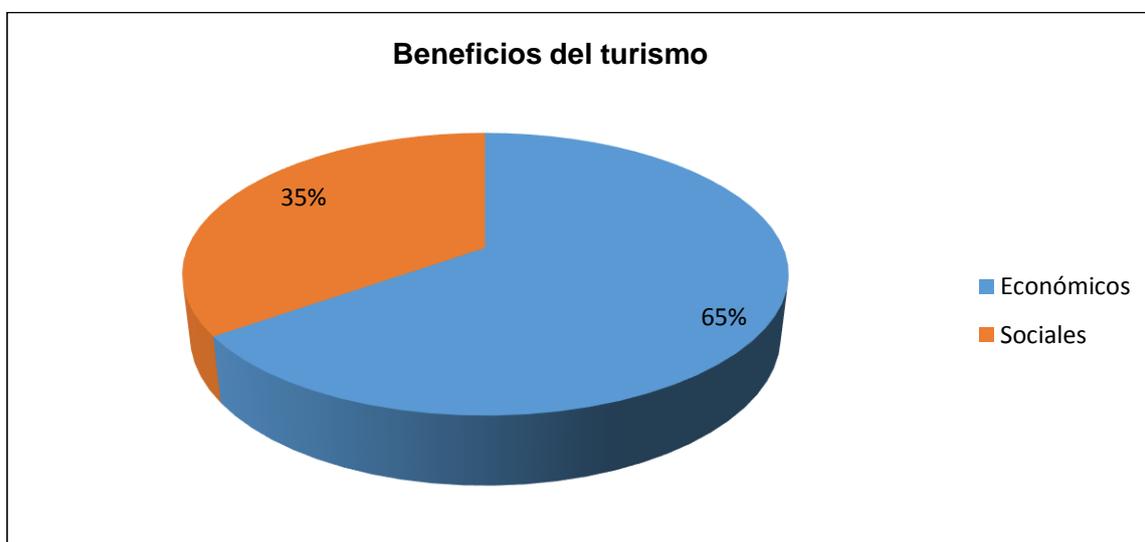


Gráfico 9: Beneficios del turismo

Fuente: Encuesta población San Antonio, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Los efectos serían en su mayoría positivos, sobre todo en área económica, considerando que su adecuado trabajo y manejo, representa la creación de varias fuentes de empleo directas e indirectas, lo que significa para la población, mayores oportunidades de mejorar su nivel de vida, favoreciendo el crecimiento social de la población local, convirtiéndose en un referente de gestión, ante un eminente crecimiento del sector, producto de la diversificación de las actividades económicas.

Pregunta 9:

¿Cree usted que existe el apoyo de autoridades y entidades públicas para mejorar la oferta turística de la comunidad?

Tabla 12: Respaldo público

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	187	50%
No	189	50%
Total	363	100%

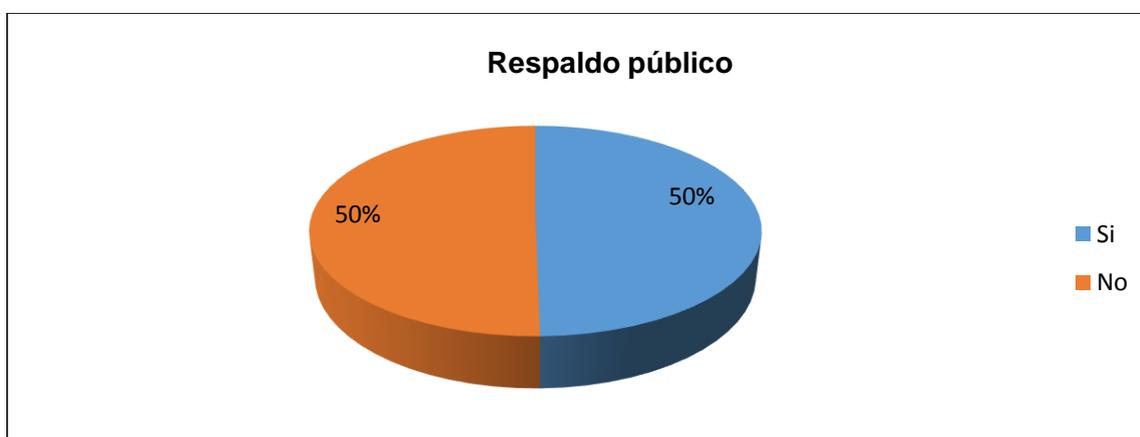


Gráfico 10: Apoyo empresa privada

Fuente: Encuesta población San Antonio, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

La opinión de la población respecto al apoyo que recibe la actividad turística en la localidad, se encuentra dividida, existiendo quienes afirman que esta tiene lugar por parte de la empresa privada frente a un porcentaje importante que desestima por completo la presencia de este apoyo para mejorar la oferta turística de la localidad, con la finalidad de fidelizar la visita de los turistas nacionales y extranjeros. El motivo de esta pregunta fue evaluar, en qué medida los cambios a la matriz productiva, se están cumpliendo, sobre todo en el respaldo a la creación de nuevos emprendimientos y fuentes de empleo.

4.5. Encuesta dirigida a turistas que visitan San Antonio de Ibarra

Pregunta 1: Edad

Señale su edad a la fecha

Tabla 13: Edad

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
18 a 25 años	189	50%
26 a 35 años	94	25%
36 a 45 años	43	11%
46 años o más	55	14%
Total	381	100%

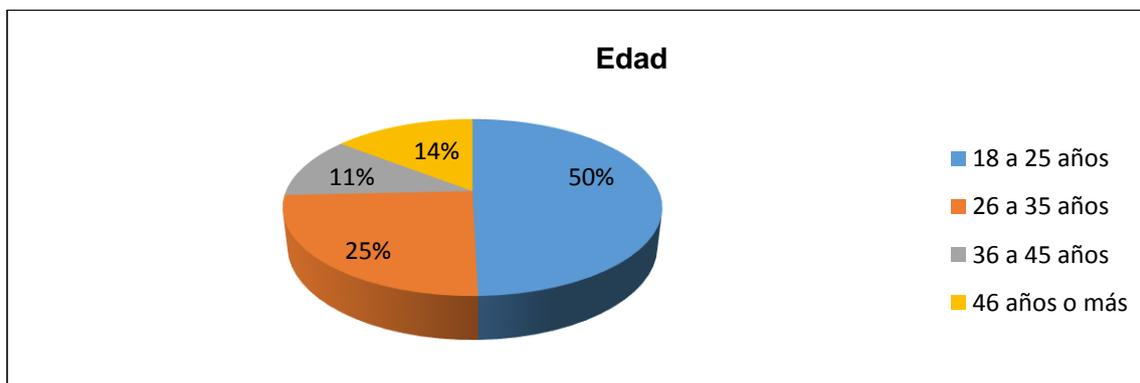


Gráfico 11: Edad

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

El mayor porcentaje de población encuestada, en lo que respecta a los visitantes, se encuentra en el rango de edad oscila entre los 18 y 35 años, en porcentajes menores existe una frecuencia de turistas entre los 36 y sin límite, demostrando que la parroquia de San Antonio, en la actualidad recibe personas de toda edad, cifra que sustenta la necesidad de diversificar la oferta turística con actividades innovadoras, dirigidas para todas las edades. Esto permitirá reconocer el comportamiento del mercado de manera general y amplia, sin discriminación alguna.

Pregunta 2:

Género

Tabla 14: Género

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	222	58%
Masculino	159	42%
Total	381	100%

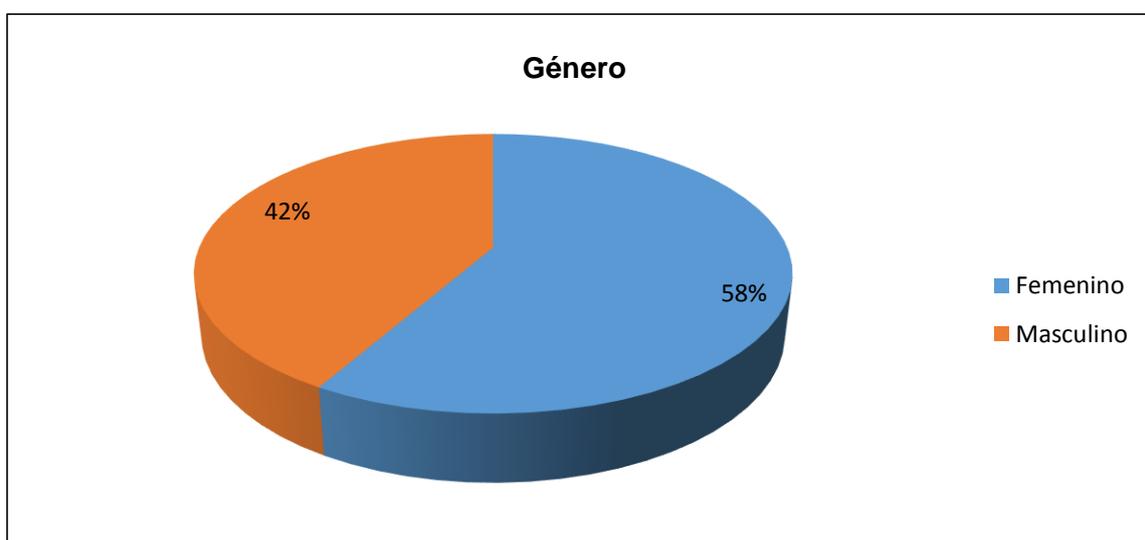


Gráfico 12: Género

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

En cuanto al género de los turistas que llegan a la parroquia de San Antonio, la mayor parte de la población es femenina, sin embargo el número de hombres que llega a la localidad es similar y demuestra que no existe prejuicios de ningún tipo para llegar a la localidad, incluso si se considera, que en la actualidad el único atractivo es el comercio de todo tipo de artesanías en yeso y madera. El considerar a los dos sexos como fuentes de información permitió establecer un panorama amplio y completo donde se relacionen las opiniones de cada segmento.

Pregunta 3:

Nivel de instrucción

Tabla 15: Nivel de instrucción

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Primaria	145	38%
Secundaria	123	32%
Superior	113	30%
Total	381	100%

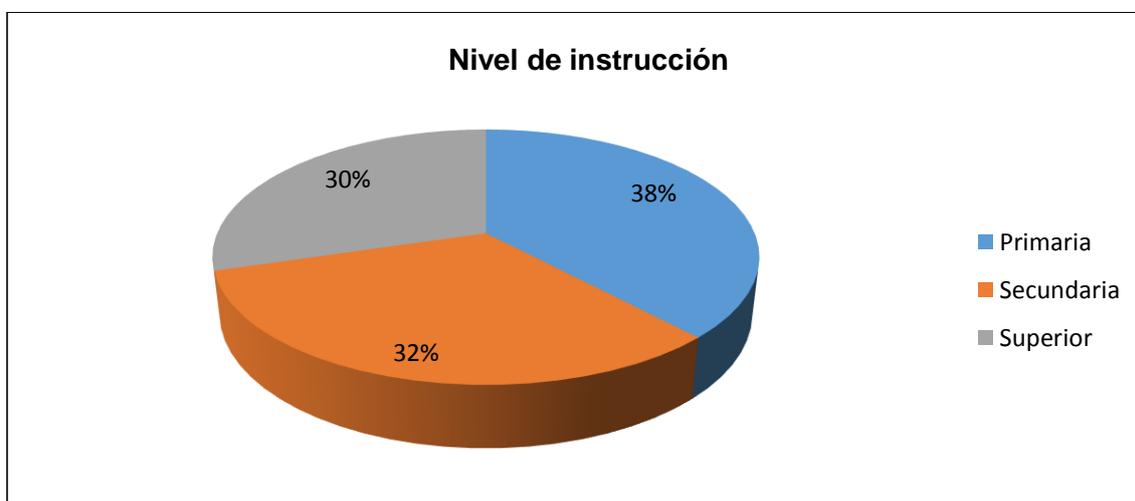


Gráfico 13: Motivo de su visita

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

El nivel de instrucción de los visitantes es variado, no existe una tendencia clara, lo que permite afirmar que existe la posibilidad de incursionar en diversas actividades turísticas, dirigidas para todos los gustos, con la finalidad de buscar el mayor nivel de satisfacción de quien decide visitar la parroquia, con fines de conocer, aprender, distraerse hacer negocios o simplemente descansar hasta realizar compras. Esto con la finalidad de identificar diferentes enfoques y perspectivas sobre las preferencias de los visitantes, respecto a su perfil individual.

Pregunta 4:

Ocupación

Tabla 16: Ocupación

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Empleado privado	87	23%
Empleado público	166	44%
Jubilado	128	34%
Total	381	100%

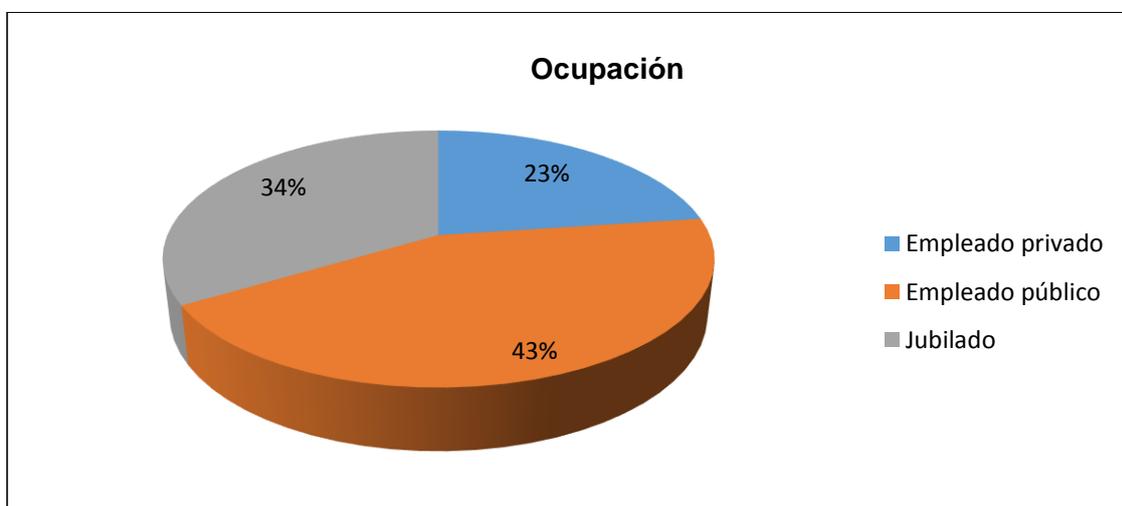


Gráfico 14: Ocupación

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

En cuanto a la ocupación de los turistas, la mayor parte corresponde a empleados privados y jubilados, sobre los profesionales que prestan sus servicios en el sector público. Esta cifra proporciona datos importantes sobre el nivel socio económico de quien visita San Antonio, permitiendo de esta manera trazar directrices sobre los precios y actividades que pueden ofertarse al turista para garantizar su permanencia y regreso a la parroquia. El conocer la procedencia de los turistas, en cuanto a la fuente generadora de sus ingresos permitirá establecer productos y servicios adecuados para la mayoría.

Pregunta 5:

Nivel de ingresos

Tabla 17: Ingresos

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
250 a 360	86	23%
361 a 450	83	22%
451 a 600	212	56%
Total	381	100%

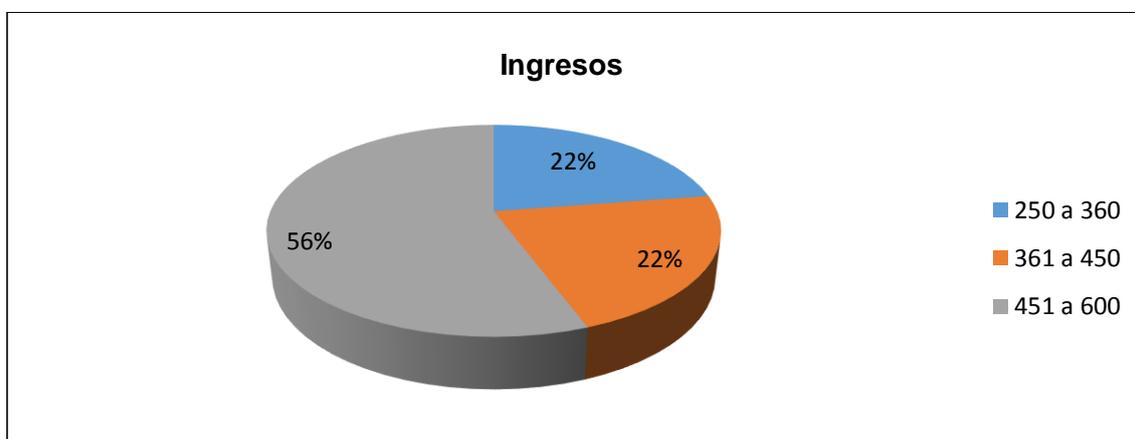


Gráfico 15: Ingresos

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

En su mayoría la población encuesta afirmó que sus ingresos superan los 600 dólares mensuales permitiendo reconocer de esta manera, que gracias a la trayectoria comercial de San Antonio, quien decide visitar la parroquia cuenta con los recursos necesarios para prolongar su estadía, aprovechar el uso de las instalaciones relacionadas con el turismo, así como destinar parte de sus ingresos para conocer los atractivos que la localidad ofrece. Estableciendo el rango de dinero que los visitantes está dispuesto a invertir durante su estancia, la fijación de tarifas resultará exitosa y favorecerá el crecimiento de cualquier iniciativa turística.

Pregunta 6:

¿Con que frecuencia usted visita este lugar?

Tabla 18: Frecuencia de visita

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	43	11%
Mensual	90	24%
Anual	136	36%
Otros	112	29%
Total	381	100%

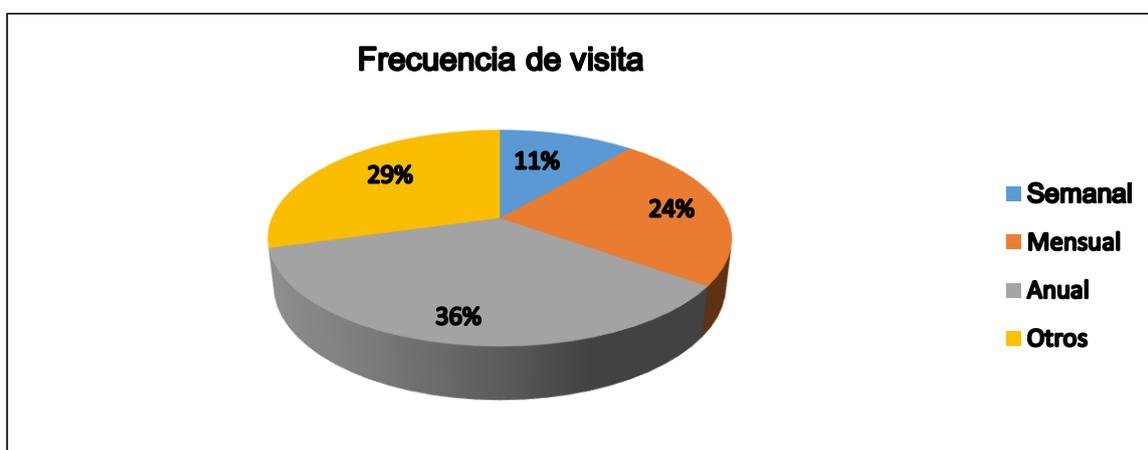


Gráfico 16: Frecuencia de visita

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Al momento de evaluar la frecuencia con la que los turistas visitan San Antonio es posible afirmar que esta es permanente, encontrándose que el mayor porcentaje viaja hasta la parroquia una vez al año, o en otras formas. Es decir en feriados largos, cortos y festividades donde se convierte en una tienda obligatoria para quien decide hacer un regalo exclusivo y de buen gusto. El reconocer cuales son las etapas de mayor afluencia de turistas permitirá que los emprendedores y población en general tomen las medidas necesarias para ofrecer un servicio de calidad, en temporadas donde la afluencia aumente.

Pregunta 7:

¿Qué medio de transporte utilizo para llegar a este lugar?

Tabla 19: Medio de transporte

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Auto personal	134	35%
Auto de alquiler	98	26%
Transporte interprovincial	149	39%
Total	381	100%

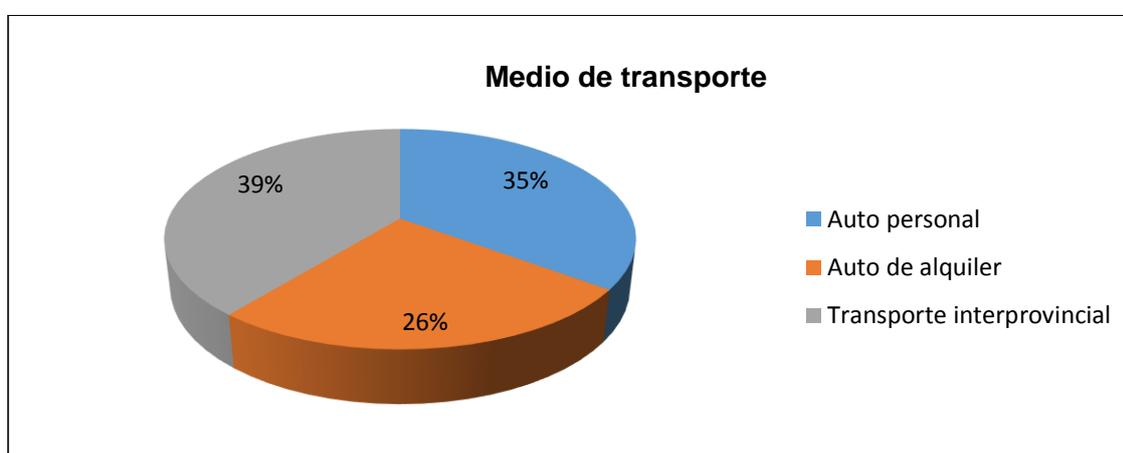


Gráfico 17: Medio de transporte

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Las vías de acceso a la parroquia de San Antonio, se encuentran en buen estado, razón para que los visitantes realicen el viaje en su auto particular, al no existir el temor a dañar sus activos, así como la facilidad que existe de movilizarse de manera independiente, al existir la señalética necesaria para orientarse dentro de la parroquia y los lugares aledaños, que pueden visitarse una vez se encuentra ahí. Al indagar sobre estos aspectos puntuales, la parroquia podrá identificar los lugares más idóneos para incluir señalética que permita al turista ubicarse de forma más eficiente, contribuyendo de esta manera con el crecimiento turístico del sector.

Pregunta 8:

¿Cuál es su procedencia?

Tabla 20: Procedencia

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	209	55%
Extranjero	119	31%
Local	53	14%
Total	381	100%

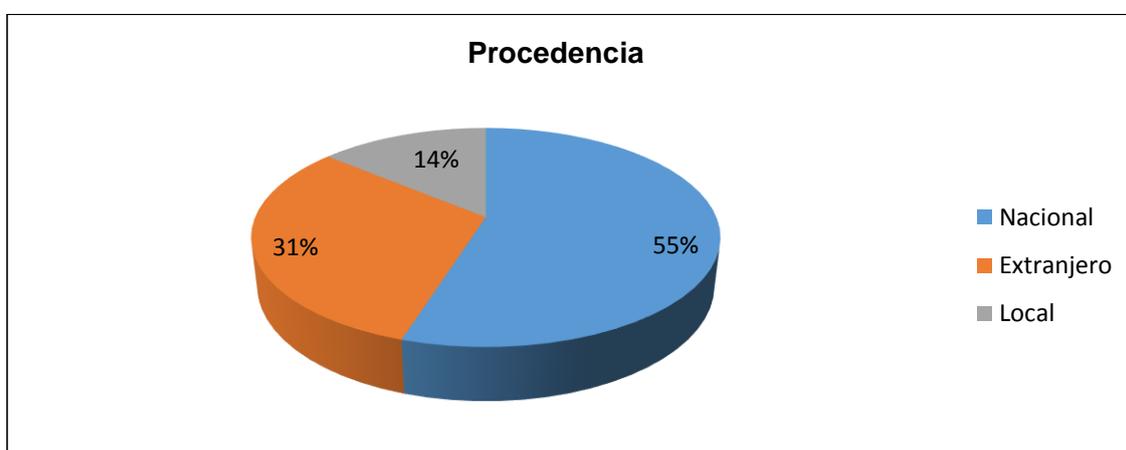


Gráfico 18: Procedencia

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

La procedencia de los turistas en su mayoría es nacional, lo que significa que proviene de otras provincias del país, que deciden visitar la parroquia para adquirir las famosas artesanías realizadas en yeso y madera por la población desde varios años atrás. En segundo lugar está el flujo extranjero que visita la localidad, como una parada obligatoria durante su estancia en el norte del país. Dentro de este aspecto no hay que desmerecer la presencia del turista local. El reconocer la procedencia de los turistas, permitirá tomar decisiones respecto a idiomas sobre los cuales puede presentarse la información turística con la finalidad de ofrecer un servicio de calidad.

Pregunta 9:

¿Cuál es el motivo del viaje?

Tabla 21: Motivo del viaje

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Ocio	67	18%
Trabajo	89	23%
Recreación	30	8%
Comercio	195	51%
Total	381	100%

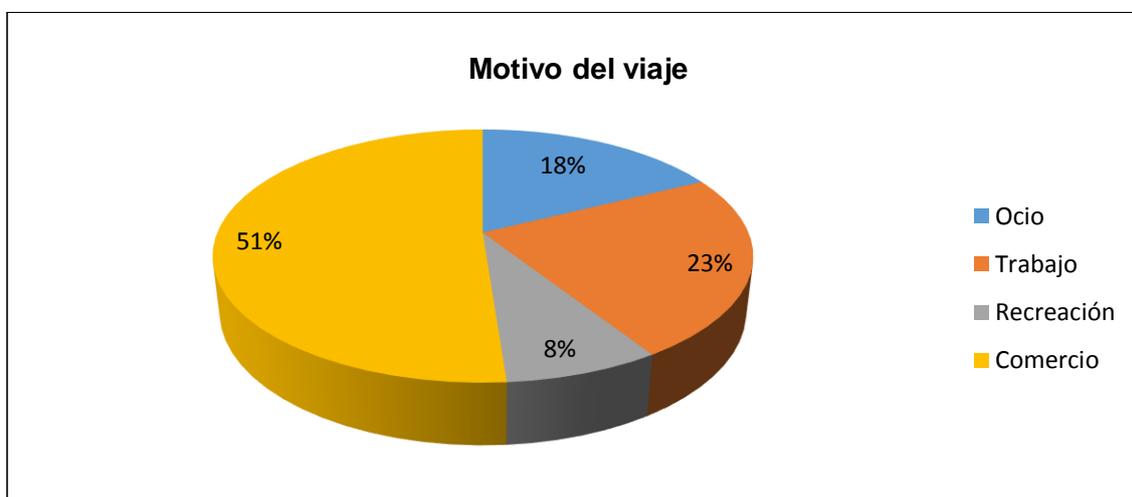


Gráfico 19: Motivo del viaje

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

En la actualidad la mayor motivación para los turistas que visitan San Antonio de manera periódica o eventual, son los fines comerciales, debido a la trayectoria y fama nacional e internacional que antecede, a sus artesanos, quienes llevan décadas dedicándose al arte religioso en yeso y maderas. Así como a la fabricación y comercialización de elegantes muebles de madera para el hogar. Al identificar cuáles son los motivos del viaje, el establecimiento de los paquetes turísticos así como la forma de complementar la oferta, se garantiza que las actividades a promocionar cumplan con las expectativas del visitante.

Pregunta 10:

¿Qué actividades son las que realiza durante su visita a San Antonio?

Tabla 22: Actividades durante el viaje

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Compras	195	51%
Deportes de aventura	79	21%
Degustación de la gastronomía	30	8%
Fotografía	11	3%
Apreciaciones culturales	66	17%
Total	381	100%

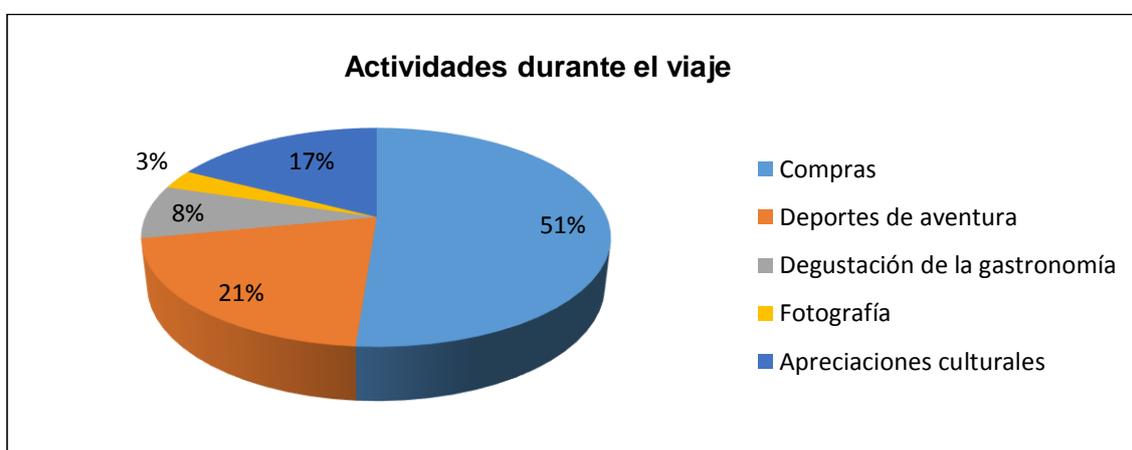


Gráfico 20: Actividades durante el viaje

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Los fines comerciales con la que los turistas visitan San Antonio es una tendencia, esta afirmación se demuestra con los datos proporcionados por los encuestados, quienes afirman que la principal actividad que realizan los turistas durante su estancia es la adquisición de los productos que allí se ofertan. Identificar las actividades que los visitantes desean realizar, permitirá que las actividades a incluir cumplan con las necesidades de los visitantes, garantizando la aceptación de los turistas que llegan a la parroquia, en busca de nuevas experiencias.

Pregunta 11:

¿Qué otros atractivos turísticos de origen natural le gustaría visitar?

Tabla 23: Atractivos turísticos naturales

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Montañas	65	17%
Planicies	45	12%
Ríos	63	17%
Lagunas, lagos, etc.	63	17%
Bosques	35	9%
Aguas subterráneas	21	6%
Cuevas, cavernas	12	3%
Cráteres y fenómenos naturales relacionados	11	3%
Áreas naturales protegidas	66	17%
Total	381	100%

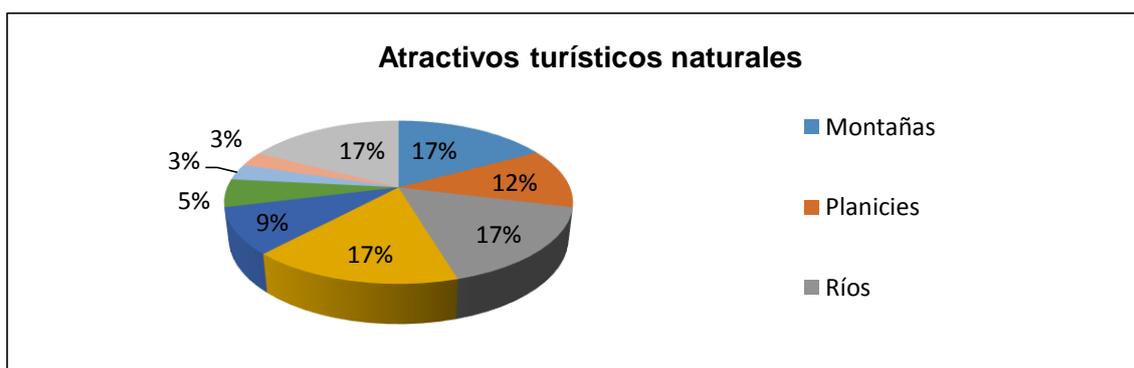


Gráfico 21: Atractivos turísticos naturales

Fuente: Encuesta turistas cantón Mira 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Si bien los turistas gustan de la oferta comercial de la parroquia, ellos se muestran interesados por conocer los recursos naturales que posee, de manera que pueda realizar actividades y mantenerse en contacto con la naturaleza para ejercitarse, relajarse, descansar o por el simple hecho de tener nuevas experiencias. Al buscar crear un sendero en la parroquia como parte de la oferta turística, el reconocer los recursos que pueden incluirse en él, facilitara su diseño y promoción.

Pregunta 12:

¿Qué otros atractivos turísticos de origen cultural le gustaría visitar?

Tabla 24: Atractivos turísticos culturales

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Museos	65	17%
Costumbres	45	12%
Leyendas y tradiciones	63	17%
Artesanías	63	17%
Gastronomía	35	9%
Fiestas tradicionales	21	6%
Complejos turísticos	12	3%
Vida nocturna	77	20%
Total	381	100%

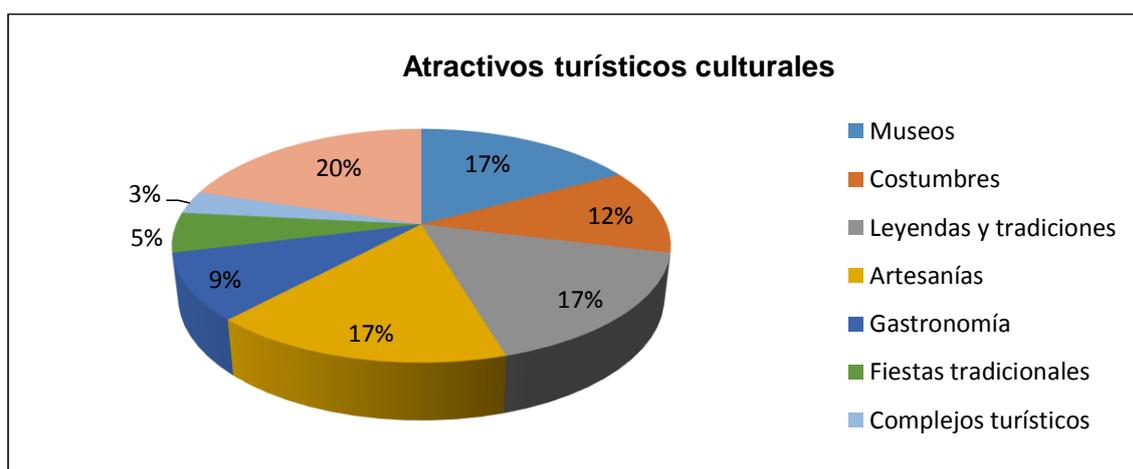


Gráfico 22: Atractivos turísticos culturales

Fuente: Encuesta turistas, 2016

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Los visitantes coinciden que de prolongar su estancia en San Antonio, les gustaría conocer sobre la historia de la parroquia, su cultura, gastronomía, leyendas, fiestas tradicionales, vida nocturna. En si todos aquellos aspectos que forman parte del acervo cultural de su población y la localidad, considerando que esto es un atractivo valioso para quien visita por primera vez, complementado la oferta y volviéndola más compleja e innovadora.

CAPÍTULO V

5. CONCLUSIONES RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

- Se inventariaron los recursos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra; existen dos naturales y cuatro culturales, destacándose la iglesia como uno de los edificios de mayor antigüedad del lugar, las Artesanías en Madera, pilar económico de la parroquia, la renovada estación del tren, la calle del arte, la naturaleza que circunda al lugar, la Tola de Huataviro y el Dique, como vertiente de agua natural.
- En la actualidad la oferta turística de la parroquia San Antonio es limitada, relacionándose principalmente con la actividad comercial. Existen cuatro restaurantes de comida rápida, dos establecimientos de alojamiento, correspondientes a un hostel y un hotel, una fuente soda del lugar y treinta almacenes de esculturas en madera, carta de presentación de la población hacia los turistas.
- El perfil del visitante a la parroquia San Antonio corresponde a personas entre los 25 y 45 años de edad, mayoritariamente de origen extranjero, con un nivel medio de conocimientos y estudios, situación que les ha permitido apreciar la amplia riqueza cultural e histórica del lugar para regresar nuevamente. Además de tratarse de un grupo de turistas que cuenta con los recursos necesarios para invertir en nuevos productos turísticos innovadores y atractivos a una sociedad que busca interactuar directamente con el entorno.
- La ruta turística denominada “Huataviros” deberá incluir los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra más representativos para los visitantes, de manera que su diseño resulte innovador y persuasivo para quienes eligen este lugar como destino para sus actividades turísticas.

5.2. Recomendaciones

- Publicitar la parroquia de San Antonio de Ibarra a través de los principales medios comunicación y agencias de viajes del Ecuador
- Implantar una política de cooperación interinstitucional para tareas específicas como la planificación, organización, dirección y control de todas las actividades que deseen ejecutarse, en el camino hacia la reactivación turística de la parroquia San Antonio, con el propósito de ofrecer nuevos y mejores servicios que innoven y complementen la oferta ya existente.
- Diseñar una campaña de prevención hacia la contaminación y los efectos nocivos que un turismo irresponsable puede generar sobre la vida nativa de la zona y el normal desarrollo social de los pueblos, al no manejar de forma adecuada las estrategias, recursos y atractivos que posee la parroquia.
- Incluir en la ruta señalética e indicaciones específicas sobre la importancia de cumplir con las normas básicas de ecología, reduciendo el impacto al ambiente y a su población.

CAPÍTULO VI

6. Propuesta alternativa

6.1. Título

“RUTA TURÍSTICA DENOMINADA “HUATAVIROS” QUE PERMITA EL APROVECHAMIENTO SUSTENTABLE DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DE LA PARROQUIA DE SAN ANTONIO, CANTÓN IBARRA”

6.2. Justificación

La parroquia San Antonio además de ser un referente comercial artesanal a nivel nacional, cuenta con un grado alto potencialidades naturales y culturales. Sin embargo, el turismo receptivo que orienta esta zona desconoce del atractivo turístico natural y cultural concerniente a la parroquia ya que existe una ineficiente información actualizada, incluso el gobierno local solo fomenta al turismo artesanal de esta zona.

En tal razón, la presente investigación tendrá como finalidad determinar la situación actual de los atractivos naturales y culturales de una manera descriptiva, que permita identificar, caracterizar y jerarquizar mediante un estudio cada uno de los lugares turísticos naturales y culturales, y posteriormente clasificarlos de acuerdo a las diferentes modalidades del turismo. Con la finalidad de implementar nuevos productos turísticos diferenciados involucrando la potencialidad turística de este sector

Se considera una línea clave de vital importancia, el estudio de la gestión y el diagnóstico actual que poseen los atractivos turísticos naturales y culturales, con el fin de fomentar y difundir el potencial turístico y optimizar proyectos de generación turístico que se destine directamente a beneficiar a desarrollar la

actividad turística dentro de la Parroquia y sus Comunidades, beneficiando directamente a los habitantes que se encuentran dentro del área de acción turística.

Por medio de la investigación se aspira concienciar a los habitantes, sobre la importancia de conservar y preservar el potencial turístico natural y cultural que poseen dentro de su localidad, lo cual permitirá de una manera significativa a mejorar la imagen del sector ante la mirada atenta de turistas nacionales e internacionales.

El aporte de esta investigación, será evidenciará a través del diseño de un sendero turístico denominado “Huataviros” que pretende incorporar el potencial turístico natural y cultural más representativo de este sector, mejorando la actividad económica y generando fuentes de empleo a la población, en emprendimientos relacionados al aprovechamiento racional y sustentable del potencial turístico de mayor jerarquía. Además fomentara la preservación del patrimonio tangible e intangible como parte esencial del potencial turístico natural y cultural de este sector, convirtiendo de esta manera a la parroquia de San Antonio en un destino turístico significativo y un referente a nivel nacional.

6.3. Fundamentación

6.3.1. Plan

“Se entiendo por plan desde una forma de actividad social organizada con un objetivo concreto, limitado en el tiempo y en el espacio, hasta un conjunto interdependiente de proyectos” (Cobb W, Aguilar Villanueva, & Barbara J, 2012, pág. 34).

El propósito del investigador es diseñar un plan que incluya varias actividades y estrategias que direccionen el desenvolvimiento de los emprendimientos, respecto al nivel de satisfacción de los visitantes, durante su

estancia en la parroquia San Antonio especialmente con la promoción de un sendero que permita a los turistas admirar la belleza de toda la localidad.

6.3.2. Promoción

“Promoción, del latín promotio, es la acción y efecto de promover (impulsar un proceso o una cosa, tomar la iniciativa para realizar algo, elevar a alguien a un cargo superior al que tenía). El término puede utilizarse para nombrar a las actividades que buscan dar a conocer o incrementar las ventas de algo” (Ramos Farroñán, 2013)

Dentro del plan, se contempla la creación de un proyecto específico para las actividades de promoción, con la finalidad de difundir a nivel local, nacional e internacional, el alto potencial turístico que la parroquia San Antonio especialmente del sendero Huataviros.

6.3.3. Difusión

“Se denomina la acción de comunicar en forma organizada y permanente, noticias e información que llegando al consumidor final, despierten el adecuado interés y deseo por conocer determinados atractivos y productos. Se integra en el contexto de las estrategias de comunicación integrada del Estado”. (SECTUR, 2014)

Una adecuada difusión de las actividades y recursos turísticos que posee la parroquia San Antonio es indispensable si lo que se busca, es posicionar en la preferencia de los turistas, dinamizando la economía de la población, diversificando la oferta turística actual que se centra únicamente en el turismo comercial debido a la fama y trayectoria de la población por la elaboración y comercialización de esculturas de madera y yeso, sobre todo el arte religioso.

6.3.4. La organización local para la ejecución

“Consiste en la identificación y creación de todas las instancias o estructuras requeridas al nivel local y de desarrollo de las capacidades necesarias en las mismas, para su funcionamiento en apoyo del proyecto. Comprende tanto acciones de carácter interno a la unidad de proyecto, como de carácter externo con organizaciones y autoridades existentes en el medio local”.
(Unidad Regional de Asistencia Técnica, 2013, pág. 12)

Para que cualquier programación, actividad, plan o proyecto alcance el éxito esperado y se evidencien los resultados esperados, es indispensable promover la organización de las partes involucradas, considerando que de un adecuado trabajo cooperativo depende que la parroquia San Antonio, se posicione como una fuerza o referente del sector turístico, en la zona 1.

6.4. Objetivos

6.4.1. Objetivo general

Diseñar una ruta turística denominada “Huataviros” que permita el aprovechamiento sustentable de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra.

6.4.2. Objetivos específicos

- Diseñar talleres de capacitación para los actores sociales involucrados, con la finalidad de que se empoderen del desarrollo turístico de la parroquia.
- Implementar el uso del internet como un canal de promoción y comercialización turística a través de la creación de un portal turístico.
- Señalizar el sendero para garantizar el mayor nivel de satisfacción en el turista.

6.5. Ubicación sectorial y física

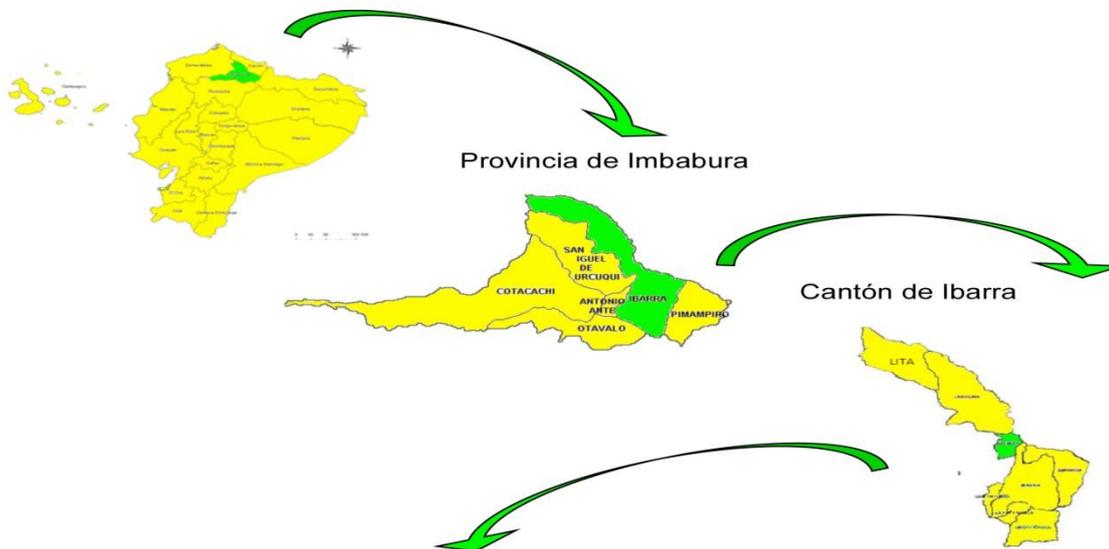


Gráfico 23: Esquema de la propuesta

Fuente: www.ibarra.gob.ec/touribarra

6.6. Desarrollo de la propuesta

6.6.1. Tema

“RUTA TURISTICA HUATAVARIOS”

6.6.2. Introducción

El diseño y ejecución de una ruta denominada “Huataviros”, en la parroquia San Antonio, tiene por finalidad diversificar la oferta turística existente, promoviendo al aprovechamiento de recursos naturales y culturales presentes en el medio, que hasta la actualidad han sido obviadas, limitando la gama de actividades que los visitantes pueden realizar durante su estancia.

Dentro de esta realidad, con la implementación de esta estrategia turística, se busca llegar a la población que visita con regularidad la parroquia, con un atractivo que abandone la convencionalidad de su visita, despojándose de la fama de ser únicamente un destino de compras para artesanía únicamente, convirtiendo a este destino, en lugar de paso más no en sitio de hospedaje que genere de manera directa e indirecta nuevas y mejores fuentes de empleo.

A continuación se describe la estructura de la ruta turística para su análisis y posible implementación, previa evaluación de su rentabilidad y factibilidad por parte de instituciones públicas y privadas que pueden prestar su contingente económico, en la tarea de ejecutar un proyecto netamente de naturaleza social, que persigue diversificar la economía a través del turismo, incrementando las oportunidades de la población por mejorar sus condiciones de vida.

6.6.3. Logotipo

Para identificar la ruta turística “Huataviros” como un producto nuevo de la oferta turística actual, se consideró necesario diseñar una imagen específica, que facilite su identificación promoción, a nivel local, nacional e internacional, por diferentes medios de difusión masiva como son redes sociales, prensa escrita y visual:



Gráfico 24: Logotipo ruta turística “Huataviros”

Elaborado por: El autor

6.6.4. Objetivos

Turístico

Promover el desarrollo de actividades turísticas innovadores que incluyan el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales presentes en la parroquia de San Antonio para mejoramiento de la oferta turística y el crecimiento económico de la población.

Ambiental

Evaluar periódicamente el impacto del proyecto sobre el medio ambiente para un manejo adecuado de las actividades a realizar, en el marco de la ruta turística “Huataviros”, a través de prácticas adecuadas de ecología.

Educativo

Educar a la comunidad y a los visitantes sobre la riqueza natural y cultural de la parroquia para reconocimiento de la identidad cultural de la población, a través de la interacción directa con los elementos del entorno.

Económico

Favorecer el crecimiento económico de la zona y su población para acceder a mejores y nuevas oportunidades que le permitan elevar su nivel de vida, a través de actividades diferenciadas que diversifiquen la oferta ya existente.

6.6.5. Mapa de la ruta

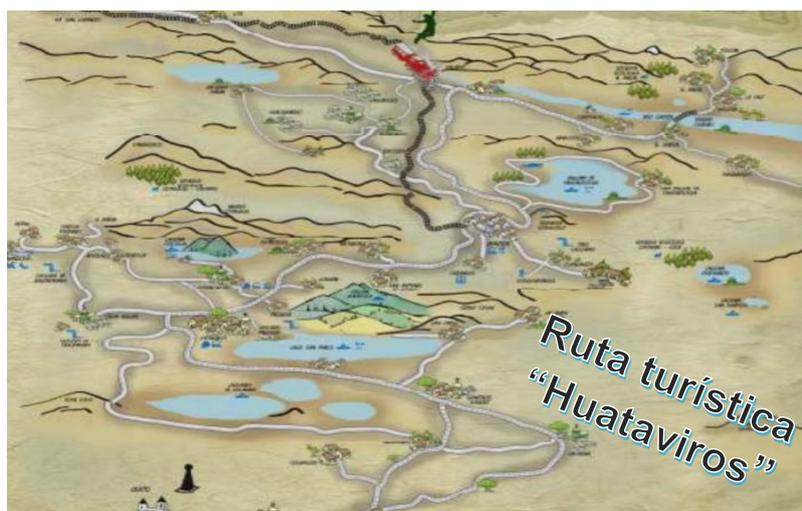


Gráfico 25: Mapa ruta turística “Huataviros”

Elaborado por: El autor

A continuación se muestra una breve descripción documental y gráfica de los lugares que forman parte de la ruta turística “Huataviros”:

El trayecto de la ruta turística consiste en una visita guiada que iniciara en la Estación del Tren:



Gráfico 26: Estación del tren San Antonio

Elaborado por: El autor

Para bajar por la calle de arte donde se apreciará los talleres más representativos de la parroquia, con la oportunidad de apreciar las artesanías que allí se comercializan y que tan reconocidas a nivel mundial debido a su calidad, tanto en diseños, producción como materia prima empleada.

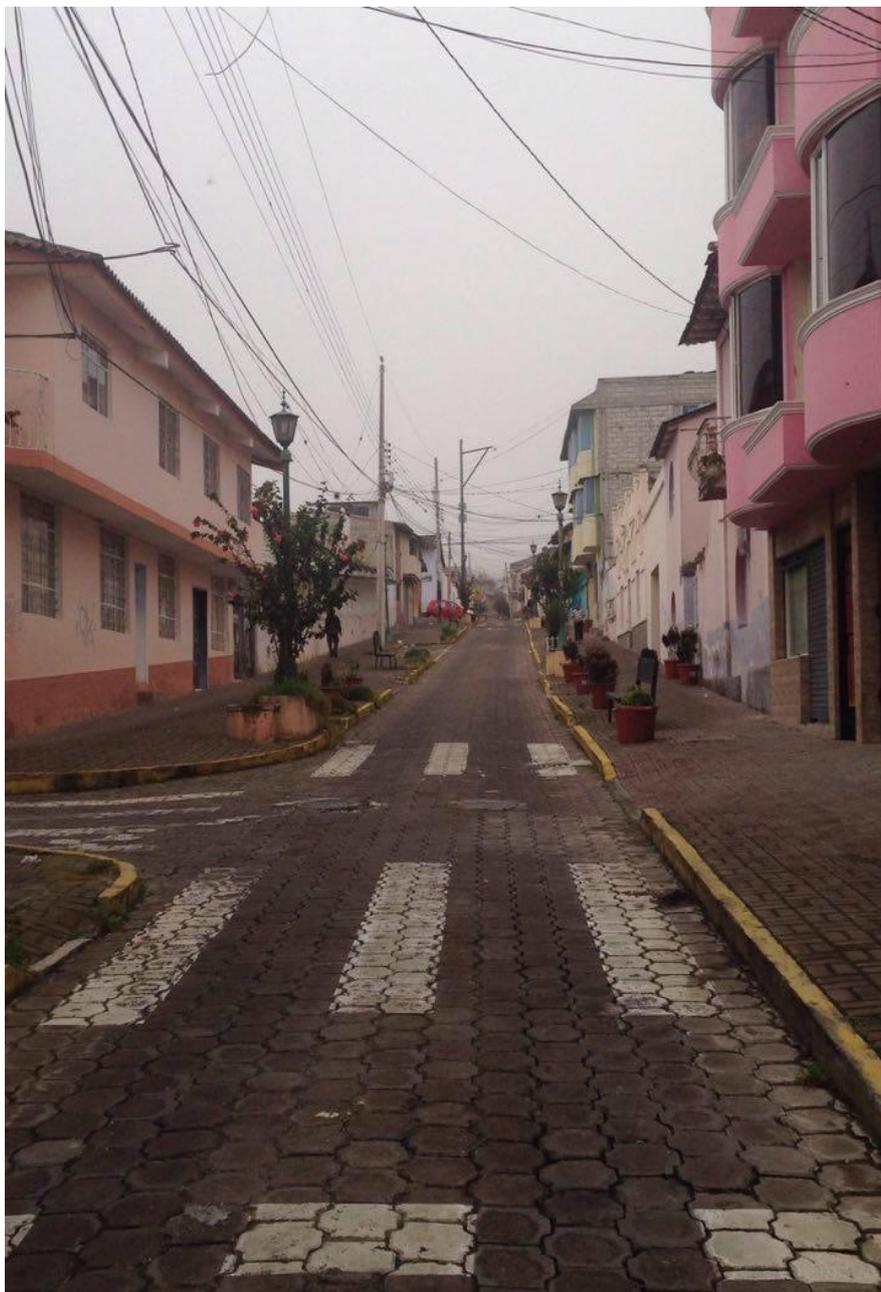


Gráfico 27: Calle del Arte “Ramón Teanga”

Elaborado por: El autor



Gráfico 28: Talleres y galerías de la Calle del Arte

Elaborado por: El autor

Una vez concluido el recorrido por la calle del arte, se llegará a la iglesia para apreciar una de las edificaciones más antiguas del lugar y las obras que ahí reposan.



Gráfico 29: Iglesia de “Las Lajas” – San Antonio

Elaborado por: El autor

Para terminar una parada obligatoria en el parque de San Antonio y se finalizara el recorrido en el punto de partida.



Gráfico 30: Parque Central de San Antonio

Elaborado por: El autor

La inclusión de la Tola Huataviro como parada indispensable en la ruta turística establecida, se mantiene pendiente, una vez el GAD parroquial, confirme el buen estado de las vías de acceso del lugar para precautelas la integridad de los visitantes.

El recorrido está previsto para que se realice en una hora, 15 minutos, considerando que en cada parada estiran conversatorios con personas del lugar y la respectiva apreciación y recorrido de las instalaciones, así como un tiempo específico para compras de souvenir y detalles del viaje.

6.6.6. Señalética

Como actividad inmersa dentro del establecimiento de la ruta turística “Huataviros”, contar con la señalización adecuada es un aspecto indispensable que debe ser considerado por el autor y el emprendedor antes de su ejecución, considerando que esto es un recurso indispensable que garantizara la movilización adecuada de los turistas, por ende un mayor nivel de satisfacción.

A continuación se detalla el tipo de pictogramas que se emplearan para identificar lugares importantes y de utilidad dentro de la ruta y en zonas aledañas a la misma para que el turista tenga una idea clara, de los atractivos turísticos que puede visitar durante su estancia.



Gráfico 31: Señalética ruta turística “Huataviros”

Elaborado por: El autor

6.6.7. Paquete turístico

Ruta turística “Huataviros”

- **Itinerario**

Tabla 25: Itinerario

Hora de salida	10:00 am
Duración	1 hora, 15 minutos aproximadamente
Punto de partida	Estación del Tren parroquia de San Antonio
Valor	35 usd por personal
Actividad	
Recorrido por la Estación del Tren de la parroquia de San Antonio	
Recorrido por la calle del arte “Ramón Teanga”	
Visita a los talleres y galerías más representativas del sector	
Visita a la iglesia de “Las Lajas”	
Visita al parque central de San Antonio	

Elaborado por: El autor

- **Recomendaciones**

Usar ropa y calzado cómodo, apto para caminar

Usar ropa liviana y de preferencia llevar un suéter y protección solar, considerando la variación constante del clima.

Portar agua y los documentos de identificación

Llevar cámara fotográfica

No separarse del grupo

En caso de alejarse del recorrido, no existirá reembolso del dinero cancelado por el recorrido con anticipación.

- **Servicios que incluye**

Guía especializado durante todo el recorrido

Transporte desde el sitio de hospedaje ida – vuelta

Snack

Suvenir (fotografía grupal)

Seguro de accidentes

- **Servicios que no incluye**

Bebidas y alimentos extras

Desperfectos en los quipos durante el recorrido

Otros no especificados en el paquete

6.6.8. Planta turística

Si bien el detalle de la planta turística no es parte de la ruta turística “Huataviros”, resulta indispensable incluir esta información, al momento de promocionar el producto para ofrecer al visitante varias opciones sobre hospedaje y alimentación, a las que puede acudir durante su estadía, incluso si desea extender su visita por más días.

Hospedaje



Hostal de Amor ubicado en la calle Francisco Terán, cerca de la plaza principal, a pocos pasos del Colegio Daniel Reyes.



Hotel Ibiza, ubicado en la calle 7 de Noviembre, cerca del parque principal, su ubicación es preferencial, al encontrarse en la vía principal de acceso de la parroquia de San Antonio.

Alimentación

En lo referente a la alimentación existen varias opciones de comida típica y rápida, el restaurante más representativo es el que se encuentra ubicado, en las inmediaciones del Estación del Tren.

Glosario de términos

- **Adrenalina**

Es una hormona y un neurotransmisor. Incrementa la frecuencia cardíaca, contrae los vasos sanguíneos, dilata los conductos de aire, y participa en la reacción de lucha o huida del sistema nervioso simpático.

- **Arnés**

Es un elemento de seguridad usado en muy diferentes ámbitos, desde la escalada y el kitesurf, al montañismo en general, la espeleología, los rescates, los descensos de ríos (rafting).

- **Atractivo turístico**

Conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

- **Autogestivo**

Autogestivo es el uso de cualquier método, habilidad y estrategia a través de las cuales los partícipes de una actividad puedan dirigirse hacia el logro de sus objetivos con autonomía de gestión.

- **Canopy**

Consiste de una polea suspendida por cables montados en un declive o inclinación. Se diseñan para que se impulsen por gravedad y puedan deslizarse desde la parte superior hasta el fondo mediante un cable, usualmente cables de acero inoxidable.

- **Contaminación**

Alteración de las condiciones normales de un medio a través de agentes físicos, químicos o biológicos ajenos al mismo que causa efectos nocivos sobre el medio.

- **Contaminación acústica**
Alteración de las condiciones de un medio debida a fuentes de sonido excesivamente fuertes o desagradables.

- **Contaminación lumínica**
Pérdida de la visión del cielo nocturno por las numerosas fuentes de iluminación en los núcleos urbanos.

- **Desarrollo sostenible**
Se llama desarrollo sostenible aquél desarrollo que es capaz de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer los recursos y posibilidades de las futuras generaciones. Intuitivamente una actividad sostenible es aquella que se puede mantener.

- **Economía**
Es la ciencia social que estudia la extracción, producción, intercambio, distribución, consumo de bienes y servicios.

- **Ecoturismo**
Es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional.

- **Emprendimiento**
La palabra emprendimiento proviene del francés entrepreneur (pionero), y se refiere a la capacidad de una persona para hacer un esfuerzo adicional por alcanzar una meta u objetivo, siendo utilizada también para referirse a la persona que iniciaba una nueva empresa o proyecto.

- **Empresa**
Es una organización, institución o industria dedicada a actividades o persecución de fines económicos o comerciales para satisfacer las necesidades de bienes o servicios de los demandantes, a la par de

asegurar la continuidad de la estructura productivo-comercial así como sus necesarias inversiones.

- **Endemismo**

Especies especializadas en vivir sólo en este ecosistema. El endemismo es resultado de la combinación de evolución y aislamiento geográfico.

- **Estribaciones**

Estribo o ramal de montañas que se desprende de una cordillera.

- **Equilibrio biológico**

Condición en la cual las interacciones entre las diferentes especies de animales y vegetales es de tal orden que la estructura y la función de un ecosistema se mantienen constantes.

- **Explosión demográfica**

Es un aumento súbito de la cantidad de habitantes en una determinada región. Este incremento de la población tiene consecuencias importantes y genera cambios socioeconómicos.

- **Mosquetón**

Es un tipo de grillete en forma de anilla, de acero o aleaciones ligeras de aluminio, con un pestillo operado con un resorte, que se utiliza para conectar en forma rápida y reversible componentes, en especial sistemas que cumplen una función crítica sobre la seguridad.

- **Rapel**

El rapel es el sistema de descenso autónomo más ampliamente utilizado, ya que para realizar un descenso sólo se requiere, además de conocer la técnica adecuada, llevar consigo el arnés y un descensor.

- **Sendero**
Lugar o sitio elegido para diseñar un camino, interpretando todo lo que se encuentra a su paso.

- **Sostenible**
Satisfacer nuestras necesidades actuales sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer las suyas

- **Tubing**
Es una actividad recreativa donde un paseos individuales en la parte superior de un tubo interior, ya sea en el agua, nieve, o a través del aire. Los tubos son también conocidos como "donuts" o "galletas" debido a su forma.

- **Turista**
Un turista es aquella persona que se traslada de su entorno habitual a otro punto geográfico, estando ausente de su lugar de residencia habitual más de 24 horas y realizando pernoctación en el otro punto geográfico.

- **Turismo de aventura**
Es un tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción y, posiblemente, existencia real de riesgos, y que potencialmente requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas.

- **Turismo comunitario**
Es una forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para brindar diversas opciones de distracción y atraer turistas con la naturaleza, y principalmente con paisajes cultivados.

Bibliografía

- A, J., & Rodríguez, M. (2013). *Diccionario de literatura popular*. España: Salamanca.
- Alles, M. (2011). *Diccionario de Comportamientos*. Argentina: Brujas.
- Altieri, M. (2013). *Ecología y agricultura tradicional para la agricultura sostenible*. Venezuela: Ariel.
- Altieri, M., & Nicholls, C. (2011). *Agroecología. Teoría y práctica para una agricultura sustentable*. Venezuela: Ariel.
- Ascania Guevara, A. (2011). *Turismo sustentable: el equilibrio en el siglo XXI*. México: Trillas.
- Azofeifa, R., & Chaves, M. (2011). *La finca integral como opción para aprovechar mejor los recursos de la finca y proteger la naturaleza*. San José - Costa Rica: INTA.
- Barbieri, C., & Mshenga, P. (2010). *The rol of the firm and owner characteristics on the performance of agritourism farms*. Reino Unido: Sociología Ruralilis.
- Baroglio, C. F. (2011). *Diccionario de Producción Animal*. Argentina: Brujas.
- Barrera, E. (2010). *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*. Montevideo: UY, CINTERFOR - OIT.
- Bermúdez Acuña, F. (2012). *Generalidades del turismo*. Costa Rica: Insituto nacional de Aprendizaje.
- Bernal, A. (2013). *Metodología de la investigación*. Mexico: Pearson.
- Biosca Rolland, C. (2014). *Enciclopedia de los deportes de aventura*. Barcelona: Edimat.
- Biosca, C. (2011). *Descenso deportivo de barrancos y puenting*. España: EDIMAT.
- Borrat. (2011). *Concepto, método, fuentes y programa de la teoría general de la información*. Madrid: Monte Ávila.
- Budowski, G. (2011). *Modalidades agroturisticas y sus limitaciones*. San José de Costa Rica: Ariel.
- Burgos, F. (2010). *Manual de Gestión y Control Ambiental*. Quito: RN.

- Carlson, P., & Añezco, M. (2010). *Establecimiento y manejo de prácticas agroforestales en la sierra ecuatoriana*. Quito: Cormen.
- Carrera Hernández, F. J. (2015). *Protección internacional del patrimonio cultural submarino*. España: Ediciones Universitarias Salamanca.
- Castellanos, E. (2010). *Turismo y recreación*. México: Trillas.
- Cebrián Abellán, F. (2012). *Turismo local y desarrollo local*. Sevilla: Universidad de Castilla - La Mancha.
- Cervantes Torre - Marín, G. (2012). *Desarrollo Sostenible*. México: Upc Edicions.
- Cisnero, M. (2016). *Normas para regular actividad de los campamentos ecoturísticos*. Caracas: Ministerio de Fomento Venezuela.
- Cobb W, R., Aguilar Villanueva, L. F., & Barbara J, N. (2012). *Problemas público y agenda de gobierno*. México: Paidós.
- Cooprena. (2009). *Líder en el turismo rural comunitario*. Costa Rica: Consorcio Cooperativo Red Ecoturística Nacional.
- Cooprena. (2010). *Líder en el turismo rural comunitario*. Costa Rica: Consorcio Cooperativo Red Ecoturística Nacional.
- Curiel, J. d., Sánchez, V., & Antonovica, A. (2015). *Turismo gastronómico y enológico*. Madrid: Dykinson.
- DATATUR. (03 de Marzo de 2015). *Análisis integral del turismo en México*. Obtenido de Glosario de términos turísticos: <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- De las Heras, J., Fabeiro, C., & Meco, R. (2009). *Fundamento de Agricultura Ecológica*. España: Universidad de Castilla.
- Díaz Varela, E. R. (2012). *Turismo y ordenación del territorio en Municipio de Ribadeo*. Compostela: Universidad de Santiago de Compostela.
- Dorado, J. A. (2013). *Organización y Control de Empresas en Hostelería y Turismo*. Madrid: SINTESIS.
- Ecostravel. (23 de Noviembre de 2013). *Ecostravel*. Obtenido de San Antonio de Ibarra: <http://www.ecostravel.com/ecuador/ciudades-destinos/san-antonio-ibarra.php>
- Elías, P., & Viteri, L. (2014). *Otras formas de turismo*. México: Trillas.

- Federación Ecuestre Alemana. (2010). *Principios de quitación. Enseñanza básica para el jinete*. Barcelona: Hispano Europea.
- Fernández, L. (2011). *Teorías y técnicas de turismo*. España: Editorial Nacional.
- Freland, F. X. (2013). *Captar lo inmaterial: una mirada al patrimonio vivo*. México: UNESCO.
- FUSDA. (31 de Agosto de 2013). *FUSDA*. Obtenido de El turismo: www.fusda.org/Revista%2014/Revista14-1ELTURISMO.pdf
- Galindo Martín, M. Á. (2009). *Diccionario de Economía y Empresa*. Madrid: Ecobook.
- García Cuetos, M. P. (2011). *El patrimonio cultural. Conceptos básicos*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Gellner, E. (2015). *Naciones y Nacionalismo*. Madrid: Alianza.
- GFFD. (2010). *Diccionario Enciclopédico Dominicano de Medio Ambiente*. República Dominicana: Funglode.
- Gliessman, S. R. (1010). *Agroecología. Procesos ecológicos en agricultura sostenible*. Costa Rica: LITOCAT.
- González, M. V. (2010). *Agroecología saberes campesinos y agricultura como forma de vida*. México: Universidad Autónoma Chapingo.
- Grimal, P. (2015). *Mitologías: Del Mediterráneo al Ganges*. Madrid: Alianza.
- Guillain, C. (2010). *Ciclismo*. España: Capstone PressInc.
- Guzmán Casado, G. I., & Alonso Mielgo, A. M. (2010). *Buenas Prácticas en Producción Ecológica. Asociaciones y Rotaciones*. Santa Fé (Granada): Grafismo S.L.
- Guzmán, G. (2010). *Introducción a la agroecología como desarrollo rural sostenible*. Madrid: MUNDI Prensa.
- Harasymiw, R. (2015). *Kayaking o Rafting*. New York: Garet Stevens.
- Hattam, C., & El - Hage Scialabba, N. (2010). *Agricultura orgánica, ambiente y seguridad alimentaria*. Roma: FAO.
- Hepp, T., Güilch, W., & Heidom, G. (2011). *La escalada deportiva: Un libro didáctico de teoría y práctica*. España: Paidotribo.

- Hidalgo, S. (4 de Enero de 2010). *Agroturismo*. Obtenido de www.turismo20.agroturism/932414:Topic:3466
- INEC. (1 de Julio de 2015). *Instituto Nacional de Estadística y Censo*. Obtenido de INEC presenta por primera vez estadísticas sobre religión: http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0404_MIRA_CARACHI.pdf
- Jiménez Bulla, L. H. (2013). *Ecoturismo: oferta y desarrollo sistémico regional*. Bogotá: ECOE Ediciones.
- Jiménez González, V. M. (2014). *El senderismo en Navarra (España): Las 100 rutas naturales, caminos para disfrutar de la naturaleza*. España: Soalris.
- Kauffman Doig, F. (2012). *Historia y Arte del Perú Antiguo*. Perú: Inca.
- Kotler, P. (2011). *Marketing para turismo*. México: Pearson. Prentice Hill.
- Kunstaetter, R., & Daisy, K. (2012). *Trekking in Ecuador*. Quito: The mountaineers books.
- Labrador Moreno, J. (2009). *La materia orgánica en los agrosistemas*. España: Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- López, G. (2009). *Módulo de Conservación del Suelo*. Quito: Abya - Yala.
- Lozano, J. (2010). *Agricultura y producción animal sostenible*. Cuba: Casa Editora Abril.
- Martínez, C., Romero, L. C., & Trinidad, L. F. (2010). *Lombricultura y Abonos Orgánicos*. México: Santoyo.
- Merino, A. (2014). *El manual del buen excursionista*. Madrid: Paidotribo.
- MINEDUC. (2012). *Temas y actividades de geografía*. Quito: Ministerio de Educación y Cultura.
- MINEDUC. (2012). *Temas y actividades de geografía*. Quito: Ministerio de Educación y Cultura.
- MINTUR. (2016). *Manual para ser buenos turistas y grandes anfitriones*. Quito: Ministerio de Turismo.
- Montoro, V., & Montoro Martínez, V. (2013). *Significado social de la caza y la pesca deportivas e implicaciones éticas*. Barcelona: Bubok Publishing S.L.
- Muisa, V. (2014). *Ciencias Sociales*. Quito: Santillana.

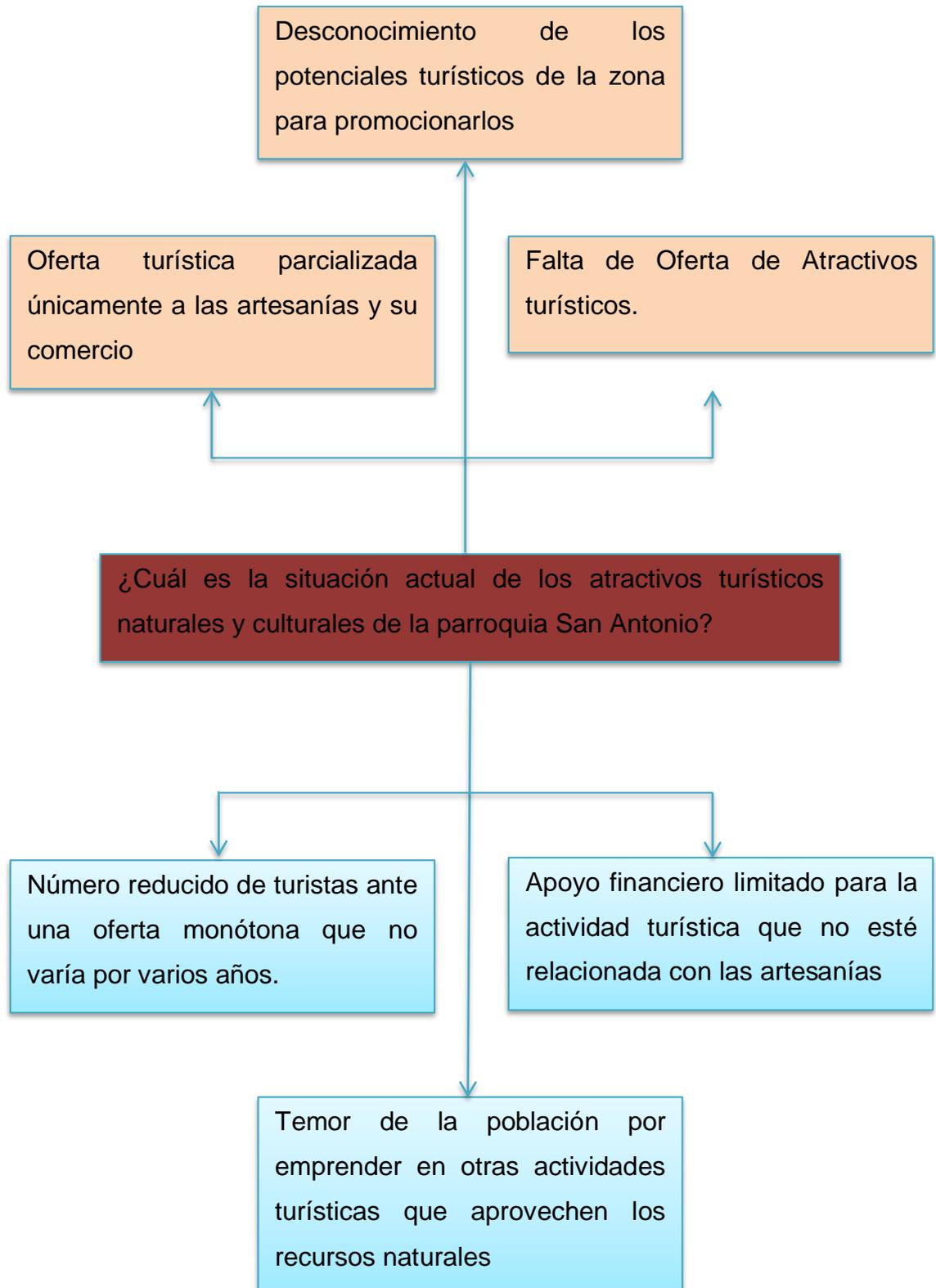
- Muñoz, P. (2010). *Granjas integrales autosuficientes en el Ecuador*. Quito: Abya - Yala.
- OEI. (2013). *El desarrollo de la carta cultural Iberoamericana*. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos.
- Ojeda Sánchez, A. C. (2010). *Temas de Actualidad Agraria*. Sevilla: PRODETUR S.A.
- OMT. (2014). *Barómetro del Turismo Mundial*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
- Orquera, A., & Tello, C. (2009). *Diseño de una granja integral como modelo para su implementación en el CADET*. Quito: Ariel.
- Ospina, J. (2010). *Enciclopedia Agropecuaria*. Colombia: TERRANOVA.
- Palomino Torres, A. (2011). *Granja Integral Autosuficiente*. Colombia: San Pablo.
- Peña, M. (2009). *Explotación de pastos y forrajes*. La Habana: Félix Varela.
- Perry, L., & Falzon, C. (2015). *Adaptación del cambio climático en sitios naturales del patrimonio mundial*. Gales: UNESCO.
- Phillip, Hunter; Blckstock, K;. (2009). *A typology for defining agritourism*. Reino Unido: Tourism Management .
- Quesada Castro, R. (2012). *Elementos del turismo*. Costa Rica: EUNED.
- Ramos Farroñán, E. (10 de 01 de 2013). *Teoría General del Turismo*. Obtenido de Slidshare: http://es.slideshare.net/e_vrf/producto-turistico-umb
- Riveros, H., & Blanco, M. (2010). *El Agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Lima: PRODAR.
- Riveros, H., & Blanco, M. (2013). *El Agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Perú: PRODAR.
- Rostworowski, M. (2010). *Costa Peruana Prehispánica*. Lima: Instituto de Estudios Peruanos.
- Salcedo C, A. J. (2013). *Curso de derecho internacional público*. Madrid: Tecnos S.A.

- Sánchez Rosado, M. (2015). *Población y ambiente, sociedad y recursos naturales*. Madrid: Serie Uno.
- Sánchez, A. (2012). *Libro Blanco de la Agricultura y el Desarrollo Rural*. Madrid: Universidad de La Rioja.
- Sanginés, L., & Peraza, A. (2010). *Granjas Integrales: experiencia productiva en la Selva Lacandona*. México: Ariel.
- Savoldelli, J., & Walter, A. (2016). *Preparación para los deportes de aventura*. España: DVE Agency.
- Schaerer, J., & Sirven, M. (2011). *El turismo rural en Chile*. . Santiago de Chile: Naciones Unidas.
- SECTUR. (23 de 11 de 2014). *Secretaria de Turismo Gobierno de México*.
Obtenido de Tesouro:
www.cienaniosdeturismo.gov.ar/detect.asp?IdSeccion=19
- SECTUR. (2016). *Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística*. México: Secretaria de Turismo del Gobierno de México.
- Sendero de Chile. (12 de Abril de 2015). *Sendero de Chile*. Obtenido de Clasificación senderos: <http://www.senderodechile.cl/send-cult-concepcion/>
- Such, M., & García, M. (2011). *Turismo no es paso rural del desenvolvimiento*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- Suquilanda Valdivieso, M. B. (2010). *La granja integral autosostenible*. Bogotá: DISLOQUE.
- Szmulewicz, P., & Álvarez, K. (2012). *Agroturismo. Una opción de desarrollo sustentable para las comunidades rurales de Latinoamérica. En turismo y desarrollo sostenible*. Colombia: CONPEHT.
- Thompson, L. M., & Troeh, F. R. (2011). *Los suelos y su fertilidad*. Barcelona: Reverté.
- Torres, C. (2012). *Manual Agropecuario*. Bogotá - Colombia: Biblioteca del Campo.
- Ulrich, M. (2016). *Atlas de música*. Perú: Alianza.

- UNESCO. (01 de Abril de 2015). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/world-heritage/>
- UNESCO. (01 de 04 de 2015). *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*. Obtenido de <http://www.unesco.org/new/es/mexico/work-areas/culture/world-heritage/>
- Unidad Regional de Asistencia Técnica. (12 de 11 de 2013). *Programa de apoyo a la implementación de proyectos*. Obtenido de Slidshare: <http://es.slideshare.net/bethsys/difusion-y-promocion-del-proyecto>
- Vera, J., López, F., Marchena, M., & Anton, S. (2010). *Análisis territorial del turismo. Una nueva geografía del turismo*. Barcelona: Ariel.
- Wall, G. (2010). *Encyclopaedia of tourism*. Londres: JAFARI.
- Yanggen, D., Crisman, C., & Espinoza, P. (2009). *Los Plaguicidas. Impactos en producción y medio ambiente en Carchi, Ecuador*. Carchi: Abya - Yala.

ANEXOS

Anexo 1: Árbol de problemas



Anexo 2: Matriz de coherencia

Formulación del problema	Objetivo general
<p>¿Cuál es la situación actual de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia San Antonio?</p>	<p>Diseñar una ruta turística denominada “Huataviros” que permita el aprovechamiento sustentable de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra.</p>
Subproblemas / Interrogantes	Objetivos específicos
<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuáles son los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra? • ¿Cuál es la situación actual de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra? • ¿Cuál es el perfil del visitante a la parroquia San Antonio? • ¿Cuál es el diseño de una ruta turística denominada “Huataviros” que permita el aprovechamiento sustentable de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra? 	<ul style="list-style-type: none"> • Inventariar los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra. • Caracterizar la situación actual de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra. • Identificar el perfil del visitante a la parroquia San Antonio. • Diseñar una ruta turística denominada “Huataviros” que permita el aprovechamiento sustentable de los atractivos turísticos naturales y culturales de la parroquia de San Antonio, cantón Ibarra.

Anexo 3: Formato entrevista

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

Entrevista dirigida a representantes y propietarios de talleres parroquia San Antonio de Ibarra.

Fecha:

Objetivo: La presente entrevista tiene como finalidad recabar información sobre los principales atractivos y productos turísticos que tiene la parroquia y oferta a turistas nacionales y extranjeros.

Instrucciones:

Lea atentamente las preguntas aquí planteadas y señale una de las opciones de respuesta que más se acerque a la reacción que usted tomaría.

1. ¿Considera usted que los atractivos turísticos de la parroquia de San Antonio son aprovechados de manera adecuada?
2. ¿Cree usted que el mercado artesanal presente en San Antonio forma parte de la oferta turística?
3. ¿Cuáles considera usted son los motivos para que los turistas visiten San Antonio?
4. ¿Qué otros atractivos y productos turísticos tiene la parroquia de San Antonio para ofertar al turista?
5. ¿Existen las garantías de seguridad necesarias para los turistas que visitan la localidad?

6. ¿La parroquia de San Antonio cuenta con líneas de transporte, servicios de hospedaje y alimentación adecuados?
7. ¿Considera usted que el turismo es una fuente generadora de empleo e ingresos económicos para San Antonio?
8. ¿Conoce de alguna estrategia (extra) que se esté desarrollando en la parroquia para mejorar la oferta turística y atraer un mayor número de visitantes?
9. ¿Cuáles serían los impactos del aprovechamiento de los atractivos de la parroquia de San Antonio?
10. ¿Cree usted que existe el apoyo de la junta parroquial y/o municipio para mejorar la oferta turística de la comunidad?

Firma de validación

Firma de validación

Anexo 4: Formato encuesta población San Antonio

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

Encuesta dirigida a la población de la parroquia San Antonio de Ibarra.

Fecha:

Objetivo: La presente encuesta tiene por finalidad recabar información sobre el conocimiento de los habitantes de San Antonio respecto a los atractivos turísticos que se encuentran en la parroquia

Instrucciones:

Lea atentamente las preguntas aquí planteadas y señale una de las opciones de respuesta que más se acerque a la reacción que usted tomaría.

1. ¿Considera usted que el turismo es una fuente generadora de empleo e ingresos económicos para San Antonio?
Si () No ()
2. ¿Conoce de alguna estrategia que se esté ejecutando para mejorar la oferta turística y atraer un mayor número de visitantes?
Si () Cuál
No ()
3. ¿Qué atractivos turísticos de origen natural existen en la parroquia San Antonio de Ibarra?
Montañas () Planicies () Ríos () Lagunas, lagos, etc ()

Bosques () Aguas subterráneas () Cuevas, cavernas ()
Cráteres y fenómenos naturales relacionadas () Áreas naturales
protegidas () Cuales :

4. ¿Qué atractivos turísticos de origen cultural existen en la parroquia
San Antonio de Ibarra?

Museos () Costumbres () Leyendas y tradiciones ()
Artesanías () Gastronomía () Fiestas tradicionales ()
Complejos turísticos () Vida nocturna () Cuales:
.....

5. ¿Conoce usted los productos turísticos que forman parte de la oferta a
los turistas?

Si () No ()

6. ¿En la parroquia de San Antonio existe la infraestructura necesaria
para garantizar la permanencia de los turistas en la localidad?

Hospedaje () Alimentación () Entretenimiento () Transporte ()

7. ¿Considera necesario implementar productos turísticos como hoteles,
restaurantes y centros de diversión y entretenimiento para garantizar
que los turistas regresen?

Si () No ()

8. ¿Cuáles serían los efectos de un adecuado aprovechamiento de los
atractivos de la parroquia de San Antonio?

Económicos () Sociales ()

9. ¿Cree usted que existe el apoyo de autoridades y entidades públicas
para mejorar la oferta turística de la comunidad?

Si () No ()

Anexo 5: Formato turistas que visitan San Antonio

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

Encuesta dirigida a turistas que visitan la parroquia San Antonio de Ibarra.

Fecha:

Objetivo: La presente encuesta tiene como finalidad identificar el perfil de los turistas que visitan la parroquia de San Antonio.

Instrucciones:

Lea atentamente las preguntas aquí planteadas y señale una de las opciones de respuesta que más se acerque a la reacción que usted tomaría.

1. Edad

18 a 25 años () 26 a 35 años () 36 a 45 años () 46 o más ()

2. Genero

Masculino () Femenino ()

3. Nivel de Instrucción

Primaria () Secundaria () Superior ()

4. Ocupación.

5. Nivel de Ingresos

250 a 360 () 361 a 450 () 451 a 600 ()

6. Con que frecuencia usted visita este lugar
 Semanal () Mensual () Anual () Otros (-----)
7. Qué medio de transporte utilizo para llegar a este lugar
 Auto personal () Auto de alquiler () Transporte interprovincial ()
8. ¿Cuál es su procedencia?
 Nacional () Extranjero () Local ()
9. ¿Cuál es el motivo del viaje?
 Ocio () Trabajo () Recreación () Comercio ()
10. ¿Qué actividades son las que realiza durante su visita a San Antonio?
 Compras () Deportes de aventura () Degustación de la
 gastronomía () Fotografía () Apreciaciones culturales ()
 Otras.....
11. ¿Qué atractivos turísticos de origen natural le gustaría visitar?
 Montañas () Planicies () Ríos () Lagunas, lagos, etc. ()
)
 Bosques () Aguas subterráneas () Cuevas, cavernas ()
 Cráteres y fenómenos naturales relacionadas () Áreas naturales
 protegidas () Cuales:
12. ¿Qué atractivos turísticos de origen cultural le gustaría visitar?
 Museos () Costumbres () Leyendas y tradiciones ()
 Artesanías () Gastronomía () Fiestas tradicionales ()
 Complejos turísticos () Vida nocturna () Otros.....

13. ¿Qué productos turísticos se deben implementar en la parroquia de San Antonio para mejorar la oferta hacia los visitantes?

Senderos () Representaciones artísticas () Otros.....

14. ¿Recomendaría usted este atractivo turístico a familiares y amigos?

Si () No ()

Firma de validación

Firma de validación

**CESIÓN DE DERECHOS DEL AUTOR DEL TRABAJO DE GRADO
UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
BIBLIOTECA UNIVERSITARIA**



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

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad. Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO		
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1002999421	
APELLIDOS Y NOMBRES:	Hidalgo Lita Diego Bladimir	
DIRECCIÓN:	Ibarra, Bolívar y Amazonas 12-40	
EMAIL:	greivagibarra.15@gmail.com	
TELÉFONO FIJO:	TELÉFONO MÓVIL	0990137148
DATOS DE LA OBRA		
TÍTULO:	"DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA PROVINCIA IMBABURA PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA".	
AUTOR (ES):	Hidalgo Lita Diego Bladimir	
FECHA: AAAAMMDD	octubre 2017	
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO		
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO	
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniero en Turismo	
ASESOR /DIRECTOR:	MSc. Vasallo Villalonga Yoarmelys	

AUTORIZACIÓN DE USO A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD

Yo, Hidalgo Lita Diego Bladimir, con cédula de identidad Nro. 1002999421, en calidad de autor (es) y titular (es) de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Artículo 144.

2. CONSTANCIAS

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

Ibarra, junio, 2017

EL AUTOR:

(Firma).....

Hidalgo Lita Diego Bladimir

C.I. 1002999421



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

Yo, Hidalgo Lita Diego Bladimir, con cédula de identidad Nro. 1002999421, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autor (es) de la obra o trabajo de grado titulado: "DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DE LA PARROQUIA SAN ANTONIO CANTÓN IBARRA PROVINCIA IMBABURA PARA EL DISEÑO DE UNA RUTA TURÍSTICA". que ha sido desarrollado para optar por el Título de Ingeniero en Turismo en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente. En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, junio, 2017

EL AUTOR:

(Firma).....

Hidalgo Lita Diego Bladimir

C.I. 1002999421