



# **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE**

## **FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS**

### **CARRERA DE TURISMO**

#### **TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERO EN TURISMO**

**TEMA:**

LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN  
IBARRA COMO EJE DE DESARROLLO DEL TURISMO.

**AUTOR:**

Israel Salvatore Gaibor Ortiz

**DIRECTOR:**

Raúl Clemente Cevallos Calapi. MSc

**IBARRA 2018**

## ACEPTACIÓN DEL TUTOR

Luego de la designación hecha por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad de Educación, Ciencia y Tecnología de la Universidad Técnica del Norte de la Ciudad de Ibarra, he aceptado con satisfacción participar como director de la tesis del siguiente tema: "LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN IBARRA COMO EJE DE DESARROLLO DEL TURISMO" Trabajo realizado por el señor: GAIBOR ORTIZ ISRAEL SALVATORE, previo a la obtención del título de ingeniero en turismo.

A ser testigo presencial y corresponsable director del desarrollo del presente trabajo de investigación, que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sustentado públicamente ante el tribunal que sea designado oportunamente.

Esto es lo que puedo certificar por ser justo y legal.



MSc. Raúl Clemente Cevallos.

**DIRECTOR DE TESIS**

Ibarra, febrero de 2018



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

## BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

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

#### 1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
<b>CÉDULA DE IDENTIDAD:</b>	<b>DE</b>	1003299227	
<b>APELLIDOS Y NOMBRES:</b>	<b>Y</b>	Gaibor Ortiz Israel Salvatore	
<b>DIRECCIÓN:</b>		Ibarra- San Francisco del Tejar	
<b>EMAIL:</b>		salva_gois@outlook.es	
<b>TELÉFONO FIJO:</b>	062625078	<b>TELÉFONO MÓVIL:</b>	0985442014

DATOS DE LA OBRA	
<b>TÍTULO:</b>	LA GESTIÓN DE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL CANTÓN IBARRA COMO EJE DE DESARROLLO DEL TURISMO.
<b>AUTOR (ES):</b>	Salvatore Gaibor
<b>FECHA: DD/MM/AAAA</b>	10 octubre 2018
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
<b>PROGRAMA:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> <b>PREGRADO</b> <input type="checkbox"/> <b>POSGRADO</b>
<b>TITULO POR EL QUE OPTA:</b>	Ingenieria en Turismo

## 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, a los 26 días del mes de Septiembre de 2018

**EL AUTOR:**



.....

Salvatore Gaibor Ortiz

## DEDICATORIA

Por la paciencia y la dedicación puesta en mi

Por la admiración que te tengo...

Por el amor para ti Mamita Maggie

Por la felicidad que me produce verte, oírte, tocarte y sentirte

Por qué no hay nada más dulce... para ti Niko mi hijo

Con todo el AMOR que puede abrazar mi pecho

Esto es para ustedes...

## **AGRADECIMIENTO**

La ayuda constante en mis tropiezos, el ánimo incesable cuando decaigo, y los más sabios consejos en momentos atinados, por quien soy ahora y por quien seré. Gracias mamá

Los momentos radiantes de alegría y por qué son parte de mí, Gracias Ney Juan, Hermanos los amo.

Las instrucciones, la guía continua, la entrega, la formación académica. A mis queridos maestros Gracias

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

ACEPTACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN.....	iii
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
INTRODUCCIÓN.....	xv
RESUMEN.....	xvii
ABSTRACT.....	xviii
<b>CAPÍTULO I.....</b>	<b>1</b>
1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	1
1.1. Antecedentes.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	3
1.3. Formulación del problema.....	5
1.4. Delimitación.....	5
1.5. Delimitación Espacial.....	5
1.5.1. Delimitación Temporal.....	5
1.6. Objetivos.....	5
1.6.1. Objetivo General.....	5
1.6.2. Objetivos Específicos.....	5
1.7. Justificación .....	6
<b>CAPITULO II.....</b>	<b>7</b>
2. MARCO TEORICO .....	7
2.1. Fundamentación teórica.....	7
2.1.1. El turismo.....	7
2.1.1.1. Breve Historia del turismo.....	7
2.1.1.2. El turismo en el Ecuador y su historia.....	9
2.1.1.3. El Turismo en la provincia de Imbabura.....	12
2.1.1.4. El turismo en el cantón Ibarra.....	13
2.1.2. La Información.....	14

2.1.2.1.	Breve historia de la información .....	15
2.1.2.2.	La información turística y sus características.....	16
2.1.2.3.	La información turística en los medios de comunicación.....	19
2.1.2.4.	Tipología de la información Turística. ....	20
2.1.2.5.	La información en el internet. ....	24
2.1.2.6.	La información turística en las redes sociales.....	25
2.1.2.7.	La información turística en la televisión. ....	27
2.1.3.	La Gestión.....	28
2.1.3.1.	La gestión de la Información Turística. ....	28
2.1.3.2.	La gestión de la información turística en los organismos nacionales.....	29
2.1.3.3.	La gestión de la información turística en los organismos provinciales.....	31
2.1.3.4.	La gestión de la información turística en el sector público del cantón el Ibarra.....	32
2.1.3.5.	La gestión de la información Turística en las empresas privadas de servicios turísticos del cantón Ibarra. ....	34
2.1.3.6.	Proceso de gestión de información turística .....	38
2.1.4.	La promoción y publicidad.....	38
2.1.4.1.	La Promoción y publicidad turística.....	39
<b>CAPÍTULO III.....</b>		<b>44</b>
3.	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	44
3.1.	Tipos de Investigación.....	44
3.1.1.	Según su propósito.....	44
3.1.2.	Según el lugar.....	44
3.1.3.	Según su alcance o nivel.....	44
3.2.	Diseño de la Investigación.....	45
3.3.	Métodos de la investigación. ....	45
3.3.1.	Método deductivo. ....	45
3.3.2.	Método Inductivo. ....	45
3.3.3.	Método de Análisis. ....	45
3.3.4.	Método de síntesis.....	46
3.4.	Técnicas de Investigación. ....	46



3.4.1.	Encuesta.....	46
3.4.2.	Instrumentos .....	46
3.5.	Población y muestra .....	47
3.5.1.	Población .....	47
3.5.2.	Muestra.....	47
<b>CAPITULO IV .....</b>		<b>49</b>
4.	ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS .....	49
4.1.	Presentación .....	49
4.2.	Análisis de Resultados. ....	50
4.2.1.	Cuestionario 1: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros del Cantón Ibarra. ....	50
4.2.2.	Cuestionario 2: Encuesta dirigida a OPERARIOS de servicios turísticos del cantón Ibarra .....	63
<b>CAPÍTULO V .....</b>		<b>73</b>
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	73
5.1.	Conclusiones .....	73
5.2.	Recomendaciones. ....	75
<b>CAPÍTULO VI .....</b>		<b>77</b>
6.	PROPUESTA.....	77
6.1.	Título de la propuesta.....	77
6.2.	Presentación.....	77
6.3.	Antecedentes.....	78
6.4.	Objetivos.....	79
6.4.1.	General.....	79
6.4.2.	Específicos.....	79
6.5.	Justificación.....	79
6.6.	Fundamentación Teórica.....	82
6.7.	Ubicación sectorial y física .....	82
6.8.	Desarrollo.....	82
6.8.1.	Preproducción.....	83
6.8.1.1.	Temas que incluye la guía turística.....	84
6.8.1.2.	Inventario de atractivos turísticos.....	84
6.8.1.3.	Creación de circuitos, temática, guión.....	87

6.8.1.4.	Circuitos.....	87
6.8.1.5.	Breve descripción de los circuitos.....	87
6.8.1.6.	Temática .....	88
6.8.1.7.	Guion. ....	89
6.9.	Presupuesto Total.....	190
6.9.1.	Presupuesto por circuito.....	191
6.10.	Financiamiento .....	190
6.11.	Impactos .....	190
6.11.1.	Educativo .....	190
6.11.2.	Socio-Económico.....	191
6.11.3.	Socio-Cultural .....	191
6.11.4.	Turístico .....	191
6.12.	Difusión.....	192
6.13.	Bibliografía.....	193
	<b>ANEXOS.....</b>	<b>197</b>
	ANEXO 1: Árbol de problemas.....	190
	ANEXO 2: Matriz de coherencia.....	191
	ANEXO 3: Matriz categorial.....	192
	ANEXO 4: Encuesta dirigida a turistas de Ibarra .....	190
	ANEXO 5: Encuesta dirigida operadores del área turística .....	192
	ANEXO 6: Glosario de términos.....	195

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> Género .....	50
<b>Tabla 2</b> Edad .....	51
<b>Tabla 3</b> Lugar de Origen .....	52
<b>Tabla 4</b> ¿Cuántas veces ha visitado Ibarra? .....	53
<b>Tabla 5</b> ¿Cuál fue la motivación de visita? .....	54
<b>Tabla 6</b> ¿Qué tiempo permanece en la ciudad de Ibarra? .....	55
<b>Tabla 7</b> ¿Antes de su visita a Ibarra obtuvo información sobre el lugar a visitar?.....	56
<b>Tabla 8</b> Si su respuesta fue afirmativa especifique a través de qué medio obtuvo información. ....	57
<b>Tabla 9</b> ¿Obtuvo información adecuada sobre el cantón Ibarra? .....	58
<b>Tabla 10</b> ¿Encontró información suficiente sobre el cantón Ibarra? .....	59
<b>Tabla 11</b> ¿Le fue útil la información que obtuvo sobre el cantón Ibarra?....	60
<b>Tabla 12</b> ¿Qué medio le parece adecuado para recibir Información turística sobre el Cantón Ibarra? .....	61
<b>Tabla 13</b> ¿Porque medio le gustaría recibir información acerca del Cantón Ibarra?.....	62
<b>Tabla 14</b> Género .....	63
<b>Tabla 15</b> Sector al que pertenece la empresa en la que trabaja.....	64
<b>Tabla 16</b> Tipo de empresa en la que desenvuelve.....	65
<b>Tabla 17</b> ¿La empresa en que labora brinda información al turista? .....	66
<b>Tabla 18</b> ¿Cuál es la información que su empresa brinda a los turistas? ....	67
<b>Tabla 19</b> ¿A través de que medio proporciona información al turista, la empresa en la que labora? .....	68
<b>Tabla 20</b> ¿Considera que la información turística que brinda su empresa al turista es adecuada sobre el cantón Ibarra? .....	69
<b>Tabla 21</b> ¿Creé que la información Turística en el cantón Ibarra que brinda su empresa es? .....	70
<b>Tabla 22</b> De las siguientes opciones señale, ¿cuáles son utilizadas por la empresa en la que trabaja, para recabar información turística del cantón Ibarra?.....	71
<b>Tabla 23</b> ¿Qué medio creé usted es el más conveniente para expedir información turística acerca del cantón Ibarra? .....	72

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> Interacción de la información con los diferentes factores turísticos. .....	18
<b>Gráfico 2</b> La información de la oferta turística.....	23
<b>Gráfico 3</b> Procesos de gestión .....	38
<b>Gráfico 4</b> Herramientas de promoción 1 .....	41
<b>Gráfico 5</b> Género .....	50
<b>Gráfico 6</b> Edad.....	51
<b>Gráfico 7</b> Lugar de Origen .....	52
<b>Gráfico 8</b> ¿Cuántas veces ha visitado Ibarra? .....	53
<b>Gráfico 9</b> ¿Cuál fue la motivación de visita? .....	54
<b>Gráfico 10</b> ¿Qué tiempo permanece en la ciudad de Ibarra? .....	55
<b>Gráfico 11</b> ¿Antes de su visita a Ibarra obtuvo información sobre el lugar a visitar?.....	56
<b>Gráfico 12</b> Si su respuesta fue afirmativa especifique a través de qué medio obtuvo información. ....	57
<b>Gráfico 13</b> ¿Obtuvo información adecuada sobre el cantón Ibarra? .....	58
<b>Gráfico 14</b> ¿Encontró información suficiente sobre el cantón Ibarra? .....	59
<b>Gráfico 15</b> ¿Le fue útil la información que obtuvo sobre el cantón Ibarra? .....	60
<b>Gráfico 16</b> ¿Qué medio le parece adecuado para recibir Información turística sobre el Cantón Ibarra? .....	61
<b>Gráfico 17</b> ¿Porque medio le gustaría recibir información acerca del Cantón Ibarra?.....	62
<b>Gráfico 18</b> Género .....	63
<b>Gráfico 19</b> Sector al que pertenece la empresa en la que trabaja.....	64
<b>Gráfico 20</b> Tipo de empresa en la que desenvuelve.....	65
<b>Gráfico 21</b> ¿La empresa en que labora brinda información al turista? .....	66
<b>Gráfico 22</b> ¿Cuál es la información que su empresa brinda a los turistas? .....	67
<b>Gráfico 23</b> ¿A través de que medio proporciona información al turista, la empresa en la que labora? .....	68
<b>Gráfico 24</b> ¿Considera que la información turística que brinda su empresa al turista es adecuada sobre el cantón Ibarra? .....	69

<b>Gráfico 25</b> ¿Creé que la información Turística en el cantón Ibarra que brinda su empresa es: .....	70
<b>Gráfico 26</b> De las siguientes opciones señale, ¿cuáles son utilizadas por la empresa en la que trabaja, para recabar información turística del cantón Ibarra?.....	71
<b>Gráfico 27</b> ¿Qué medio creé usted es el más conveniente para expedir información turística acerca del cantón Ibarra? .....	72
<b>Gráfico 28</b> Circuito Uno La Esperanza, Angochahua .....	90
<b>Gráfico 29</b> Caranqui helados.....	92
<b>Gráfico 30</b> Templo del sol.....	93
<b>Gráfico 31</b> La Esperanza .....	94
<b>Gráfico 32</b> Talabartería.....	94
<b>Gráfico 33</b> Talabartería.....	95
<b>Gráfico 34</b> Zuleta .....	95
<b>Gráfico 35</b> Lita, La Carolina.....	98
<b>Gráfico 36</b> Yahuarcocha.....	99
<b>Gráfico 37</b> Mirador San Miguel Arcángel .....	101
<b>Gráfico 38</b> La Carolina.....	102
<b>Gráfico 39</b> Lita .....	103
<b>Gráfico 40</b> Orquídea .....	104
<b>Gráfico 41</b> Circuito tres, Salinas - Ambuqui .....	106
<b>Gráfico 42</b> Obelisco de la estación.....	107
<b>Gráfico 43</b> Estación Salinas .....	109
<b>Gráfico 44</b> Ambuquí.....	110
<b>Gráfico 45</b> Rio chota .....	111
<b>Gráfico 46</b> Circuito cuatro, San Antonio de Ibarra .....	114
<b>Gráfico 47</b> Volcán Imbabura.....	115
<b>Gráfico 48</b> San Antonio.....	116
<b>Gráfico 49</b> Artesanía.....	117
<b>Gráfico 50</b> Iglesia Nuestra señora de las Lajas.....	118
<b>Gráfico 51</b> Fiestas de fundación de San Antonio.....	118
<b>Gráfico 52</b> Rituales .....	119
<b>Gráfico 53</b> Tortillas con fritada.....	120
<b>Gráfico 54</b> Circuito cinco, Centro Histórico de Ibarra.....	121

<b>Gráfico 55</b>	Esquina del Coco.....	122
<b>Gráfico 56</b>	Iglesia de San Agustín.....	123
<b>Gráfico 57</b>	Iglesia Santo Domingo.....	124
<b>Gráfico 58</b>	Parque pedro Moncayo.....	125
<b>Gráfico 59</b>	El torreón Colegio Teodoro Gómez.....	125
<b>Gráfico 60</b>	La catedral.....	126
<b>Gráfico 61</b>	La casa de la Ibarreñidad.....	128
<b>Gráfico 62</b>	Basílica de la Dolorosa.....	129
<b>Gráfico 63</b>	Basílica de la Merced.....	129
<b>Gráfico 64</b>	Antiguo Cuartel Militar.....	130
<b>Gráfico 65</b>	Helados de paila.....	131
<b>Gráfico 66</b>	La Nogada.....	132
<b>Gráfico 67</b>	La fundación de Ibarra.....	133
<b>Gráfico 68</b>	Cacería del zorro.....	135
<b>Gráfico 69</b>	Fiestas del Retorno.....	136

## INTRODUCCIÓN

La presente investigación está enfocada al estudio de la gestión de la información turística en el cantón Ibarra y la contribución que realizan las empresas públicas y privadas para que dicha información llegue de la manera más acertada al visitante público en general. En este trabajo se analiza el contenido de la información y la forma en la que se la presenta al viajero, asimismo la interacción entre turista y los medios de comunicación habituales y el internet. De esta manera se determina su consecuencia sobre el desarrollo del turismo y el impulso económico que puede dar esta actividad al cantón Ibarra.

El estudio se fracciona en cuatro capítulos para una mejor investigación y entendimiento; El problema de Investigación, la fundamentación teórica, la metodología y el marco administrativo.

**En el capítulo I**, se plantea el problema y sus antecedentes además de los objetivos o metas a conseguir con la investigación, además qué demarca el tiempo de ejecución, los actores directos a investigar y el lugar a realizar.

**En el segundo capítulo**, se habla fundamental mente del marco lógico y la investigación bibliográfica, en si es la parte científica de la investigación, todo acerca de la información turística de una forma inductiva analizando temas específicos y que sean relevantes y adecuados para la investigación.

**En el tercer capítulo**, se trata el tema metodológico es decir la forma y el tipo investigación que se va a ejecutar para este problema, además de las técnicas a usar conjuntamente con las herramientas o instrumentos a manejar y hacia quien fueron dirigidos.

**Durante el cuarto capítulo**, se presenta el análisis e interpretación de las diferentes técnicas de investigación que se realizaron para conocer la situación actual del turista y del gestor de información turística de Ibarra, como las encuestas y entrevistas.

**En el quinto capítulo**, se realizan las diferentes conclusiones que nos deja la investigación, además de las recomendaciones que se plantean son necesarias para encaminar de mejor manera la gestión de la información turística en el cantón Ibarra.

Para la finalización del proyecto se planteó una posible solución del problema; ¿cómo se gestiona la gestión de la información en el cantón Ibarra?, la cual guarda gran relación con la investigación pues la aborda de una manera asertiva, mediante el diseño de una guía audiovisual con rutas turísticas del cantón Ibarra.



## RESUMEN

La gestión de la información turística que realizan los diferentes gestores en el cantón Ibarra, es el equivalente a un desatinado uso de los distintos medios de comunicación para con el desarrollo del turismo, la falta de profesionalismo por parte de los diferentes organismos públicos y privados, desencadenaron una serie de consecuencias negativas en el sector turístico, Ibarreño, así como su economía y cultura. Durante el presente trabajo se analizó la gestión de la información turística del cantón Ibarra y la incidencia de esta en el desarrollo del turismo del cantón, mediante el diagnóstico de la situación actual del uso de los medios y herramientas informativas, asimismo se determinaron estrategias comunicacionales e informativas para promover el turismo de Ibarra a nivel Nacional e Internacional. Así mismo se usó técnicas, como: encuestas y entrevistas las cuales muestran a través de los turistas la deficiencia que poseen las empresas y organismos de servicios turísticos frente a la gestión de la información turística, pero también se revela el nivel de insatisfacción que tiene el turista al no tener información adecuada sobre el cantón Ibarra Finalmente como propuesta de solución al problema se planteó una campaña de promoción y difusión turística del cantón Ibarra, a través de circuitos turísticos, con el objetivo de incrementar la afluencia de los turistas al cantón,.

## **ABSTRACT**

The management of tourist information carried out by the different agents in Ibarra, is the equivalent of a misguided use of the different media to promote the development of tourism, the lack of professionalism on the part of different public and private organizations, triggered a series of negative consequences in the tourism area from Ibarra, as well as its economy and culture. During the present work, the management of the touristic information in Ibarra and the incidence of this in the development of tourism was analyzed by means of the diagnosis of the current situation and the use of the media and some informative tools; communication and information strategies were also determined to promote Ibarra tourism at a National and International level. Likewise, a variety of techniques were used, such as: surveys and interviews which show the deficiency that companies and tourist services agencies have in dealing with the management of touristic information, but it also reveals the level of dissatisfaction that tourists have when they do not have information about the city Ibarra. Finally, as a proposal to solve the problem, a touristic promotion and diffusion campaign of the Ibarra was proposed, through tourist circuits, with the aim of increasing the influx of tourists to the city.

## CAPÍTULO I

### 1. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

#### 1.1. Antecedentes

El turismo en el Ecuador se ha posicionado como uno de los mayores aportadores de la economía actual, el crecimiento constante de esta actividad incluso por sobre el promedio de la región, es una muestra de su evolución, según el Ministerio de Turismo (MINTUR, 2014), Ecuador recibió alrededor de 960 000 turistas extranjeros en el 2009 y para el año 2016 llegó a recibir un total de 1 600 000 turistas extranjeros, esto da a entender que el crecimiento ha sido continuo en un porcentaje de 18 % anual solo superado por países como Perú y México.

Las causas para el desarrollo del turismo son evidentes, la imagen de un país pluricultural y multiétnico llama mucho la atención a los turistas, pero la naturaleza, la biodiversidad y la variedad de ecosistemas en un pequeño territorio convierten al Ecuador en un destino imperdible para turistas de todo el mundo.

Todo esto no sería posible sin la labor y gestión que ha tenido el gobierno en los últimos años pues la publicidad dentro y fuera del país han mejorado notablemente, y los logros alcanzados superan las expectativas de cualquiera, por ejemplo; en los últimos años Galápagos y Quito han ganado premios internacionales al turismo y han sido nominadas reiteradas veces a ser unos de los mejores destinos de Latinoamérica. Todo esto no se hubiese logrado a obtener sin una adecuada gestión de la publicidad e información turística de estos lugares.

**La provincia de Imbabura es una de las mejor posicionadas en cuanto a turismo, sea por los paisajes, su gente y cultura o por su gastronomía, lo que se traduce en una aportación significativa al desarrollo económico de sus habitantes,**

**considerándose uno de los destinos más frecuentes para turistas extranjeros, la diversidad etnográfica y pisos climáticos, convierten a Imbabura en un suelo fértil para el fortalecimiento del turismo. (MINTUR, 2017)**

Ibarra es un área geográfica de potenciales turísticos, tanto naturales como comunitarios, pues en ella conviven indígenas como los de la esperanza y Zuleta, afro ecuatorianos en Salinas y el Chota, Awá en la parte más costanera de Lita y mestizos en la cabecera cantonal, todo esto comprimido en un pequeño territorio que al igual que su gente es multifacético pues cuenta con montañas, valles y demás. Sin embargo todo ese potencial no se ve reflejado en el desarrollo turístico que se ambiciona tener.

El mundo actual, está en constante evolución y cambio, de hecho hoy en día ninguna actividad se desliga de la tecnología y su uso, el turismo no es la excepción, esta herramienta nos ayuda a mejorar los servicios turísticos y evolucionarlos, por ejemplo; nos ayuda conectar a nuevos turistas y futuros clientes, asimismo nos permite brindar información necesaria sobre nuestra empresa y en este caso sobre la ciudad de Ibarra a través de sus diferentes medios, su uso es fundamental e indispensable.

Es por eso que es importante, proveer de información turística de calidad al visitante a través de herramientas como la gestión de la información, que permitan ordenar, estandarizar y mejorar la calidad de la información que se proporciona al turista.

Como referencias previas sobre otros trabajos realizados tenemos los estudios realizados por (Jiménes, 2012) el cual realiza un análisis de la necesidad de información turística del país en los habitantes del sector norte de la ciudad de Guayaquil. En ella se concluye que la vinculación del sector público y privado es fundamental para la difusión de información turística de calidad en cualquier sector.

Además podemos citar el trabajo realizado por (Toala, 2013) el cual se enfoca directamente al uso y buen manejo de las Tecnologías en beneficio del turismo, y los denominamos recursos tecnológicos para la gestión turística, en la que resuelve que no hay mejor forma de informar y publicitar un destino que por las nuevas tecnologías de la información.

Finalmente es importante citar también el trabajo que aporta el Ministerio de Turismo el cual realiza un breve análisis acerca de la información turística en el Ecuador y propone un Sistema Integrado de Información Turística en donde se muestran inventarios de atractivos, catastro turístico o módulos de atención al cliente.

## **1.2. Planteamiento del problema.**

Desde la surgimiento del turismo en nuestro país en la década del 60 y sobre todo desde el surgimiento del turismo en Imbabura, el cantón Ibarra y su cabecera no ha cumplido un papel fundamental en el sector, en realidad el turismo en la zona no ha sido una actividad económica de peso en el desarrollo económico, por el contrario se ha consagrado y considerado desde siempre como un cantón y una ciudad de paso, siempre ha estado a la sombra de atractivos mejores posicionados como Otavalo, Cotacachi o Cuicocha dentro de la provincia, Es así que una de las pocas temporadas del año donde se puede notar la llegada de foráneos es en sus fiestas.

Aunque en los últimos años el gobierno se ha preocupado por promocionar al país; nacional e internacionalmente, en Ibarra ha existido un desligue de estas actividades pues aunque es una ciudad con altos ingresos estatales no ha existido una buena gestión pública y privada que permite llevar información adecuada de la mano de las políticas turísticas del ministerio de turismo y su promoción nacional e internacional.

Entre la empresa pública y privada no existe una conexión adecuada para la circulación de información turística, lo que da como resultado la exposición de datos poco precisos e inadecuados que muchas veces tienden a ser poco

útiles para los turistas, lo que puede provocar la antipatía y poco interés del turista para visitar la ciudad y el cantón.

La falta de interés por la investigación de atractivos turísticos no posicionados, provoca que los datos que se exponen sean muy básicos y carezcan de sustento científico, en consecuencia existe una falta de interés por parte del turista en llegar a Ibarra, aun cuando los atractivos se encuentran allí, desaprovechando no solo recursos económicos tecnológicos y humanos, sino también la posibilidad de aumentar el porcentaje de turistas al cantón y por ende el desarrollo socioeconómico de la zona.

En la plataforma virtual de los organismos públicos se ha dado siempre especial preferencia a la información de lugares turísticos conocidos, dejando de lado la posibilidad de que pequeños poblados con grandes potenciales turísticos salgan a la luz, lo mismo pasa con las empresas que se promocionan en estas páginas, los grandes hoteles y restaurantes siempre están presentes pero se hace de menos al pequeño empresario turístico del sector rural.

De igual manera las empresas turísticas privadas tienen grandes problemas de difusión de información, puesto que no tiene vinculación con la colectividad turística, por diferentes motivos e intereses creando una atmosfera de información distorsionada pues no existe afinidad ni profesionalismo, en tal sentido se desperdician recursos tecnológicos y económicos.

De todo esto se desprende un sin número de efectos negativos como; el poco reconocimiento de Ibarra como un destino turístico, desvalorización del desarrollo económico que produce consigo el turismo al cantón, pérdida de turistas, puesto que la información no llega con confianza y de una manera clara y cómoda, pérdida de oportunidades a los pequeños empresarios turísticos, o simplemente el deterioro de la potencialidad turística que posee el cantón. También se cohíbe al cambio de matriz productiva de una industria netamente primaria a una de servicios.

### **1.3. Formulación del problema.**

¿De qué manera se gestiona la información turística en el cantón Ibarra y cómo influye está en el desarrollo del turismo?

### **1.4. Delimitación.**

- Unidades de observación
- Gestores de información turística gubernamentales.
- Gestores de información turística privados
- Turistas del cantón Ibarra

### **1.5. Delimitación Espacial.**

La investigación se realizó en determinadas parroquias del cantón Ibarra de la provincia de Imbabura. La Esperanza, San Antonio, Ambuquí, Salinas, Lita, La Carolina, además de la zona urbana de la ciudad Ibarra.

#### **1.5.1. Delimitación Temporal**

La investigación y los estudios del proyecto se realizaron en un lapso de 8 Meses, esta inicio en el mes de febrero de 2017 y finalizó en Diciembre del mismo año.

### **1.6. Objetivos.**

#### **1.6.1. Objetivo General.**

Analizar la gestión de la información turística y su incidencia en el desarrollo del turismo del cantón Ibarra a través de guía audiovisual que permita mejorar la calidad de la información.

#### **1.6.2. Objetivos Específicos.**

- Determinar la veracidad de la información brindada al turista.

- Diagnosticar la situación actual del uso de medios y herramientas informativas.
- Identificar estrategias comunicacionales e informativas para promover el turismo del cantón Ibarra a nivel Nacional e Internacional.
- Diseñar una guía audiovisual con circuitos turísticos del cantón Ibarra, con difusión en redes sociales, para elevar el número de visitantes.

### **1.7. Justificación**

El turismo es un método de transformación de la matriz laboral y productiva pues genera empleo, y abre las puertas para impulsar nuevos emprendedores, y a su vez hace que sectores rurales o menos favorecidos también obtengan beneficios de este. Del mismo modo se beneficiarían los grandes empresarios de hoteles, agencias de viajes o entidades públicas y privadas.

La presente investigación trae consigo también una propuesta, la cual en términos generales es una guía versátil, amplia, actualizada, y de fácil acceso, que abarca los atractivos que posee el cantón, sean naturales o culturales, además de información acerca de los servicios que se pueden ofrecer en las diferentes parroquias rurales y la ciudad.

La poca efectividad que tiene la información turística para con las necesidades del visitante ibarreño, dan como resultado un vacío económico en la ciudad, y aún más importante deja un vacío socioemocional en el propio habitante de Ibarra pues el turismo es uno de los pocos espejos en donde el ibarreño puede reflejar su cultura.

Esta investigación tiene como principal razón, el potenciar y aprovechar los recursos económicos, tecnológicos y sobre todo el talento humano que se utiliza para la ejecución, creación o gestión de los diferentes medios informativos turísticos del cantón Ibarra, pues estos son uno de los principales motores de la actividad turismo en el cantón.



## **CAPITULO II**

### **2. MARCO TEORICO**

#### **2.1. Fundamentación teórica.**

##### **2.1.1. El turismo.**

**Según la Organización Mundial para el Turismo (OMT, 2010) “El turismo consiste en los viajes y estancias que realizan personas en lugares distintos a su entorno habitual, por un período mínimo de un pernocte (una noche de estadía como unidad) y como máximo 365 días, por ocio, negocios u otros motivos”**

**(Gomez, 2008) En su obra calidad total dice que “desde una perspectiva restringida, el sector turístico es la actividad cuyo producto va a significar el consumo de bienes o de servicios por un sujeto que se encuentra temporalmente desplazado de su lugar habitual de residencia” (p.106).**

Podemos concluir entonces que el turismo es una actividad netamente social en donde el ser humano interactúa en un medio del que no es habitual, mediante un traslado y estancia que promueva el uso de recursos materiales o inmateriales de la zona, este viaje puede ser incentivado por varias razones sean de ocio, placer, salud, trabajo o la religión, en donde el tiempo mínimo de estadía sea de 24 horas y el tiempo máximo sea menos de un año.

##### **2.1.1.1. Breve Historia del turismo.**

Al considerar al turismo como una actividad social, podemos concluir que es una acción realizada por el ser humano mucho antes que se conozca siquiera el término “turismo”, cuyos antecedentes nos permiten tener una

idea básica de turismo desde la antigüedad, de hecho si se toma en cuenta la definición ofrecida por la (OMT, 2010), podemos concluir que la actividad turística se realizaba desde la edad antigua, pues muchas personas se movilizaban desde su lugar de residencia hacia otros lugares con intenciones claras de realizar turismo, por ejemplo en los imperios romano, griego, o egipcio hubieron grandes movilizaciones por las guerras de conquista, por asistir a los juegos Olímpicos o simplemente por la religión.

**Para (Garrido, 2006) Durante la edad media la tendencia de movilización siguió, las razones para el viaje fueron cambiado, sin embargo el objetivo fue el mismo, por ejemplo los años posteriores a la muerte de Cristo cientos y luego miles de personas se movilizaban con el fin de evangelizar trasladándose miles de kilómetros por varios meses y hasta años en lo que posteriormente se llamaron las cruzadas y así mismo grandes expediciones desde Europa hacia tierra santa por la devoción que adquirirían las personas.**

**Según (Floristán, 2007) Se tiene referencias del turismo como tal desde el siglo XVII principalmente como hecho sociocultural, en experiencias de viajes no laborales, habitualmente realizados por aristócratas que componían la elite de la época; eran viajes largos y los destinos eran usualmente Inglaterra, Francia y Alemania. Estos viajeros hacían la diferencia con el resto de la gente y eran ellos los que exclusivamente tenían posibilidades de acceder a realizarlos. Además el descubrimiento de nuevos continentes produjo un gran cambio en la forma de viajar de las personas y lograba acaparar mayores distancias y nuevos involucrados.**

**Para (Floristán, 2007) en el siglo XVIII ya se empleaba en Inglaterra la frase de origen francés le Grand tour, para referirse a aquellos jóvenes que, tanto para complementar su**

**educación como por preocupaciones de cultura, organizaban largos recorridos por diferentes países del continente europeo. A tales viajeros se les empezó a denominar "turistas", término que se utilizó después en Francia para designar a toda persona que viajaba por placer o curiosidad, o por motivos culturales.**

De allí en adelante el turismo tuvo un cambio radical y para los dos últimos siglos se la establece como una actividad que también acapara el ocio y la distracción como una de las principales características. De hecho con la aparición de nuevos medios de transporte como los autos o los aviones la actividad turística ha crecido de una manera tan alta que los viajes ya no son continentales si no intercontinentales y a gran escala. Las clases pudientes ya no son las únicas que pueden realizar estos viajes, pues estos también están a disposición de la clase media y baja.

**“El turista actual, es un turista experimentado que busca cosas nuevas, dónde encontrar el escape de lucha diaria de la ciudad” (Sarasa, 2000)(pag.76) Esta nueva demanda no convencional, que busca lugares tanto interesantes como desconocidos, generó modalidades distintas, como el Ecoturismo, El Turismo Aventura, Los Deportes y el Turismo Rural. “Este nuevo turismo tiene un carácter participativo de mayor contacto con el medioambiente tanto natural como social”. Schmulewicz (1995. Pag 34).**

#### **2.1.1.2. El turismo en el Ecuador y su historia.**

Ecuador es un país cuyo territorio le proporciona enorme riqueza cultural, pero especialmente riqueza natural, pues posee diferentes pisos climáticos divididos en cuatro regiones, brindan una micro verticalidad que le permite tener un potencial increíble, muy atractivo para el turista extranjero ya que en un tiempo relativamente corto puede llegar desde la playa en el océano Pacífico, tocar las nieves del coloso del Cotopaxi atravesar la cordillera y

refundirse en la jungla amazónica llena de biodiversidad, además cuenta con un atractivo estrella catalogado como un laboratorio viviente gigantesco, las Islas Galápagos.

A estas características se adhiere el turismo etnográfico o cultural que en Ecuador es extenso y riquísimo, pues en un pequeño país se encuentra una diversidad cultural en donde negros, cholos, indígenas, montubios y blancos conviven diariamente y se funden en un mestizaje único que da como resultado lo que es el actual Ecuador, para ejemplificar estas consideraciones se pueden citar tradiciones únicas como la quema del año viejo, las guaguas de pan en noviembre o simplemente la quema de los castillos en cualquier población.

**Según (Pinchevisky, 2005) El turismo nacional en nuestro país está presente desde los primeros días de la republica e incluso antes. Los ciudadanos se movilizaban por viajes de ocio, laborales o incluso por religión, claramente la clase social que más influía en estos viajes eran los grandes hacendados terratenientes, o personas con mucho dinero en el país.**

**En 1947 es cuando se crea la primera empresa de viajes PANAGRA, empresa cuyo objetivo era el transporte de carga, correo y luego el turismo, su primer paquete fue un tour por 21 días por Sudamérica. Sin embargo no fue hasta el gobierno de Galo Plaza Lasso (1948 – 1952) que se estableció la primera oficina de turismo, cuyo objetivo no fue más que promocionar al país en el exterior mediante folletos y artesanías. (Pinchevisky, 2005)**

**Para los años 50 se efectúan los primeros viajes turísticos hacia las islas Galápagos, pero no es sino en 1969 que se realiza el primer viaje de turismo desde el Ecuador continental hacia las Islas Galápagos. Pocos años antes la**

**junta militar que gobernaba en el año 1964 crea la Corporación Ecuatoriana de Turismo, sin mucho éxito pues el turismo seguía dirigido principalmente por el sector privado. (Pinchevisky, 2005)**

En 1992 el presidente Sixto Duran Ballén creará el Ministerio de Turismo, esta actividad comienza a tener mayor presencia en la económica del país y sus ciudadanos, durante los gobiernos de Mahuad y Gustavo Noboa el Ministerio de Turismo se fusiona con el del interior y en otra ocasión con del ambiente.

**Durante la última década el crecimiento económico del país ha venido evolucionando para bien de la mano del crecimiento de la actividad turística, y la balanza económica nos muestra que el turismo ahora tiene un porcentaje importante dentro de la aportación en el PIB de los productos no petroleros. (MINTUR M. d., 2014)**

**En los últimos cuatro años el turismo a nivel nacional ha avanzado de manera muy rápida, es así que según el Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, el Instituto Nacional de Estadística y Censo y la Dirección Nacional de Migración durante el año 2010 Ecuador había superado la barrera del millón de turistas, luego en el año 2011 esa cifra se incrementó a más de un millón cien mil habitantes, en el transcurso del 2012 los visitantes al Ecuador superaban el millón doscientos mil, para el año 2013 la cifra ya era superior al millón trescientos mil y durante el último año el número de turistas en nuestro país estaba ya cerca del millón y medio de visitas. (INEC, 2014)**

### **2.1.1.3. El Turismo en la provincia de Imbabura.**

**La provincia de Imbabura en la actualidad es un destino turístico firme, esta actividad mantiene indicadores económicos y sociales positivos, posicionándola entre las provincias con más llegadas de foráneos anualmente. Esta zona atesora una diversidad significativa de paisajes y de culturas. Además de paisajes andinos dominados por la cordillera andina y una veintena de lagos en cuyos entornos se asientan ciudades y comunidades indígenas, que aún conservan sus ritos y tradiciones, incluso preincaicas. (MINTUR, 2017)**

**El relieve es irregular, los rangos de altitud oscilan entre 600msnm, en la parte baja del río Guayllabamba, (sur de la provincia) y los 4.939 msnm en la cima del volcán Cotacachi. Además la Provincia de Imbabura posee varios tipos de climas prueba de ello es que la temperatura media anual oscila entre 9,9 °C en la zona de Iruguincho y 22,9 °C en el sector Lita. Además cuenta con una alta biodiversidad, representada por numerosas especies vegetales, animales y recursos genéticos. Poseen además abundantes recursos hídricos y minerales como la reserva Ecológica Cayambe-Coca o la Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas. (GAD Imbabura, 2017).**

El turismo en Imbabura empezó a realizarse y estructurarse durante mediados del siglo pasado y finales de los años 70's teniendo como principales exponentes de esta actividad las ciudades de Otavalo y Cotacachi, el principal impulso de viajes hacia estas ciudades, era únicamente el aspecto comercial, ya que los turistas conocían a esta zona únicamente por sus famosas artesanías y textiles quedando de lado su atractivo cultural y natural.

Con el boom del turismo <sup>1</sup>en nuestro país a finales de la década de los 90's, Otavalo y Cotacachi empieza a ser el centro de atracción para los turistas que gustan de las actividades de recreación natural y de exploración, empezando a posicionarse tanto en la región sierra como a nivel de país como uno de los principales atractivos para los visitantes. Como resultado de esto comienzan a tener importancia turística nacional, pues los visitantes principalmente extranjeros estaban motivados ya primordialmente por razones etnológicas culturales y paisajísticas.

Además en los últimos años otra ciudad que ha tomado un impulso turístico muy importante es la ciudad de Atuntaqui su trabajo en textiles ha logrado un apoyo significativo dentro del desarrollo económico de la provincia, pues con sus ferias de verano a invierno consigue captar gran número de turistas, sobre todo nacionales.

#### **2.1.1.4. El turismo en el cantón Ibarra.**

Ibarra ciudad y cantón ubicado al norte del Ecuador es una ciudad donde predomina el mestizaje, con un clima de valle de la serranía se ubica a 2200 msnm y posee uno de los niveles de calidad de vida más altos del Ecuador. Posee un gran potencial paisajístico pues cuenta con miradores con vista espectacular como San Miguel Arcángel o la loma de Guayabillas, además de gozar de una riqueza gastronómica enfocada principalmente en dulces tradicionales como el arropo de mora, helados de paila, caramelos, nogadas entre otros.

Además posee un centro histórico planificado adecuadamente y que atrae mucho al visitante, pues posee arquitectura colonial pero sobre todo republicana, de hecho cuenta con el cuarto casco histórico más grande del país, con calles bastante amplias y bien estructuradas se puede afirmar que es una ciudad diferente a las de la serranía ecuatoriana. Cuenta también con

---

<sup>1</sup> Durante los años 90' el apogeo de la actividad turística en Ecuador, y su crecimiento dentro de márgenes económicos nacionales, aportan significativamente a la producción nacional.

una riqueza cultural amplia pues es de los pocos cantones del Ecuador que puede jactarse de poseer varias etnias en un mismo territorio, pues cuenta con indígenas en el sector La Esperanza, además de Afro ecuatorianos en el valle del Chota, mestizaje en diferentes comunidades rurales.

Ibarra cuenta con atractivos turísticos naturales llamativos, como la laguna de Yahuarcocha, Yuracruz o El volcán Imbabura, según la dirección de El turismo del GAD Ibarra los tres lugares más visitados de la ciudad son Yahuarcocha, Guayabillas, y el Museo Atahualpa en Caranqui.

La actividad que se realiza en Ibarra sigue siendo local pues los visitantes en Yahuarcocha o Guayabillas son los mismos habitantes de la ciudad, en consecuencia en la ciudad de Ibarra al contrario de otros cantones de la provincia, el turismo es aún muy incipiente, es así que muchas veces se la ha denominado como una ciudad de paso. La actividad turística es casi inexistente, a excepción de fechas específicas como las fiestas de Ibarra o la Cacería del Zorro. Es así que se puede considerar a Ibarra como una localidad poco desarrollada en la actividad turística con respecto a las ciudades de la misma provincia y la zona norte del país. Aun cuando sus potencialidades son muchas.

### **2.1.2. La Información.**

**Para Gilles Deleuze (1970), la información es un sistema de control, en tanto que es la propagación de consignas que deberíamos de creer o hacer que creamos. En tal sentido la información es un conjunto organizado de datos capaz de cambiar el estado de conocimiento en el sentido de las consignas transmitidas. (pag.56)**

La información entonces no es más que un acopio sistemático de datos procesados, que componen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que acoge el mismo mensaje. Incluso la información es un cambio de percepción de la realidad.



Desde el punto de vista de la ciencia de la computación, la información es un conocimiento explícito extraído por seres vivos o sistemas expertos como resultado de interacción con el entorno o percepciones sensibles del mismo entorno.

#### **2.1.2.1. Breve historia de la información**

Debido a que la información es un objeto abstracto se puede decir que, el envío de información en el ser humano es tan antiguo como el lenguaje mismo, sin embargo podemos concluir que con el aparecimiento de la escritura y los libros, la información tomo mayor capacidad de veracidad y confianza, aun cuando al principio se escribía en tablillas u otros objetos que perduraron en el tiempo hasta nuestros días. La evolución tecnológica permitió que aparezca el papel la tinta y con ellos la elaboración de documentos mucho más fáciles de transportar y en donde cabía mucha más información.

Con el aparecimiento de la televisión y la radio los medios audiovisuales dieron un paso agigantado para la divulgación de información en todo el mundo, teniendo su apogeo en el siglo pasado y en diferentes países del mundo que con el pasar de los años fueron adoptando estas tecnologías que ahora son habituales en la vida cotidiana de cualquier ser humano.

**En las últimas décadas otro actor fundamental aparece, según (Vleck, 2001) El Internet, un fenómeno que da sus primer salto en la década de los 70 rompiendo los esquemas normales de la información, su estructura se basa en una herramienta diferente y que proponía masificar la información y la comunicación a escala mundial o mejor dicho global, pues permite conectarse con cualquier persona en el mundo en cualquier lugar y momento, convirtiéndose en la actualidad como una de las herramientas más esenciales e importantes para poder informar comunicar y conectarse con alguien o algo.**

**Dentro de las herramientas de comunicación e información que han aparecido y evolucionado en los últimos años, hay que hacer énfasis en las nuevas tecnologías o TIC'S, que han permitido que el ser humano de un paso agigantado promoviendo la forma de comunicarse y transmitir información, los aparatos electrónicos como teléfonos inteligentes, televisiones inteligentes y accesorios tecnológicos actuales, tienen como principal característica la comodidad que producen al receptor de la información así como al emisor y elaborador de la misma para difundirla, de una manera mucho más económica rápida, y de difusión masiva (Vleck, 2001).**

#### **2.1.2.2. La información turística y sus características.**

**Para empezar hay que contextualizar el término “información turística“, Para (Jiménes, 2012, pág. 75) cuando se usa ese término se está refiriendo a todos aquellos datos que son útiles para el visitante o turista, antes, durante y después de su estadía o visita, por lo tanto son datos transmitidos incluso desde su lugar de origen (mediante el internet por ejemplo) hasta la finalización de su visita.**

Puesto que los servicios de turismo se adquieren o compran desde un lugar normalmente diferente al de la residencia del visitante y siendo el turismo una actividad intangible, la descripción de los servicios y productos a proporcionar necesita ser más clara y descriptiva que los productos tangibles. Por ese mismo hecho se debe referir a la información turística como una herramienta transcendental dentro del cumplimiento de compra y venta de servicios turísticos.

Es necesario indicar y precisar que la información que se brinda por medio de los organismos públicos tiene una diferencia con la de organismos y empresas turísticas. La información brindada desde los organismos

públicos asiste al visitante en cuanto a las actividades por realizar o los atractivos que puede encontrar, pero en ningún momento incita a la elección de un establecimiento de servicio turístico u otro, de hecho lo que la información de organismos estatales debe presentar es, una lista anticipada de empresas y servicios previamente elaborada.

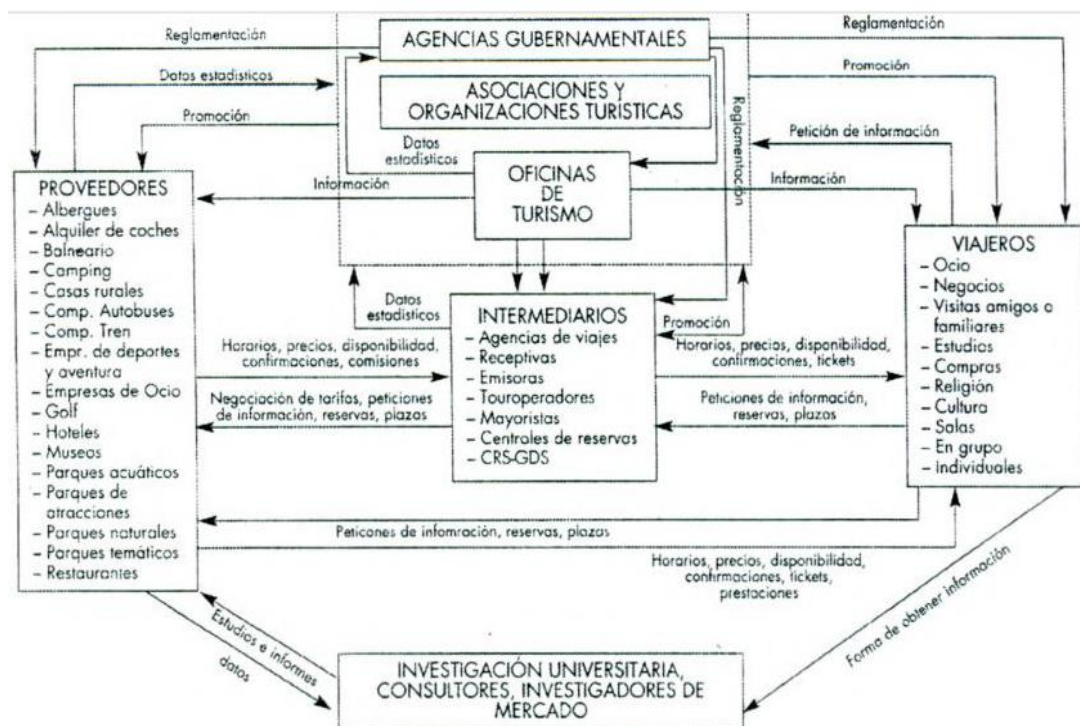
**La información brindada por los organismos particulares o empresas turísticas en cambio se limita entre algunos datos a ofrecer; datos referenciales como; números de teléfono, ubicación, servicios que presta, precios de los servicios, además de datos sobre atractivos turísticos culturales como; fiestas tradicionales, platos típicos, historias eventos en general, cultura y también datos sobre atractivos naturales como; ubicación de parques naturales, temperatura, clima, actividades que se pueden realizar, entre muchos otros datos que puedan tener importancia para un visitante (Bonta. P, 2014, pág. 73).**

Hoy en día en el mundo globalizado en el que vivimos sería difícil pensar que alguna actividad no tenga relación con las nuevas herramientas tecnológicas, el turismo por ejemplo, depende mucho en cierta forma de lo que la tecnología informativa pueda proponerle, de hecho es posible que la totalidad de los turistas que arriban a destinos internacionales hayan obtenido datos importantes previo al viaje que van a realizar, esta información puede ser obtenida por un sin número de agentes tecnológicos desde la televisión y radio hasta el internet. Pero esta no se convierte en la única forma de obtener información turística pues también existen guías turísticas en folletos de papel o pequeños kioscos informativos dentro de aeropuertos o en diferentes puntos de la ciudad a visitar. La información turística según (Poraqui, 2013, pág. 85) “es el conjunto de servicios que se prestan al turista para informarle y orientarle durante su viaje o su estancia en destino.

Para poder entender aún mejor que es la información turística se debe analizar varios factores. Según (Centeno, 2011, pág. 180) “La información contiene datos que explicados en un contexto tienen una utilidad para poder generar más información, para poder tomar decisiones o incluso, para poder razonar”.

Dadas las condiciones que anteceden, se considera información turística a todos los datos proporcionados a un visitante y persona en general, antes, durante y después de un viaje y que sean obtenidos a través de la oferta turística pública o privada o ente sin ánimo de lucro. Se concluye entonces que los datos turísticos no difieren en nada de cualquier otro tipo de información, sin embargo su utilidad y provecho si cambia.

**Gráfico 1** Interacción de la información con los diferentes factores turísticos.



Fuente: Gestión de la Información y documentación turística local.

Elaborado por: Miguel Ángel Martín Ruiz (2012)

Según (Martín, 2012, pág. 206) los gestores de información turística tanto públicos como particulares o privados están en la obligación de recoger información y consumir al menos cuatro funciones.

- Instaurar una plataforma de datos que esté apoyada en estudios constantes y sólidos para abastecer de forma regular el servicio de información al turista, que los incluya, como a la competencia y el ambiente. En otras palabras que la información sea confiable.
- Suministrar información que presagie las necesidades del visitante para la publicidad, organización, programación del desarrollo turístico.
- Tener la habilidad de observación para interpretar resultados de las investigaciones.
- Plantar habilidades investigativas para afrontar problemas específicos de forma no periódica.

Si no existe una adecuada guía ni control profesional, o existen falta de criterios de normalización y evaluación, el resultado será el caos y la anarquía, en la presentación de los servicios, dando como resultado el entorpecimiento del desarrollo de la actividad turística.

### **2.1.2.3. La información turística en los medios de comunicación.**

Con el apogeo de los distintos medios, tanto el paisaje mediático como la forma en que se presenta a la actividad turística han cambiado. Millones de consumidores tienen hoy la posibilidad de participar directamente en el proceso turístico, gracias a nuevas tecnologías que avanzan con mayor rapidez que nunca. Más recientemente, la tecnología móvil y una infinidad de aplicaciones para teléfonos inteligentes influyen crecientemente en los flujos de comunicación.

Es preciso citar el paralelismo que establece (Maztegui, 1996, pág. 167) entre ambos elementos:

**“El turismo y los medios de comunicación son dos de las actividades de ocio más populares en la sociedad urbana postindustrial, ambos se han convertido en dos tipos de ocio cercanos a la mayoría de los ciudadanos, de forma que no se**

**podría comprender la sociedad actual sin integrar estas ocupaciones”.**

Se puede determinar entonces que hoy en día la información es un pilar fundamental para el desarrollo de la actividad turística pues ambas son actividades inherentes y comunes del ser humano actual.

Como ya se ha dicho, para cualquier actividad económica el uso de los medios de comunicación es necesario. Y aún más, en factores que intervienen y forman parte directa del desarrollo económico de un país como es el turismo. Esta vía cobra aún más importancia al hablar de una sociedad de la información en la cual los medios adquieren un valor determinante.

Si los datos turísticos en cuanto a atractivos, destinos o servicios están bien estructurados y elaborados adecuadamente, se podrá brindar una información más fiable y apropiada acorde a las necesidades del turista.

Tener una evolución constante es siempre importante y permite informar, evaluar, vender el producto turístico o el destino de una manera más provechosa tanto para el cliente o turista como para el organismo sea público o privado.

#### **2.1.2.4. Tipología de la información Turística.**

La información turística tiene tres divisiones principales en las cuales se proporciona datos al turista, ellas cumplen con tareas heterogéneas dentro de diferentes etapas en el que el cliente se involucra con la actividad turística.

**Para (Centeno, 2011, pág. 97) estas son: La primera proporcionada en el origen de la demanda a los turistas, cuyo principal objetivo es atraerlos a un destino determinado. La segunda es proporcionada en cambio cuando el turista se sitúa ya en el destino, la cual radica principalmente en brindar datos de utilidad más que informativos para el pleno**

**desarrollo de las actividades a realizar en su estadía, para así estimularlos a tomar determinadas acciones y conductas que sean de interés para la empresa de servicio turístico y organismos turísticos en general.**

Por ejemplo; en un tríptico guía, se pretende generar en el cliente la conducta para que haga uso de los servicios que están en la guía sean de diversión, hospedaje o de alimentación, en este caso la guía no solamente informa, también que sugiere lugares de interés para el turista y por ende de cierta manera los manipula para que hagan uso de ellos.

Se concluye entonces en tres tipologías claras:

- a) Información obtenida en el lugar de origen: esta es aquella búsqueda e indagación que realiza el turista previo a la realización de su viaje, es importante recalcar que el turista tiende casi siempre a nutrirse de información útil para su viaje, sea esta sobre el destino y las actividades a realizar además de sus atractivos más importantes y lugares de interés así como de información con respecto a empresas y organismos que puedan ayudarle a satisfacer esas necesidades.

**Esta información que según (Centeno, 2011, pág. 102) es la que incentiva al turista a tomar la decisión de viajar o no a un destino u otro, al ser información primaria y de exploración es importantísima, pues es esta la que hace que el cliente acepte o no la proposición emitida por un destino en general mas no por una empresa en particular, además de dar una idea general pero bastante clara del lugar al cual va a arribar.**

Esta información casi siempre se la ofrece por Internet, puesto que es una herramienta rápida al alcance de cualquier persona en cualquier punto del planeta y en cierta medida confiable.

**Se puede citar también a la televisión, radio y medios escritos como los principales agentes de oferta de información desde el lugar de origen, puesto que a través de comerciales, publicidad, documentales u otras formas se puede proporcionar datos que inciten al turista a ser cliente de un determinado destino. (Centeno, 2011, pág. 118)**

Otra importante información es la de boca a oído, se la toma muy poco en cuenta pues su vía de transmisión no es una herramienta física sino más bien el habla mismo de una persona que muchas veces ya ha evaluado y vivido un viaje de turismo, está en muchos casos se vuelve en la información definidora a la hora de un viaje pues proviene de fuentes que para el turistas son las más confiables.

- b) La Información de la oferta turística: se la podría llamar de alguna manera segunda etapa informativa, según (Centeno, 2011, pág. 83) es información que propone la oferta turística, la conforma el conjunto de servicios turísticos que están vacantes en el destino y que se muestran a disposición del turista para su comercialización directa o indirectamente y que tienen adicionada un precio o valor.

En este tipo de información se destaca la emitida por el sector privado, como ejemplo podemos citar; información sobre vuelos, hospedaje, alimentación, o lugares de recreación entre otras.

La información de la oferta turística se acostumbra a ordenar en función del tipo de servicio que la compone, aunque no hay que olvidar que dicha información la necesitaremos para poder responder a las preguntas del turista, quien no entiende de clasificaciones de los servicios, sino de la utilidad de los mismos.

- c) Información obtenida en el lugar de destino: Este tipo de información se origina luego de la salida del turista o cliente de su lugar de origen y se produce generalmente en oficinas de turismo, oficinas de información



turista en aeropuertos o empresas de servicios turísticos ubicados en el destino elegido.

**(Centeno, 2011, pág. 85) Para la oficina de turismo, la información de la oferta turística de un destino necesita ser lo más exhaustiva y lo más detallada posible. Para ello, la oficina necesita hacer una búsqueda intensa de dicha información entre los proveedores de dichos servicios.**

En el caso de la información de la oferta turística de oferta se sugiere clasificarla de acuerdo a la tipología de servicios que estos pueden ofrecer, una manera sugerida es la siguiente:

- I. Alojamiento (hoteles, camping, casas rurales, etc.).
- II. Restauración (restaurantes y bares).
- III. Ocio y diversión (parques temáticos y acuáticos, discotecas, clubs nocturnos, bingos, casinos, etc.).
- IV. Transporte (aéreo, ferroviario, por carretera, marítimo, etc.).
- V. Deportes (instalaciones deportivas públicas, deportes acuáticos, deportes de aventura, deportes de nieve, montañismo, etc.).
- VI. Naturaleza (parques y espacios naturales, etc.).
- VII. Cultura (museos, monumentos, teatro, cine, festivales, gastronomía, fiestas tradicionales, etc.).
- VIII. Espectáculo y negocios (grandes eventos deportivos, ferias, congresos, etc.).

**Gráfico 2** La información de la oferta turística.

Fuente: Sistemas de Información turística  
Elaborado por: Centeno, Hender (2011)

### **2.1.2.5. La información en el internet.**

El desarrollo de las tecnologías de la información tuvo un gran efecto en la estructura, gestión y estrategias de las organizaciones turísticas de todo el mundo. Con las nuevas tecnologías se reducen los costos de comunicación y gestión; y aumenta la flexibilidad, la interactividad, la eficiencia, la productividad y la competitividad.

**Para (Renato, 2011, pág. 129) la competitividad, tanto de las empresas como de los destinos, está siendo redefinida porque maximiza el uso, desarrollo y aplicación de las tecnologías siendo su implicancia a nivel mundial. Las tecnologías de la información lideraron los cambios en las organizaciones turísticas orientadas hacia el producto logrando más flexibilidad, capacidad de respuesta y mayor enfoque en el mercado ya que el éxito depende de respuestas rápidas ante las necesidades de los clientes.**

**Según (Renato, 2011, pág. 131) Cada año surgen más plataformas y medios para que el turista en general pueda expresar su opinión sobre el servicio recibido. Para la industria del turismo así como para el sector servicios esto constituye un verdadero reto al que hay que prestarle atención, los medios y la importancia debidos. La plataforma universal es, sin duda, internet, ya que se ha convertido en el medio ideal para llegar a determinados nichos que antes era casi imposible imaginar. A través de la red, los usuarios generan de forma «online» no sólo sus comentarios (traducidos en alabanzas, quejas o recomendaciones), sino una variedad de contenidos que estos componen y que muestran a través de fotos, vídeos o reseñas, conformando una vía de comunicación que cada día que pasa tiene más influencia.**

**(Centeno, 2011, pág. 23) Expresa “El turismo se ha consolidado como una de las empresas que se ha desarrollado con mayor éxito en Internet, especialmente en lo que a comercio electrónico se refiere”. De hecho un gran porcentaje de las empresas medianas y grandes a nivel mundial ofertan y venden sus productos vía internet, sean estas de servicios o de bienes desde tickets de avión, hasta rentas de autos y servicios de taxi.**

El internet se ha convertido en el arma principal para recoger y exponer datos de cualquier índole, a este recurso cada día se suben miles de datos e información, pero solo una parte de estos es de calidad. Como resultado de esto, existe un gran potencial de desarrollo de la promoción de los destinos turísticos en el internet, pero está limitada a la información publicada y al uso y capacitación del personal de la empresa turística encargada.

Para (Gudás., 2002, pág. 177) El bajo nivel de la calidad y la necesidad de evaluar cuidadosamente la información electrónica, son características problemáticas a solucionar con las que cuentan los datos adquiridos en internet. Algunos dicen que la "calidad" de la información se debería evaluar.

Sin embargo en términos generales, lo que se hace es valorar la "calidad" en términos de cuán "gracioso", "entretenido" o "bello" es un sitio, en lugar de cuán instructiva o válida es la información que contiene. Existe, entonces, la necesidad de crear criterios y procedimientos que ayuden a los estudiantes, profesores y otros usuarios a evaluar la calidad de la información disponible en Internet, así como patrones para guiar a los que diseñan los recursos para el web.

#### **2.1.2.6. La información turística en las redes sociales**

Dentro del fenómeno internet las redes sociales son aplicaciones que ayudan al vínculo entre dos o más usuarios, en ellas los individuos interactúan no solo socialmente si no también con el envío y recepción de

información y no es raro que en la actualidad no solo personas naturales usen este medio eficaz de contacto si no también personas jurídicas, empresas u organismos para lograr más llegada con el público al que se quieren dirigir.

**Para (Joan, 2011, pág. 25) “las Redes Sociales están superando a los medios tradicionales de información, mientras los grandes conglomerados de la información deciden que mostrarnos y que no, las Redes Sociales están, informando, corroborando o desmintiendo las notas que ellos nos muestran, inclusive vemos como las Redes Sociales son fuente de información para algunos medios”**

Se puede ratificar lo expuesto anteriormente y aportar que en la actualidad, las redes sociales van quitando protagonismo a los medios habituales y quizá un futuro no muy lejano, estas tomen un papel tan relevante como el de los medios usuales, pero con la diferencia de que puedan tener mayor confiabilidad y veracidad.

**Este distinto prototipo de información, en un principio fue desechado, no obstante en la actualidad se lo ve de una forma más responsable. Puesto que las Redes Sociales se “auto-regulan. Si bien en cierto es fácil comentar alguna nota que no es verdad, o elaborar información sin sustento científico o técnico, así mismo se rectifica con la misma rapidez las noticias que no son reales. (Joan, 2011, pág. 32).**

Como resultado de lo mencionado anteriormente, se concluye que el uso de redes sociales por parte de servidores turísticos hoy en día es amplio, las ventajas que aporta este medio son muchas es así que empresas privadas y el sector público cuenta con páginas oficiales en redes sociales, pues son un medio de rápido despliegue y con alcance masivo.

### **2.1.2.7. La información turística en la televisión.**

Durante el siglo pasado la televisión se transformó en un medio de comunicación de gran magnitud, y cuando se habla de televisión y sobre todo de información por medio de la Tv, hay que poner especial énfasis en el contenido, puesto que la televisión manipula varios recursos para llamar la atención del espectador, en este caso el turista.

Este medio de comunicación llega a casi cualquier persona del mundo en ella existe todo tipo de información turística de cualquier lugar del planeta como documentales de flora y fauna o históricos, además programas que muestran los diferentes atractivos o sitios de diferentes lugares sean locales o internacionales, asimismo es en ella por donde la gran parte de organismos públicos o empresas privadas promocionan sus principales atractivos turísticos y los servicios que ofrecen.

Una de las razones de ser de la televisión es precisamente la promoción y venta de; productos, ideas o valores, el turismo en este caso no es la excepción, la publicidad dentro de ella está siempre presente en casi toda la programación, la actividad turística también forma parte de esta extensa cadena publicitaria, desde el lanzamiento de vuelos de una aerolínea hasta el spot publicitario de una marca país. La televisión sin duda brinda información al turista.

Los datos que se expresan en la televisión no siempre son precisos, claros y transparentes, muchas de las veces la información sea turística o no tiende a mostrar los intereses de ciertos sectores o de los propios dueños de los canales televisivos evitando la transmisión de información adecuada para el turista.

En Ecuador existen varios canales televisivos que comparte información importante y relevante para los turistas programas como “Ecuador ama la vida”, “la televisión”, “día a día” ente otros están en constante publicaciones de lugares y atractivos turísticos en nuestro país.

### **2.1.3. La Gestión.**

**Según (Companys, 1976, pág. 150) es el conjunto de; Planificación – Organización – Control; Equivale a la formulación de objetivos y las líneas de acción para alcanzarlos, se centra en seleccionar los objetivos de la organización que tienen repercusión en la producción, elaborarlos en términos productivos y completarlos con objetivos derivados, establecer las políticas, programas y procedimientos para el alcance.**

Según (González, 2006, pág. 27) “Es el conjunto de elementos (estrategias objetivos, políticas, estructuras, recursos capacidades y métodos) mediante el cual la dirección planifica, ejecuta y controla todas sus actividades para el logro de objetivos preestablecidos”.

Se puede concluir entonces que la a gestión es la acción y efecto organizado de realizar tareas con cuidado, esfuerzo y eficacia- que conduzcan a una finalidad, como dirigir y controlar una organización o un mecanismo de manera eficaz.

#### **2.1.3.1. La gestión de la Información Turística.**

Cuando se habla de información turística, casi nunca se piensa en que esta se logra gestionar o que se puede manejar como un recurso más en una multitud de aplicaciones tanto para el turista como para la entidad beneficiaria. Desde inspirar nuestra creatividad en un viaje a localizar y tratar información relevante para los turistas

(Sotolongo, 2014, pág. 56) Expresa que "la gestión de la información se ocupa de los resultados finales, no sólo de citas y localizaciones". En este sentido, Fernández-Molina lo corrobora cuando afirma que los profesionales de la información y sus instituciones son un factor indispensable para la permanencia de la organización en el mercado.

Con este argumento se puede concluir entonces que la gestión de la información es importante para poder tener una base, sistemática y organizada de datos como resultado de una dirigencia adecuada de la misma, teniendo en cuenta como principales herramientas y responsables de la información a los trabajadores profesionales encargados de difundir estos datos en los medios de comunicación sean estos visuales, auditivos o multimedia.

(Sotolongo, 2014, pág. 66) La importancia de la gestión de información es innegable, pues es el proceso que se encarga de suministrar los recursos necesarios para la toma de decisiones; tanto para el turista como para el organismo promotor, para permitir así mejorar los procesos, productos y servicios de la organización.

Realizar procesos de gestión nos posibilita entre otras cosas identificar y organizar información sobre los atractivos o servicios turísticos de determinado sector, así como de llevar un registro que permita el mejor entendimiento de la realidad del turismo en ese mismo sector.

(Sotolongo, 2014, pág. 72) “Aunque la información en los medios se gestiona desde hace muchos años atrás, es difícil poder afirmar que todos los datos turísticos de un determinado lugar son verdad, pues la mayoría de las veces sus fuentes carecen de confiabilidad”.

### **2.1.3.2. La gestión de la información turística en los organismos nacionales.**

En nuestro país existen varios organismos nacionales que ofrecen información turística, sea para personas que busquen realizar la actividad turística o simplemente sea para una actividad educativa o empresarial. La información que ofrecen generalmente, es acerca de los atractivos turísticos principales del país, enfocándose en áreas específicas como las regiones o por los productos estrellas como Galápagos, Quito, o la amazonia, además de días festivos o actividades turísticas para realizar.

La información en el Ecuador proviene de entidades públicas así como de organismos o personas particulares que tienen como principal fin dar a conocer sus servicios turísticos o simplemente promocionar al país turísticamente, algunos otros particulares en cambio hacen de la generación de información un pasatiempo.

**En el caso de la empresa y organismos públicos la gestión de la información está manejada principalmente por El Ministerio de turismo, este organismo tiene como principales objetivos el incrementar la puesta en valor de los destinos turísticos que promueva el crecimiento armónico de los territorios, incrementar la exposición, diversificación y distribución de los productos turísticos del Ecuador en los canales de comercialización nacionales e internacionales y la conectividad aérea, terrestre, marítima y fluvial con fines turísticos dentro y fuera del país, incrementar la promoción del destino Ecuador a nivel nacional e Internacional. (MINTUR, 2017)**

**Además se utiliza una página en internet alterna llamada Viaja primero a Ecuador donde se promociona el turismo nacional, brindando información de atractivos específicos. Además provee al usuario de un planificador de vacaciones, ofreciéndoles destinos, precios y formas de llegar. Esto incentiva también al empresario, recalcando que este es el más favorecido. (MINTUR, 2017)**

El ministerio de turismo ha dado un salto importante en el desarrollo del turismo en el Ecuador pues ha inyectado buenas sumas de capital que permiten sobre todo la publicidad turística del país, usando de esta manera información que luego se divulga de manera masiva alrededor del mundo sea en spots publicitarios, páginas web o simplemente un pedazo de papel que contenga datos que faciliten al turista su estadía en el destino turístico en nuestro país.



En el Ecuador también interactúan empresas de servicio turístico internacionales, grandes cadenas hoteleras, agencias y operadoras de turismo, entre otras que brindan información turística del país y de sus propios servicios.

### **2.1.3.3. La gestión de la información turística en los organismos provinciales.**

En la provincia de Imbabura existe información turística que proviene de organismo estatal pero mucha información también difundida por organismos privados o personas particulares.

**El organismo público que velan por la actividad turística es prefectura de la provincia de Imbabura conjuntamente con la Dirección de Turismo del Gobierno Provincial de Imbabura, las cuales si bien es cierto no tienen como finalidad primordial el desarrollo de la actividad turística, si juegan un papel importante como gestores y dinamizadores económicos en la empresa turística pública y privada, por ejemplo ellos cuenta con su propia página web la cual en los últimos años ha tenido una evolución positiva en cuanto a brindar información turística de la provincia de Imbabura sin embargo aún existe una gran distancia para llegar a la excelencia, además dan un impulso muy importante a la empresa pública Cachimbiro como uno de los atractivos con mayor potencial turístico a nivel provincial. (GADImbabura, 2017)**

**La provincia de Imbabura al ser uno de los mayores imanes de turismo en nuestro país cuenta con algunos organismos de turismo, entre ellos la cámara de turismo de Imbabura, organismo de carácter particular que vela por los intereses de las empresas turísticas privadas, esta no cuenta con una página oficial en el internet. También cuenta con una**

**asociación de hoteleros de Imbabura la cual si bien su función principal es resolver los problemas que se presenten frente a su sector, también son generadores de información a través de sus socios en las diferentes páginas web. (GADImbabura, 2017)**

Una de las páginas web más representativas es “GuiaImbabura.com” esta ofrece información turística que si bien aún es muy limitada es una de las que mejor tienen organizada los datos tanto de atractivos como de servicios turísticos.

#### **2.1.3.4. La gestión de la información turística en el sector público del cantón el Ibarra**

En la ciudad de Ibarra existen varias entidades tanto públicas como privadas que proveen al turista y ciudadano en general de información turística. Básicamente los datos que existen son acerca de los atractivos turísticos de la ciudad y las empresas que ofrecen servicios turísticos como hospedaje, restauración, y centros de entretenimiento.

En cuanto al sector público, el Municipio de Ibarra es el principal responsable de la gestión turística en el cantón Ibarra, sin embargo la gestión de la información turística está a cargo de la Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico, la cual cumple principalmente con funciones de desarrollo del turismo, además de resolver la problemática turística en torno al cantón Ibarra, además busca dinamizar el mercadeo, promoción y apoyo a la comercialización turística del cantón.

Según el (GAD IBARRA, 2015) mediante la dirección de turismo su principal objetivo es “impulsar el desarrollo turístico integral como una de las actividades económicas prioritarias del cantón para posicionarlo como un destino turístico de calidad”.

**Entre las funciones que cumple la dirección están; la regulación y control de establecimientos turísticos, la gestión**

**de recursos para consecución de proyectos, la administración de espacios públicos y patrimoniales, asimismo la Promoción turística en el ámbito cantonal y facilitar la formación y capacitación turística en el cantón, lo que se da a entender que su responsabilidad para con la información turística es muy amplia. (GAD IBARRA, 2015)**

Para poder cumplir los objetivos mencionados y las funciones señaladas el Municipio de Ibarra cuenta con diferentes instrumentos de comunicación y difusión de información.

La página web exclusiva para la difusión de información turística del Cantón Ibarra se denomina “touribarra.gob.ec” es una página creada hace algunos años, esta página está desarrollada en dos idiomas inglés y español.

**Su principal objetivo es, gestionar, promocionar la actividad turística y productiva del cantón Ibarra, en esta página se brinda información está construida con la unión de varios tópicos, el primero que presentan las actividades y atractivos tanto naturales como culturales que posee el cantón así como el turismo comunitario que se puede realizar además de las operadoras y agencias de viajes que se pueden contactar, el segundo tema está dedicada a los servicios turísticos, dando cabida tanto a hospedajes, alimentación y diversión. En un cuarto tópico se hace referencia a la gestión que realiza los organismos y se muestran proyectos, estadísticas y catastros turísticos. (GAD IBARRA, 2015)**

La página. En “touribarra.gob.ec” ofrece además información importante sobre cómo llegar, qué artículos llevar o mapas, rutas y galerías de fotos, entre otros temas tienen el objetivo de guiar al visitante durante su estadía en la ciudad y cantón.

En Ibarra también se encuentran las oficinas de la dirección de turismo de la prefectura, la cual brinda información mediante las diferentes medios audiovisuales estatales, además de brindar información en el internet mediante su página [www.imbaburaturismo.gob.ec](http://www.imbaburaturismo.gob.ec) en ella se pueden encontrar datos referenciales de Ibarra pero no exclusivos puesto que su función abarca los demás cantones también, sin embargo se puede mencionar la vinculación de la dirección de turismo de Imbabura con la dirección de turismo de Ibarra, las cuales trabajan de la mano cuando, para la presentación de la provincia y el cantón en diferentes ferias turísticas a nivel nacional e internacional.

**Según la Dirección de turismo Zona 1 (MINTUR, 2017) su objetivo general es “Impulsar el desarrollo turístico integral como una de las actividades económicas prioritarias del cantón para posicionarlo como un destino turístico de calidad, mientras que como objetivos específicos son, promover el desarrollo integral turístico de las parroquias y los atractivos del cantón Ibarra, mejora de la gestión de la Dirección de Planificación y Desarrollo Turístico, dinamizar el mercadeo, promoción y apoyo a la comercialización turística del cantón Ibarra”.**

En Ibarra también existen medios de información auditivos y visuales estatales que permiten la difusión de información turística acerca del cantón, como la radio universitaria y radio municipal además de canales de televisión como televisión universitaria

#### **2.1.3.5. La gestión de la información Turística en las empresas privadas de servicios turísticos del cantón Ibarra.**

Si bien la información turística puede ser publicada por muchos sectores, se puede afirmar que uno de los medios directamente relacionados con la difusión de la información turística son las empresas privadas, pues son ellas

las que buscan con mayor énfasis la promoción turística de sus servicios así como de los atractivos con los que trabajan.

**“En las empresas grandes y medianas, se observan dos situaciones distintas. Cuando la conducción está a cargo de miembros de la familia propietaria de la empresa, sin formación profesional, los sistemas de información son precarios, limitados y carentes de integración. Cuando en los puestos de mando se encuentran ejecutivos profesionales, existen sistemas de información instalados, si no en su totalidad al menos en parte y existe una verdadera inquietud para disponer de ellos”. (Segura, 2001, pág. 82).**

Podemos discernir entonces, que en muchos casos el manejo de la información turística se vuelve algo empírico puesto que las empresas tienden a no hacer uso de profesionales para la correcta administración de la información, lo que le quita valor de credibilidad.

“Para un correcto entendimiento de la forma en la que actúa la empresa privada en cuanto a la información turística es necesario dividir la gestión de la información en las diferentes ramas del servicio turístico”. (Martin, 2012, pág. 65)

a) La gestión de la información turística hotelera y de restauración.

**En nuestro país la rama de los servicios de alojamiento es muy amplia y variada, y para su promoción y publicidad utilizan diferentes medios de comunicación principalmente la internet, la mayoría de ellos cuenta con su propia página web, block o cuenta en una red social, en ellas cada hotel brinda información acerca de los servicios que oferta, así como de los posibles atractivos y actividades que hacer en el entorno donde se encuentra. La AHOTEC (asociación de hoteleros del Ecuador) por ejemplo es un organismo que también**

**facilita información turística como calendarios de fiestas, recorridos turísticos y contactos hacia sus diferentes afiliados y por supuesto una guía completa de los servicios de hospedaje en todo el país. (AHOTEC, 2004)**

**La AHOTEC es una institución gremial con personería jurídica de derecho privado, sin fines de lucro, que representa a los hoteleros del Ecuador frente a organismos, instituciones y autoridades del sector público y a las diferentes entidades del sector privado, con el fin de evitar las diferentes y cambiantes problemáticas que se le presentan a la actividad hotelera, en particular, y turística en general. (AHOTEC, 2004)**

- b) La gestión de la información turística en las agencias de viajes y operadoras de turismo.

**Debido a la gran cantidad de agencias de viajes y operadoras de turismo es difícil tener una información sistematizada, ordenada y de calidad puesto que cada empresa gestiona su información de acuerdo a sus necesidades e intereses. Según, OPTUR Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador, en su página web, esta organización, se constituye con el propósito de fortalecer el desarrollo integral de la operación turística, el turismo receptivo y de representar a sus miembros en todas las instancias de participación del sector turístico, especialmente en los cuerpos colegiados del sector privado y en aquellos de constitución mixta que se encuentren vigentes o se crearen a futuro. (OPTUR, 2016)**

En cuanto a las agencias de viaje y operadoras de turismo en Ibarra, sobresale la información que brindan agencias como Metropolitanuring, Intipungo, y Yuratours, agencias que tienen un buen posicionamiento en el

mercado y así mismo poseen espacios para la difusión de datos de Ibarra y de la publicidad de sus productos, sin embargo no existe un vínculo que ayude a estas y otras empresas a mejorar el contenido de la información, todas estas empresas brindan información aisladamente, y sin conexión de organismos afines y peor aún públicos

c) La gestión de la información turística en los servicios turísticos complementarios.

Las empresas de servicios turísticos son aquellas que se dedican a ofrecer servicios que no son de uso forzoso como es el caso de los hoteles y restaurantes, sino más bien de uso optativo por parte del turista como; Parques temáticos, Centros recreativos, museos, balnearios etc., o aquellos que cuyo objetivo sea el recreativo, estos pueden ser culturales, medioambientales, deportivos, recreativos o de salud.

En el caso de Ibarra estos establecimientos si existen, por ejemplo, los diferentes balnearios del área de Ambuquí o museos en la ciudad de Ibarra.

En el caso de los servicios turísticos complementarios del sector público suelen difundir información turística, la cual muchas veces está apoyada en organismos de mayor jerarquía como el mismo municipio o prefectura o ministerios.

Uno de ellos son los museos de Ibarra, estos tienen apoyo por parte del Ministerio de Cultura el cual no solo los asiste en cuanto a información si no que los promociona a través de los diferentes medios públicos.

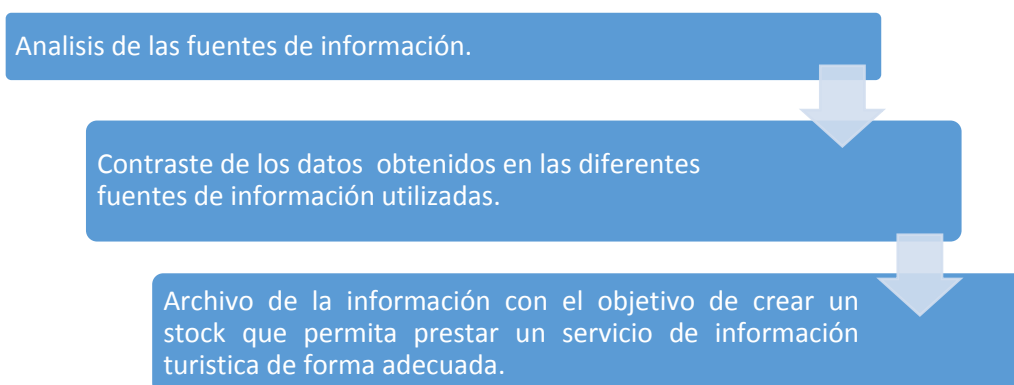
Se debe mencionar el caso singular de la página web Ibarraestodo.com la cual es un espacio que brinda información mediante videos turísticos de Ibarra, además toma relevancia la publicidad y promoción que esta genera, aunque la gestión que se la realiza de una manera empírica es muy compacta y limitada con pocos atributos, puesto que las funciones y

objetivos esenciales de la organización no son precisamente la difusión de información turística.

### 2.1.3.6. Proceso de gestión de información turística

Para una adecuada gestión de la información es necesario llevar un proceso sistemático y ordenado a continuación un gráfico que describe un proceso sencillo de ejecución pero preciso e idóneo para la información turística.

**Gráfico 3** Procesos de gestión



**Fuente:** Gestión de la información y documentación turística  
**Elaborado por:** Miguel Ángel Martín 2011

El análisis de las fuentes permite tener mayor confiabilidad, sobre quien es el emisor de esos datos, por lo que la información tendría más valor.

El contraste de datos obtenidos es importante, pues admite medir la importancia de uno y otro dato además de diferenciar y chocar posturas sobre una u otra información turística.

### 2.1.4. La promoción y publicidad.

La promoción y publicidad son elementos importantes para dar a conocer un producto, bien o servicio, estos se transforman en herramientas y utensilios para transmitir las cualidades de un producto, así como impulsarlo en el mercado.



Según (diccionario Marketing) define la promoción como "uno de los instrumentos fundamentales del marketing con el que la compañía pretende transmitir las cualidades de su producto a sus clientes, para que éstos se vean impulsados a adquirirlo.; por tanto, consiste en un mecanismo de transmisión de información"

Para (Bonta. P, 2014, pág. 74), la promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados".

**La publicidad en cambio es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda, a través de la investigación, el análisis y estudio de numerosas disciplinas, tales como la psicología, la neuroeconomía, la sociología, la antropología, la estadística, y la economía, que son halladas en el estudio de mercado, se podrá, desde el punto de vista del vendedor, desarrollar un mensaje adecuado para el público. (Bonta. P, 2014, pág. 65)**

#### **2.1.4.1. La Promoción y publicidad turística.**

La promoción turística son las acciones que se toman para la difusión y expansión de un destino, atractivo o un servicio turístico en general, enfocados hacia los visitantes, como consecuencia lógica se aumentarían los ingresos económicos dejados por esta actividad.

**La promoción y la publicidad por lo tanto son herramientas importantes para el desarrollo turístico y económico de un área geográfica determinada pues permite entre otras cosas, ampliar la oferta de un destino atractivo, masificar eventos que tengan como objetivo la promoción de un evento**

**turístico y atraer a un mayor número de visitantes. (Bonta. P, 2014, pág. 88)**

**La importancia, en la promoción y publicidad turística radica en promover, fomentar y conservar tradiciones y cultura de los pueblos; además de generar empleos y contribuir al desarrollo de las comunidades, y de esta manera dar más opciones de desarrollo a los lugares. (ArevaloBenites, 2009, pág. 89)**

**Si se la trabaja adecuadamente puede además brindar bienestar a la población receptora, pero sobre todo permite que la identidad de un pueblo aflore. Recordemos que la cultura es el único espejo por el que el Ibarreño puede sentirse orgulloso , también, al desarrollar una promoción más amplia y bien enfocada mostrara toda la riqueza turística de los lugares visitados, transformándose en un producto que se logra ofrecer al inversor extranjero lo que puede convertirse en divisas o inversiones en el sector (Bonta. P, 2014, pág. 80).**

En el caso de un producto turístico la promoción y publicidad de un producto es diferente pues se está tratando con la oferta de productos intangibles, con nada más que promesas, pues el cliente o visitante no tiene la opción de ver, tocar o hacer una prueba con el producto, por lo que estas características le dan una distinción para con los demás productos, y hacen que la manera misma de promocionarlos tenga particularidades.

Otra de las funciones de la promoción y publicidad turística es crear, o cambiar la imagen de un destino o producto turístico, por lo que tiene especial importancia que pueda ser retentivo para el visitante, es decir que esta imagen sea perdurable en la memoria y conciencia del visitante. En la actualidad existe un sinnúmero de formas e instrumentos para la promoción de un destino, atractivo o producto turístico, entre ellos.

Algunas de las herramientas para promoción son:

**Gráfico 4** Herramientas de promoción 1

Campañas publicitarias	visitas de interés
Jornadas	Ferias turísticas
Eventos	Fiestas
Congresos turísticos	Rutas turísticas

Fuente: Gestión de la información y documentación turística  
Elaborado por: Miguel Ángel Martín 2011

Entre otras herramientas o instrumentos que se pueden tomar en cuenta para la promoción de un destino turístico o algún producto turístico.

Relaciones públicas: suministran información persistente a mediadores, comunidad local, turistas para conseguir que genere una imagen positiva y una actitud favorable hacia el destino a largo plazo (Bigné, Font y Andreu, 2000).

En la venta de un destino turístico suelen existir tres tipos de relaciones públicas:

- a) De imagen: para influenciar en la percepción que se tiene del producto turístico (para crear una imagen de modernidad), por ejemplo en el marco de posicionamiento de la ciudad de Valencia como destino de Grandes Eventos.
- b) De rutina: para mantener la relación de confianza con el mercado de origen (presencia permanente en los medios de comunicación), por ejemplo en el mantenimiento de la notoriedad de un destino clásico como París o Praga para los españoles.
- c) De crisis: las cuales sirven para cambiar la forma de ver del turista en un destino específico por ejemplo el caso de Colombia, muchos turistas lo consideran un destino peligroso por el tema social de la guerrilla, para

combatir aquello el ministerio encargado del turismo en aquel país lanzo la promoción “El riesgo es que te quieras quedar”

“Los workshops: son encuentros organizados para estimular las relaciones comerciales, el más habitual en el sector turístico son los encuentros que organizan representantes de la oferta de un destino con los representantes de las agencias” (Osorio, 2009)

Es una tendencia consolidada que dentro de las grandes ferias internacionales de turismo se crean espacios de encuentros paralelos para facilitar el contacto entre representantes de la oferta y de la demanda facilitando un contacto más directo.

**La participación en ferias y eventos: constituyen una forma de presentación y venta de corta duración, y además es fundamental para la creación de imagen de un destino turístico. Habría que decidir cuantos recursos económicos hay que destinar a esta participación de tal manera que la relación coste-beneficio sea la adecuada. (Bigné, 2000, pág. 76).**

**Las opiniones favorables de familiares y amigos que valoran el destino turístico. Siendo el turismo un consumo de alta implicación la mayoría de los investigadores confirman las recomendaciones de los familiares y amigos como fuente de información más importante tanto a la hora de decidir dónde se va a viajar y cómo se planifica el viaje (Bigné, 2000, pág. 77).**

La promoción de ventas: es el conjunto de instrumentos de inventivos para estimular la compra a corto plazo de determinados destinos turísticos (Osorio, 2009, pág.110). “Un instrumento de comunicación que se utiliza frecuentemente sería como ejemplo el mercado de last minute (en el que se compra o se vende por internet, obteniendo unos precios especiales”).

La promoción de ventas como instrumento de comercialización pueda contemplarse dentro de la planificación estratégica para lograr estimular el interés por la compra en períodos que será difícilmente vendibles (temporada baja) o antes situaciones de crisis.

## CAPÍTULO III

### 3. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Tipos de Investigación.

##### 3.1.1. Según su propósito.

El presente estudio se considera de tipo aplicada, pues es una investigación práctica y empírica, además que trata de solucionar problemas prácticos.

##### 3.1.2. Según el lugar.

Según el lugar esta investigación se considera bibliográfica puesto que recopila datos acerca de la información turística en Ibarra valiéndose de libros revistas resultados de otras investigaciones. Además también es una investigación documental, pues se apoya en fuentes de carácter documental además de fuentes estadísticas de los diferentes organismos gubernamentales que tienen información sobre turismo o información turística.

También es una investigación de campo pues se desarrolla en el mismo lugar donde se encuentra el problema a investigar, obteniendo información de primera mano, que encamine al correcto desarrollo del proyecto.

##### 3.1.3. Según su alcance o nivel.

Esta investigación según su alcance o nivel es de tipo descriptiva puesto que analizó el objeto de investigación, en este caso la información turística y lo caracteriza y define sus propiedades es decir define las propiedades de la información turística en Ibarra.

Además es explicativa pues nos permite ver la relación causa y efecto que existe dentro de la información en la ciudad de Ibarra.

### **3.2. Diseño de la Investigación.**

El presente estudio de investigación es un diseño no experimental de corte transversal, ya que no se procedió a la medición de las variables si no al análisis profundo de las mismas y a la vez es de corte transversal ya que se realizó en un lapso determinado de tiempo es decir durante el primer semestre del año 2015.

### **3.3. Métodos de la investigación.**

#### **3.3.1. Método deductivo.**

Se utilizó el método deductivo en la elaboración del marco teórico y el planteamiento del problema, pues analiza el problema de la información turística en el cantón Ibarra de una forma global y general para ahondar en situaciones específicas e individuales y poder evidenciar su valides

#### **3.3.2. Método Inductivo.**

La presente investigación es de carácter inductivo pues va de lo específico a lo general. Se empleó el método inductivo en el análisis de variables específicas como: el turismo, la gestión y la información para conseguir un argumento más amplio acerca de la gestión de la información turística en el cantón Ibarra.

#### **3.3.3. Método de Análisis.**

Se utilizó el método de análisis para investigar, diferentes temáticas aparentemente aisladas, como; La información, el turismo, la gestión y por supuesto el cantón Ibarra, para generar una nueva teoría, unificando todos estos tópicos acerca de la gestión de la información turística en el cantón Ibarra

### **3.3.4. Método de síntesis.**

En el proceso investigativo se relacionan los hecho, elementos, variables o temas aparentemente distantes y se expresa una teoría fruto de la fusión de los diferentes temas, dando como resultado una definición clara de la estudio de la gestión de la información turística en el cantón Ibarra.

Este método fue muy importante en la investigación ya que sirvió para la reunificación de información para la elaboración de una propuesta que de un enfoque de la problemática identificada.

## **3.4. Técnicas de Investigación.**

### **3.4.1. Encuesta**

En una sucesión de preguntas que se las realiza a diversas personas que se encuentren familiarizadas previamente con el tema o estén inmersas en el tema a investigar, para reunir información o datos y garantizar que la investigación tenga mayor peso en la investigación.

La encuesta en la investigación fue dirigida a los generadores de la gestión de la información turística en el cantón Ibarra, pero también a los visitantes y turistas que los reciben, los cuales brindan información fiable sobre la realidad de la problemática mediante la respuesta a diferentes preguntas asertivas con el tema investigado.

### **3.4.2. Instrumentos**

- Cuestionario para las encuestas.
- Cuestionario para las entrevistas.
- Grabadora, cámara y filmadora.



### **3.5. Población y muestra**

#### **3.5.1. Población**

La población de objeto de estudio en esta investigación es el turista en el cantón Ibarra, según la dirección de turismo del GAD Ibarra es su página web, hay un total de 9 745 visitantes anuales en Ibarra.

Además también se tomó en cuenta la población del catastro de prestadores de servicios turísticos que ofrece la dirección de turismo del cantón Ibarra , entre ellos; restaurantes, agencias de viaje, hoteles, entre otros los cuales son actores y difusores de información, los cuales superan las 250 unidades y brindan información en diferentes medios

También tiene protagonismo en esta investigación las empresas públicas y del servicio turístico de Ibarra como son; GAD Ibarra a través de la dirección de turismo, Ministerio de Turismo mediante la dirección ZONA 1, y la Prefectura de Imbabura, se procederá al cálculo de la muestra.

#### **3.5.2. Muestra.**

Para el caso de la muestra de la población de los turistas en Ibarra, se decidió usar la técnica de muestreo por conveniencia, puesto que; la población es demasiado extensa, la población no es de fácil acceso para el investigador, esta técnica de muestreo es más económica, dinámica, rápida, y realizable.

Los individuos empleados en la investigación se seleccionan porque están fácilmente disponibles, no porque hayan sido seleccionados mediante un criterio estadístico.

En este caso se proporcionaron criterios específicos para las muestras los cuales son:

- a) El encuestado/a debe estar haciendo uso ese momento de un servicio turístico.
- b) El encuestado/a no debe ser residente de la ciudad de Ibarra.
- c) El encuestado debe tener más de 15 años.

Para caso de la muestra en la población de los prestadores u operadores de turismo, se realizó la toma de muestra no probabilística, al tomar sujetos de la población total aleatoriamente con un margen de error del 5%, un nivel de confianza del 95 %.

Para determinar la cantidad de individuos de la muestra se tomó en cuenta la población del catastro de prestadores de servicios turísticos, mediante la siguiente formula.

$$n = \frac{N * d^2 * x * Z^2}{E^2 (N - 1) + d^2 * Z^2}$$

N= población (250 operarios y gestores de la información turística en el cantón Ibarra)

n = muestra

$d^2$  = desviaciones al cuadrado = 0,5 = 0.25

$Z^2$  = nivel de confianza = 95% = 1.96

$E^2$  = error permitido = 5% = 0.05

Muestra = 150 individuos.

## CAPITULO IV

### 4. ANALISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

#### 4.1. Presentación

Este capítulo muestra las encuestas realizadas en el Cantón Ibarra, con el propósito de reunir datos sobre la gestión de la Información Turística del Cantón Ibarra y poder tener así una pauta de la opinión pública y privada acerca del tema investigado, y de esta forma lograr conseguir evidencia que fidelice la investigación. Para ello se realizaron dos cuestionarios.

Los siguientes datos son el resultado del trabajo científico y constituyen elementos que se someten a estudio, análisis e interpretación. La interpretación de datos es una de las etapas más importantes del trabajo científico, porque se proyecta en las conclusiones.

En ella se muestran los datos particulares de las diferentes preguntas de los dos cuestionarios realizados, además del porcentaje que poseen en el total de encuestas.

El primero con 150 encuestas dirigidas tanto a turistas nacionales como extranjeros, y la segunda con 100 encuestas realizadas a operarios de servicios turísticos tanto públicos como privados, centrándose en el tema de la Información Turística en el Cantón Ibarra.

## 4.2. Análisis de Resultados.

### 4.2.1. Cuestionario 1: Encuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros del Cantón Ibarra.

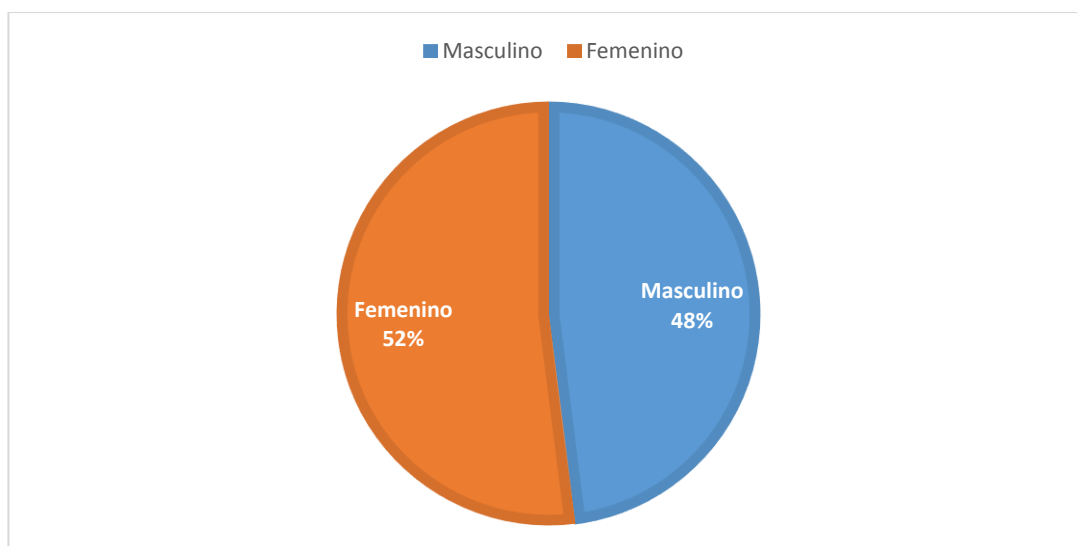
#### DATOS GNENERALES

Tabla 1 Género

Opciones	Cantidad	%
Masculino	72	48%
Femenino	78	52%
TOTAL	150	100%

Fuente: Turistas de Ibarra

Gráfico 5 Género



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

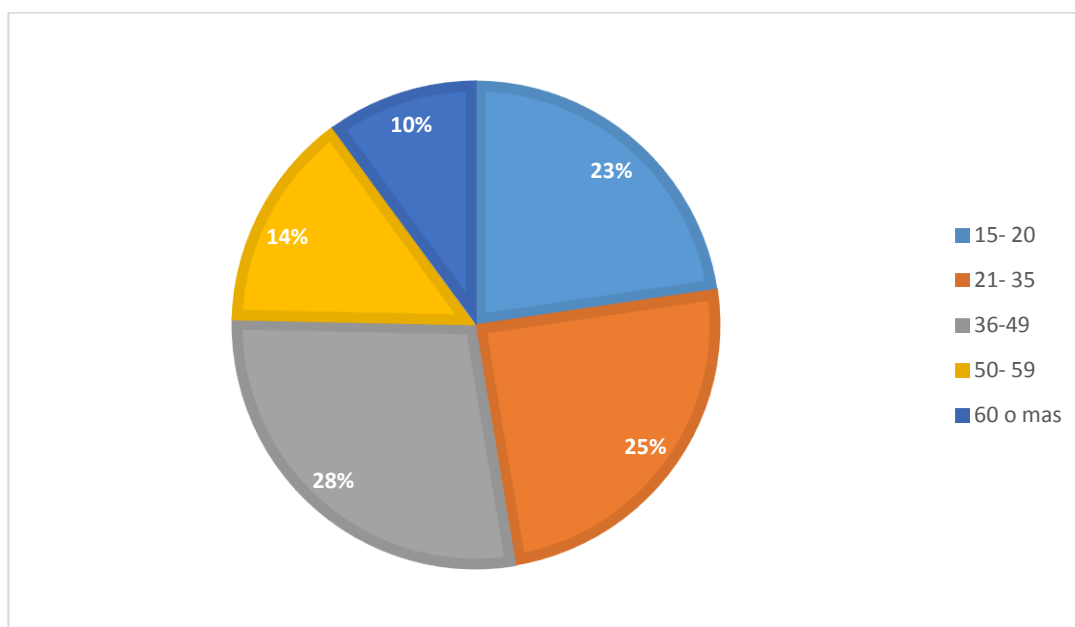
Existe una ligera superioridad del género femenino en la cantidad de personas a las que se les realizó la encuesta. Por lo que se concluye que el género femenino es el que más visita el cantón con motivos turísticos.

**Tabla 2** Edad

Opciones	Cantidad	%
15- 20 años	32	23%
21- 35 años	35	25%
36-49 años	41	28%
50- 59 años	22	14%
60 o más años	15	10%
TOTAL	150	100%

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 6** Edad



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

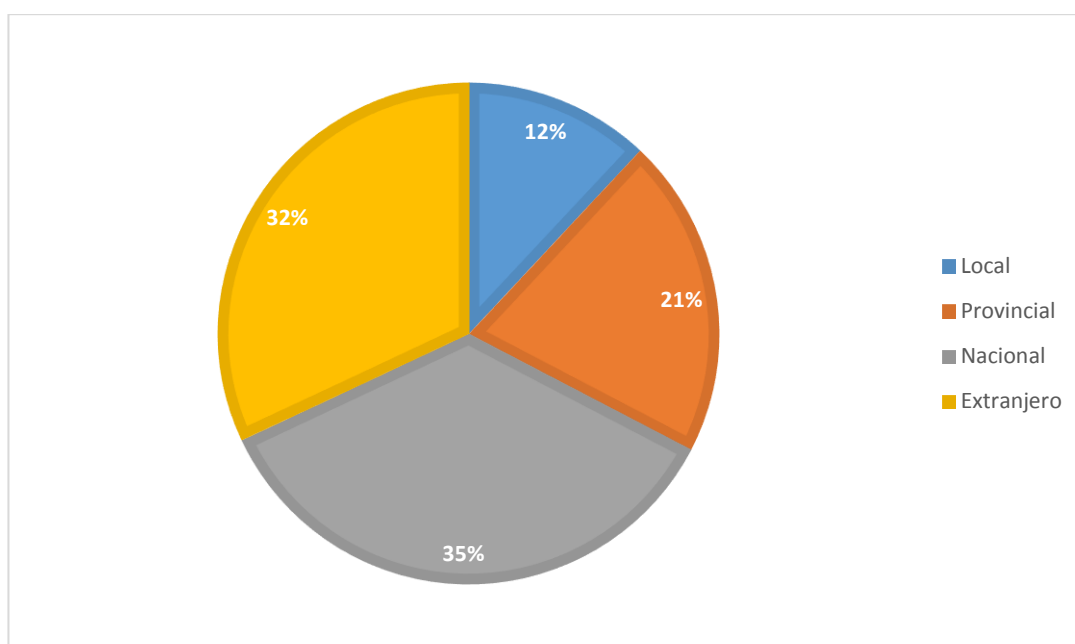
El visitante que llega a Ibarra es un turista adulto joven pues más de la mitad de los encuestados promedia edades entre 21 a 49, los turistas mayores de 50 años representan un mínimo sector de turismo en Ibarra por lo que las nuevas herramientas de información son más ventajosas en los turistas jóvenes pues son personas con contacto diario con las nuevas tecnologías.

**Tabla 3** Lugar de Origen

<b>Origen</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Porcentaje</b>
Local	18	12%
Provincial	31	21%
Nacional	53	35%
Extranjero	48	32%
<b>Total</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 7** Lugar de Origen



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio 2015

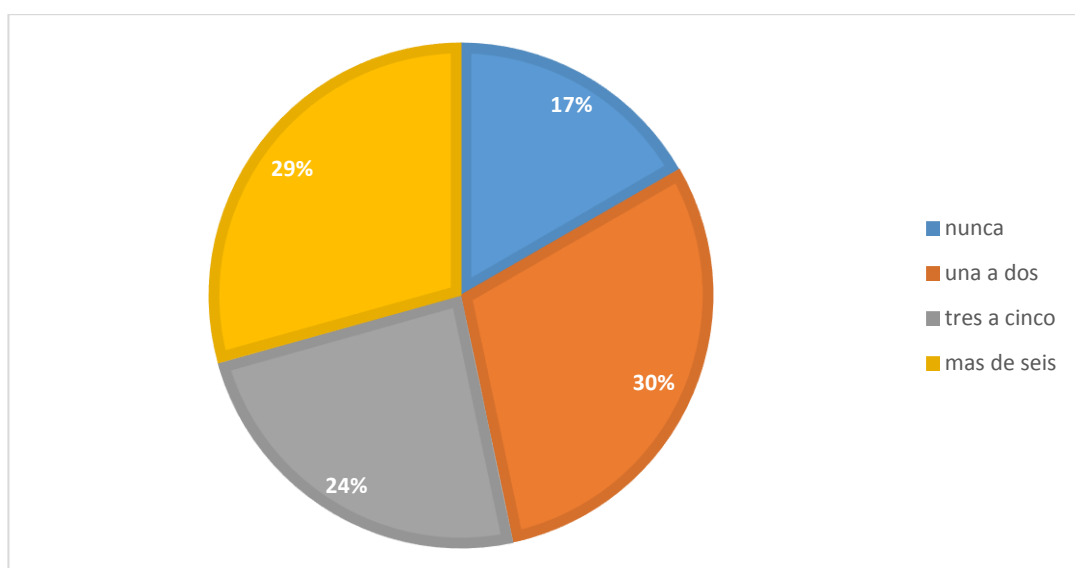
Gran parte de los visitantes del cantón Ibarra son de origen ecuatoriano, con residencia local, provincial o nacional, por lo que los turistas extranjeros no representan una proporción significativa en Ibarra, podemos afirmar entonces que Ibarra no constituye un destino atractivo para el turista extranjero.

**Tabla 4** ¿Cuántas veces ha visitado Ibarra?

Opciones	Cantidad	%
Nunca	25	17%
una a dos	45	30%
tres a cinco	36	24%
más de seis	44	29%
TOTAL	150	100%

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 8** ¿Cuántas veces ha visitado Ibarra?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

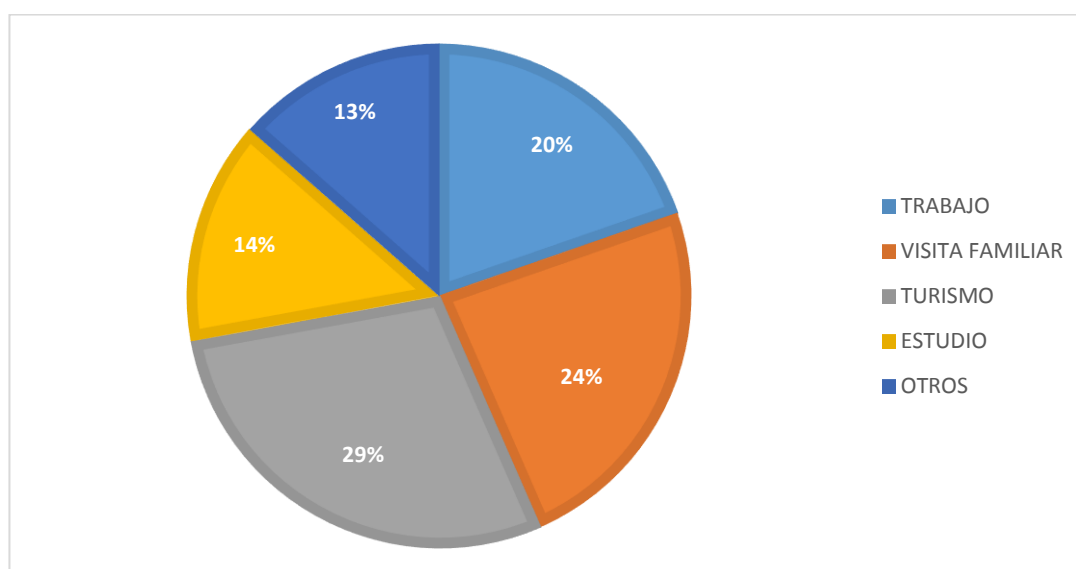
El número de visitas que un turista realiza a la ciudad es variado, la mayoría de turistas extranjeros han llegado una sola vez a Ibarra, los turistas nacionales en cambio varían la cantidad de veces que han llegado Ibarra siendo la más significativa de una a dos veces. Además debido a que el turismo en Ibarra se alimenta principalmente de los turistas que tienen familiares en el cantón, existe un gran porcentaje de personas que viene a Ibarra más de seis veces.}

**Tabla 5** ¿Cuál fue la motivación de visita?

OPCION	NUMERO	%
TRABAJO	48	20%
VISITA FAMILIAR	58	24%
TURISMO	70	29%
ESTUDIO	35	14%
OTROS	33	13%
TOTAL	244	100%

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 9** ¿Cuál fue la motivación de visita?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

Los visitantes que llegan al cantón lo hacen con razones ajenas al turismo como tal, estos frecuentan la ciudad principalmente por vistas a familiares o por trabajo y estudio, no hay un número representativo de turistas que llegan al cantón Ibarra exclusivamente por turismo, por lo que se reafirma la hipótesis en la que se indica que Ibarra no es un polo de desarrollo turístico.

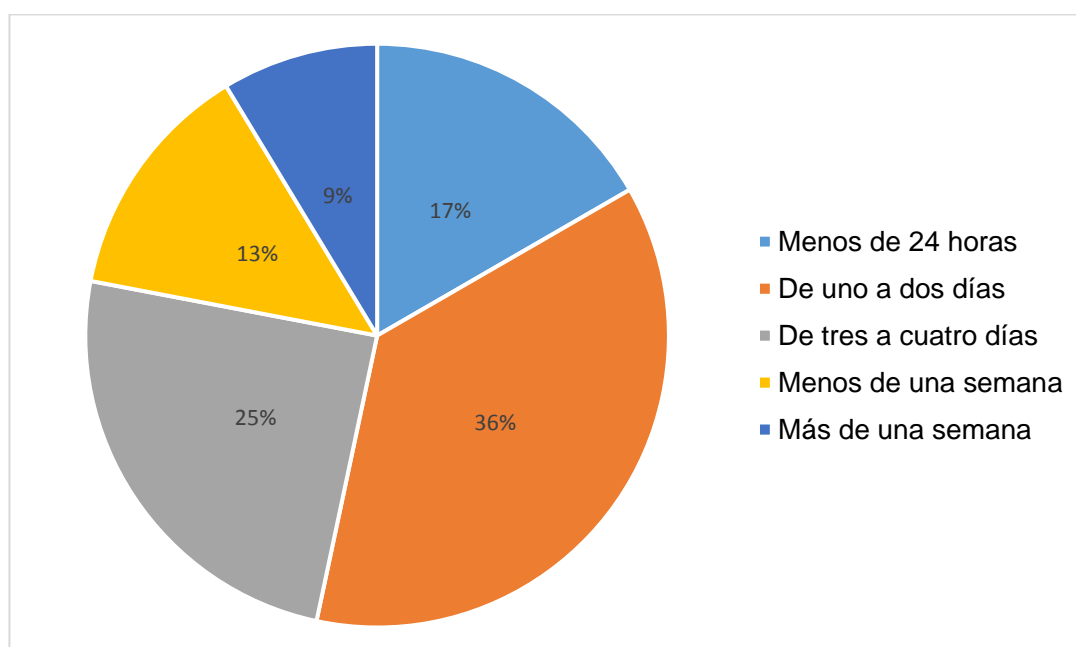


**Tabla 6** ¿Qué tiempo permanece en la ciudad de Ibarra?

<b>OPCIONES</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Menos de 24 horas	25	17%
De uno a dos días	55	36%
De tres a cuatro días	37	25%
Menos de una semana	20	13%
Más de una semana	13	9%
<b>TOTAL</b>	<b>150</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 10** ¿Qué tiempo permanece en la ciudad de Ibarra?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

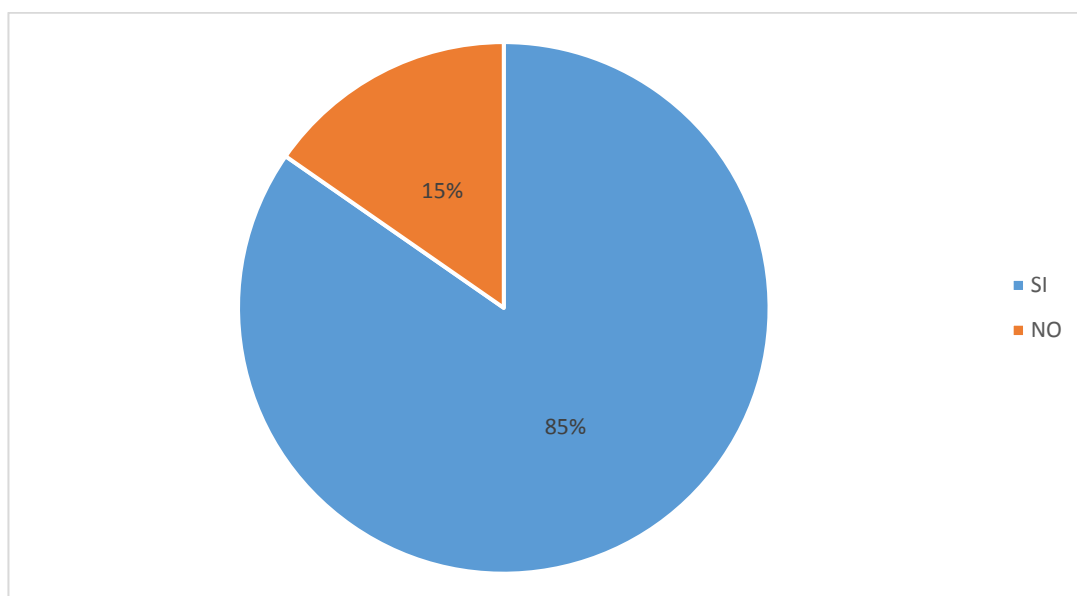
El lapso de tiempo que el visitante permanece en el cantón Ibarra es corto, la mayoría pasa menos de dos días en Ibarra y por el contrario solo una parte pequeña de los visitantes permanece más de una semana en el cantón. Por lo que las personas que llegan generan menos gasto en la ciudad y poco aprovechamiento de los bienes y servicios que puede brindar el cantón al turista, por lo que su aporte económico es débil.

**Tabla 7** ¿Antes de su visita a Ibarra obtuvo información sobre el lugar a visitar?

Opciones	Cantidad	%
SI	127	85
NO	23	15
TOTAL	150	100%

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 11** ¿Antes de su visita a Ibarra obtuvo información sobre el lugar a visitar?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

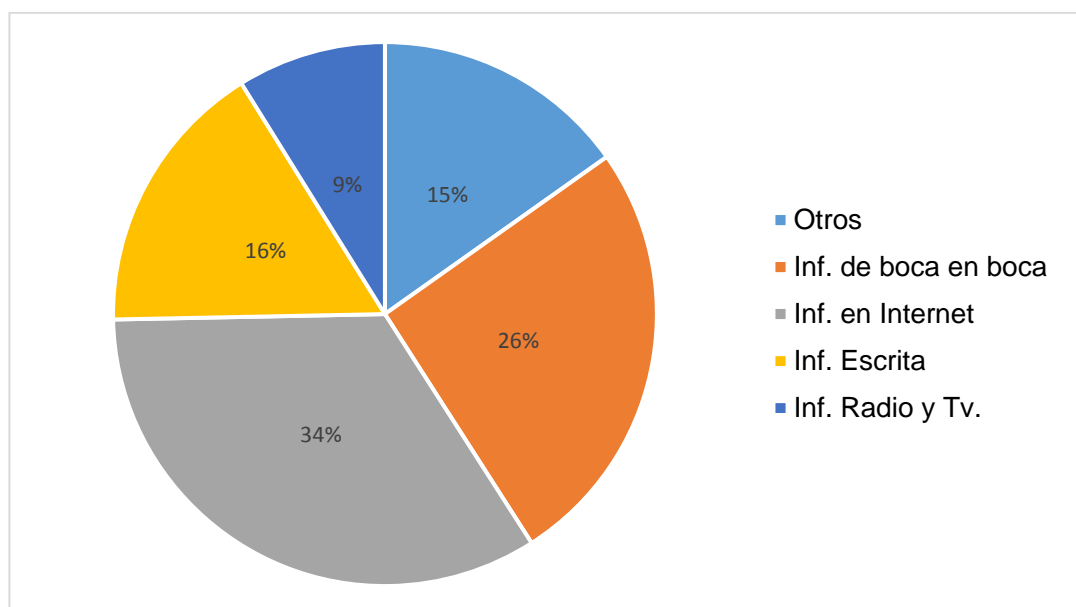
El visitante de Ibarra sí recibe información turística antes de su arribo al cantón, solo una pequeña parte de los visitantes llega sin una averiguación previa al lugar de visita. Por lo que se concluye que existe información sobre el cantón.

**Tabla 8** Si su respuesta fue afirmativa especifique a través de qué medio obtuvo información.

<b>OPCION</b>	<b>Cantidad</b>	<b>%</b>
Otros	36	15%
Inf. de boca en boca	61	26%
Inf. en Internet	80	34%
Inf. Escrita	39	16%
Inf. Radio y Tv.	21	9%
<b>TOTAL</b>	<b>237</b>	<b>100%</b>

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 12** Si su respuesta fue afirmativa especifique a través de qué medio obtuvo información.



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

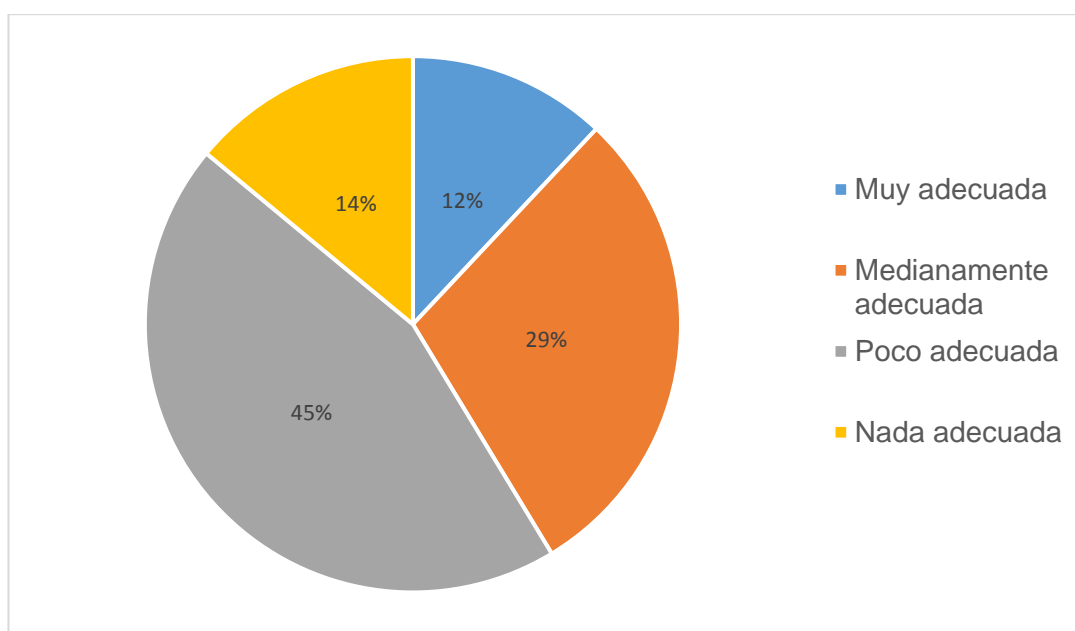
Del total de personas encuestadas se observa que el internet es el medio de comunicación predilecto para la consulta de información turística, mientras la radio y televisión no juegan un papel importante para la misma actividad, sin embargo podemos acotar que una de las formas más comunes de receptor información turística sigue siendo el boca a boca, pues previene de personas fiables y su difusión no necesita herramientas tecnológicas.

**Tabla 9** ¿Obtuvo información adecuada sobre el cantón Ibarra?

Opciones	Cantidad	%
Muy adecuada	18	12 %
Medianamente adecuada	44	29 %
Poco adecuada	67	45 %
Nada adecuada	21	14 %
TOTAL	150	100 %

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 13** ¿Obtuvo información adecuada sobre el cantón Ibarra?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

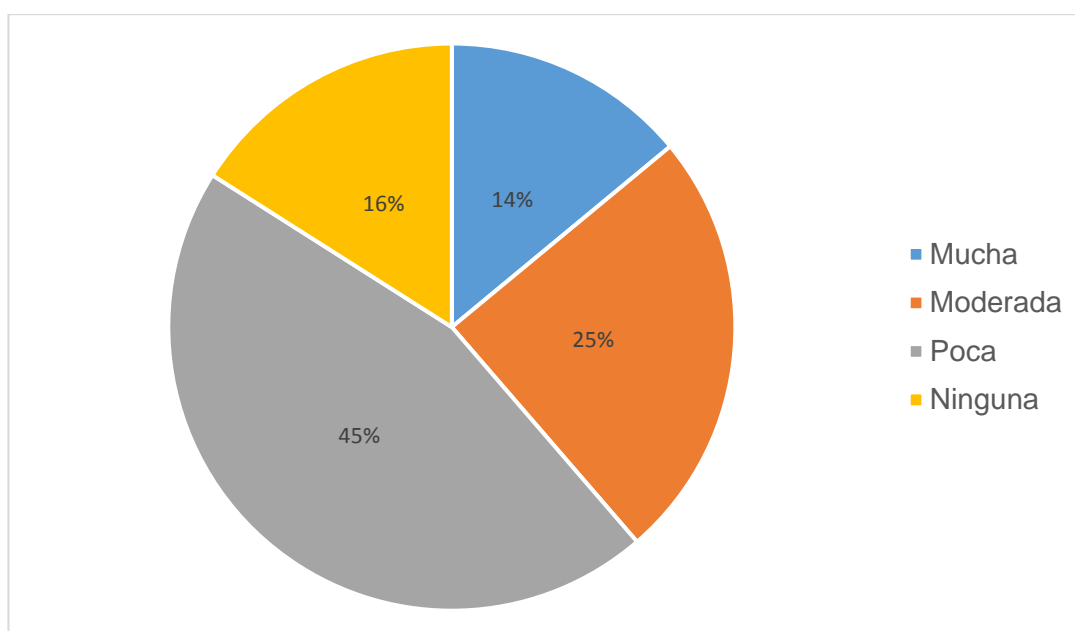
Se observa que, casi la mitad de las personas que arriban a Ibarra obtuvieron información poco adecuada, las causas comunes, la falta de profundidad en la información, así como la falta de veracidad en la misma o incluso, información poco útil durante su visita. Mientras que un porcentaje pequeño ha recibido información provechosa para su estadía en el Cantón.

**Tabla 10** ¿Encontró información suficiente sobre el cantón Ibarra?

Opciones	Cantidad	%
Mucha	21	14 %
Moderada	37	25 %
Poca	68	45 %
Ninguna	24	16 %
TOTAL	150	100 %

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 14** ¿Encontró información suficiente sobre el cantón Ibarra?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

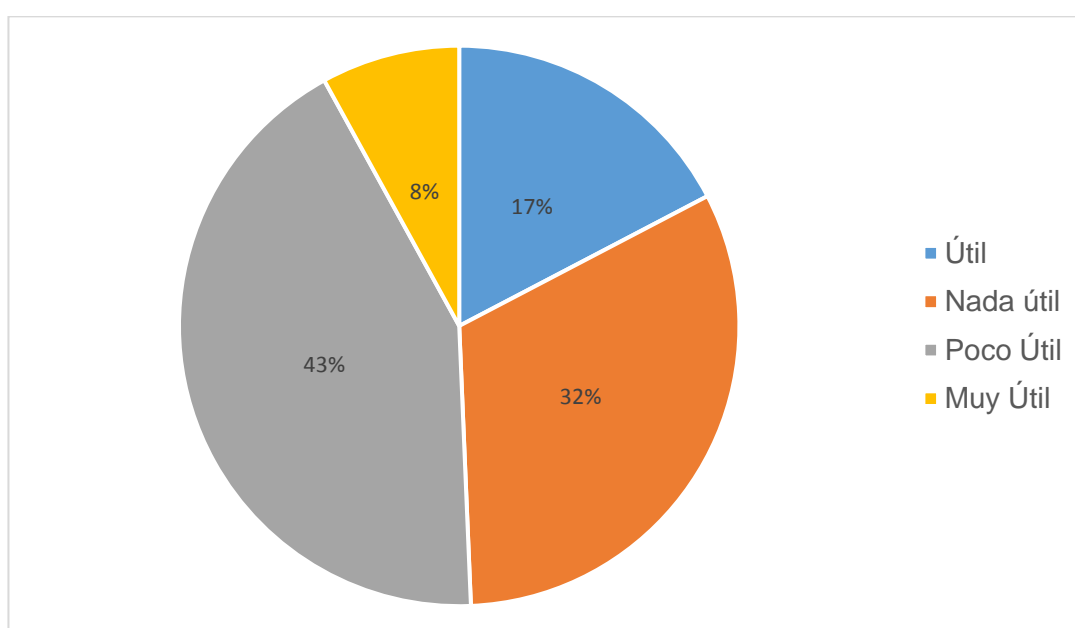
Se observa que la información que reciben los turistas es insuficiente o escasa por lo que tiene limitaciones para tener una verdadera utilidad para el turista en pequeño porcentaje incluso dice que la información es inexistente, solo una pequeña parte de la población que arriban a Ibarra recibe información Consistente y amplia acerca del destino en estudio.

**Tabla 11** ¿Le fue útil la información que obtuvo sobre el cantón Ibarra?

Opciones	Núm.	%
Útil	23	23%
Nada útil	30	30%
Poco Útil	25	25%
Muy Útil	22	22%
TOTAL	100	100%

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 15** ¿Le fue útil la información que obtuvo sobre el cantón Ibarra?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

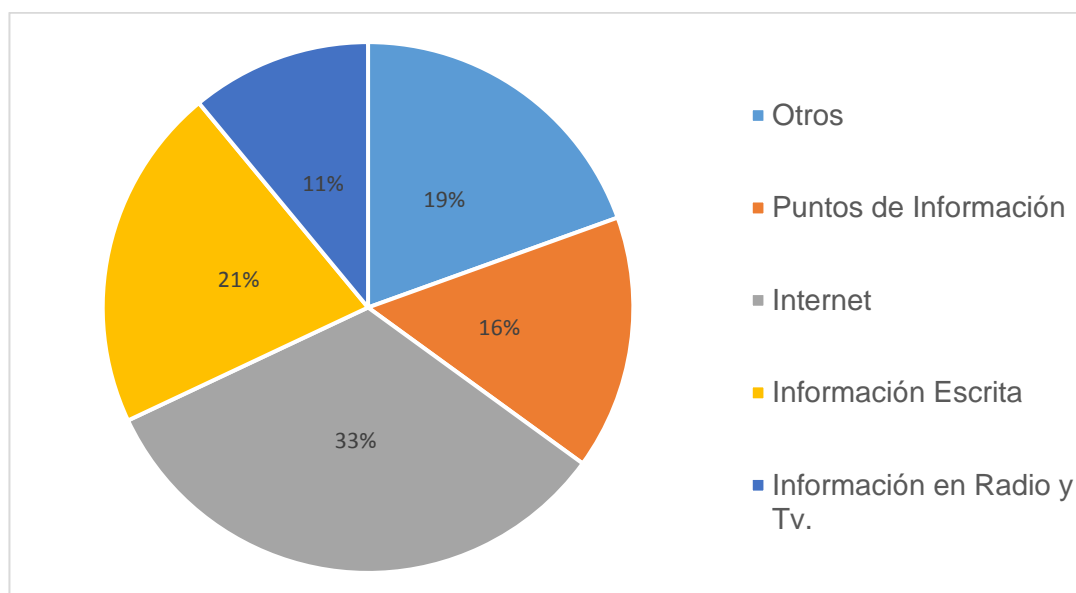
Se puede aseverar que la gran mayoría de encuestados obtuvieron información poco o nada útil sobre los atractivos, servicios o actividades en el cantón Ibarra lo que deja al descubierto el poco profesionalismo por parte de los gestores de la información para elaborar datos que sean de provecho y utilidad máxima para el turista, solo un 17 % cree que la información realizada le sirvió apropiadamente en su visita por Ibarra.

**Tabla 12** ¿Qué medio le parece adecuado para recibir Información turística sobre el Cantón Ibarra?

Opciones	Cantidad	%
Otros	39	19%
Puntos de Información	31	14%
Internet	66	38%
Información Escrita	42	21%
Información en Radio y Tv.	22	8%
TOTAL	200	100%

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 16** ¿Qué medio le parece adecuado para recibir Información turística sobre el Cantón Ibarra?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

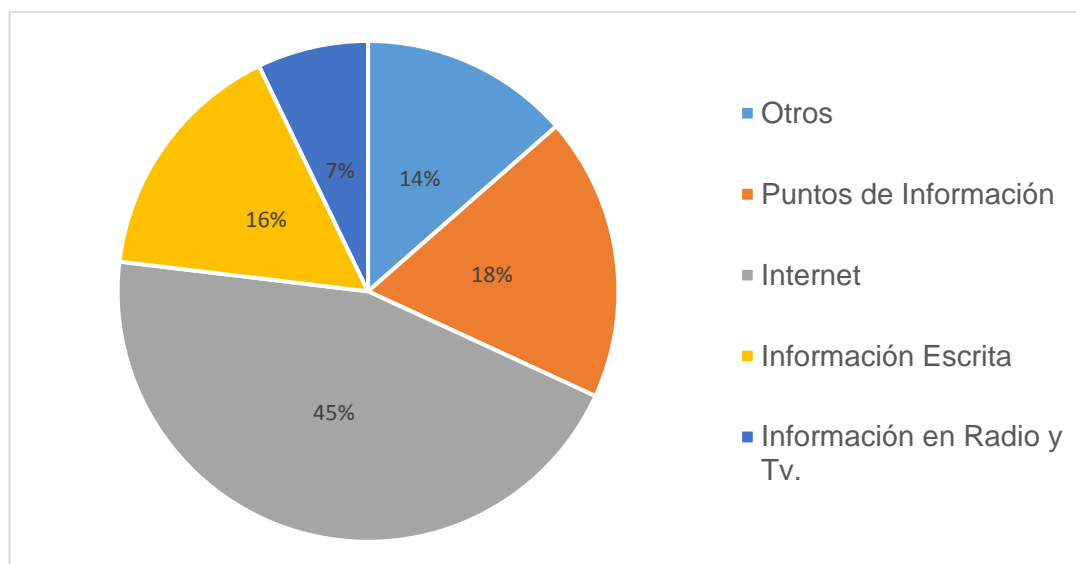
El medio de información más usado en la actualidad es el internet ha desplazado la función que tenía la radio y la televisión, no obstante la información de boca a boca sigue siendo una de las principales proveedoras de datos a los visitantes, pues tiene credibilidad, y acceso libre. Con un pequeño porcentaje los puntos de información se mantienen como una herramienta útil para el visitante que viene exclusivamente por turismo y no por otras motivaciones, a pesar de la carencia significativa de este en el cantón Ibarra.

**Tabla 13** ¿Porque medio le gustaría recibir información acerca del Cantón Ibarra?

Opciones	Cantidad	%
Otros	34	14 %
Puntos de Información	46	18 %
Internet	113	45 %
Información Escrita	40	16 %
Información en Radio y Tv.	18	7%
TOTAL	229	100 %

Fuente: Turistas de Ibarra

**Gráfico 17** ¿Porque medio le gustaría recibir información acerca del Cantón Ibarra?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 10 de junio de 2015

La herramienta más aprobada para los turistas que visitan Ibarra, es el Internet, el promedio de años del turista está por debajo de los 40 por lo que son personas que manejan herramientas informativas de la nueva tecnología, como el internet, por lo que se vuelve el medio más aceptado, por su versatilidad, facilidad de acceso y bajo costo, además la información escrita se mantiene como una herramienta de agrado, pues es confiable y de buen entendimiento, la radio y televisión se encuentran desligados, puesto que la información de los diferentes organismos gestores de turismo en Ibarra no tienen una difusión masiva en estos medios ni nacional ni internacionalmente.



#### 4.2.2. Cuestionario 2: Encuesta dirigida a OPERARIOS de servicios turísticos del cantón Ibarra

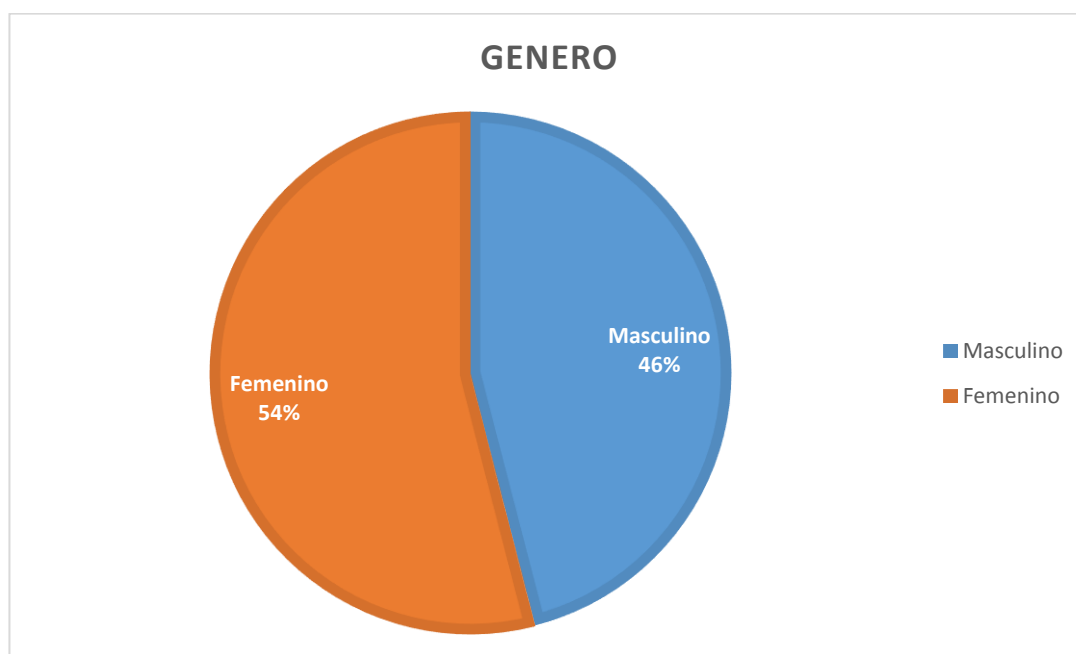
### DATOS GENERALES

Tabla 14 Género

Opciones	Cantidad	%
Masculino	69	46%
Femenino	81	54%
TOTAL	150	100%

Fuente: Operarios del servicio turístico de Ibarra.

Gráfico 18 Género



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015.

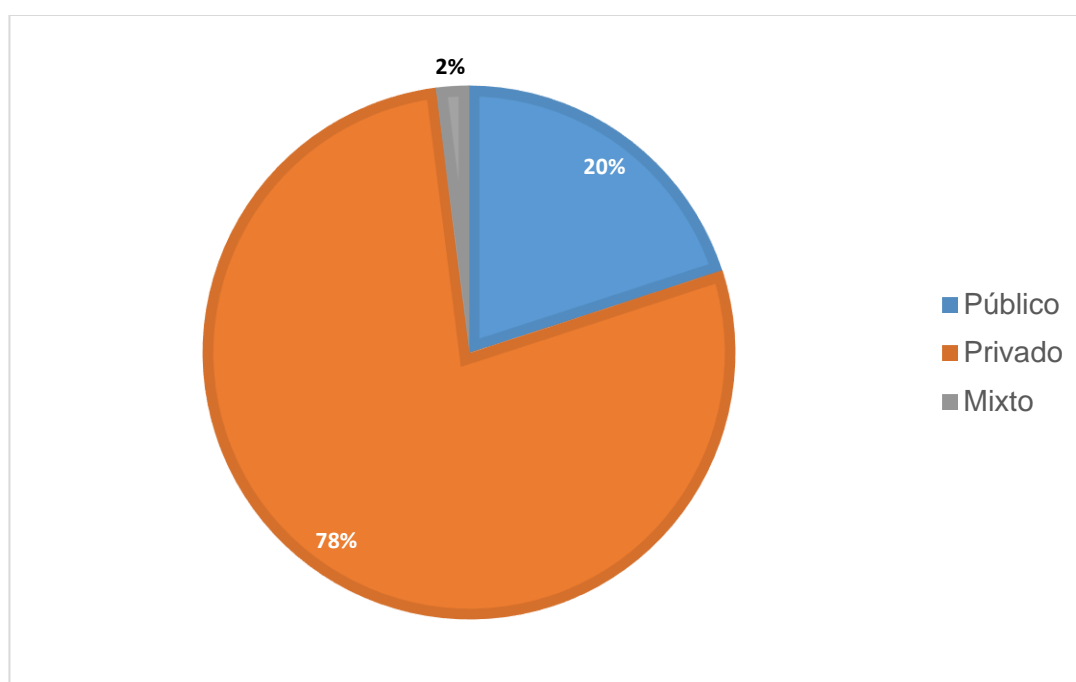
El género femenino predomina en cuanto a las personas que trabajan y gestionan en servicios turísticos, por lo que la mayoría de operarias de servicios turísticos son mujeres. El género masculino tiene un rol menos importante en el desarrollo de la gestión y administración de servicios turísticos en Ibarra

**Tabla 15** Sector al que pertenece la empresa en la que trabaja.

Opciones	Cantidad	Porcentaje
Público	30	48%
Privado	117	50%
Mixto	3	2%
TOTAL	150	100%

Fuente: Operarios del servicio turístico de Ibarra.

**Gráfico 19** Sector al que pertenece la empresa en la que trabaja



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015.

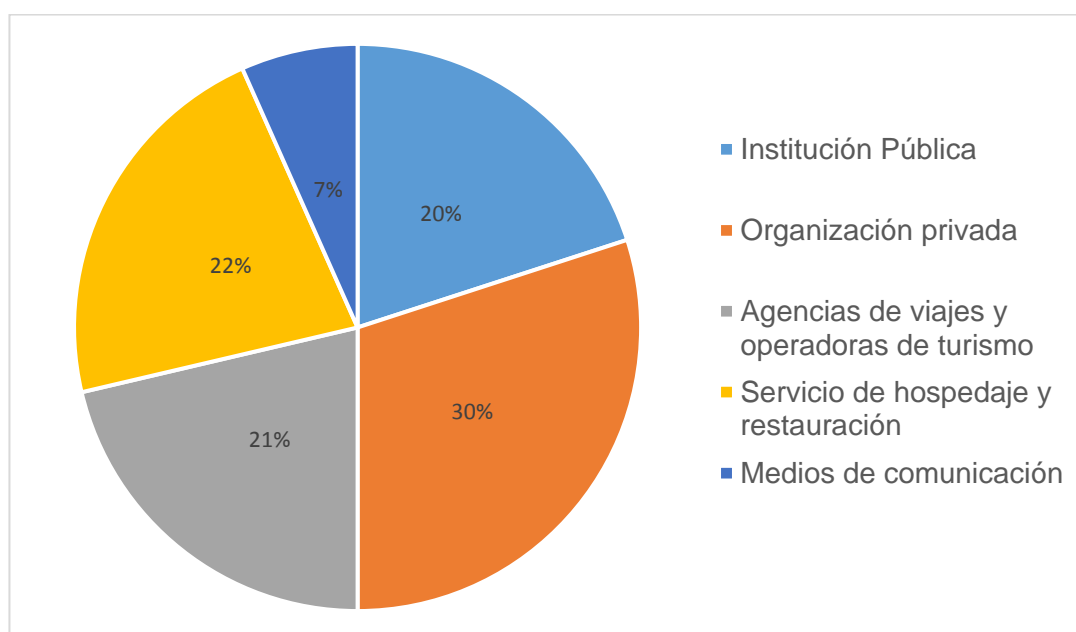
La mayoría de empresas que gestionan la información turística pertenecen al sector privado. La empresa mixta es casi inexistente mientras que los organismos públicos tienen un papel importante en la actividad turística. Por lo que la elaboración, gestión y administración de la información turística, va a ser realizada en su mayoría por el sector privado.

**Tabla 16** Tipo de empresa en la que desenvuelve.

Opciones	Cantidad	%
Institución Pública	30	20%
Organización privada	45	30%
Agencias de viajes y operadoras de turismo	32	21%
Servicio de hospedaje y restauración	33	22%
Medios de comunicación	10	7%
TOTAL	150	100%

Fuente: Operarios del servicio turístico de Ibarra.

**Gráfico 20** Tipo de empresa en la que desenvuelve



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015.

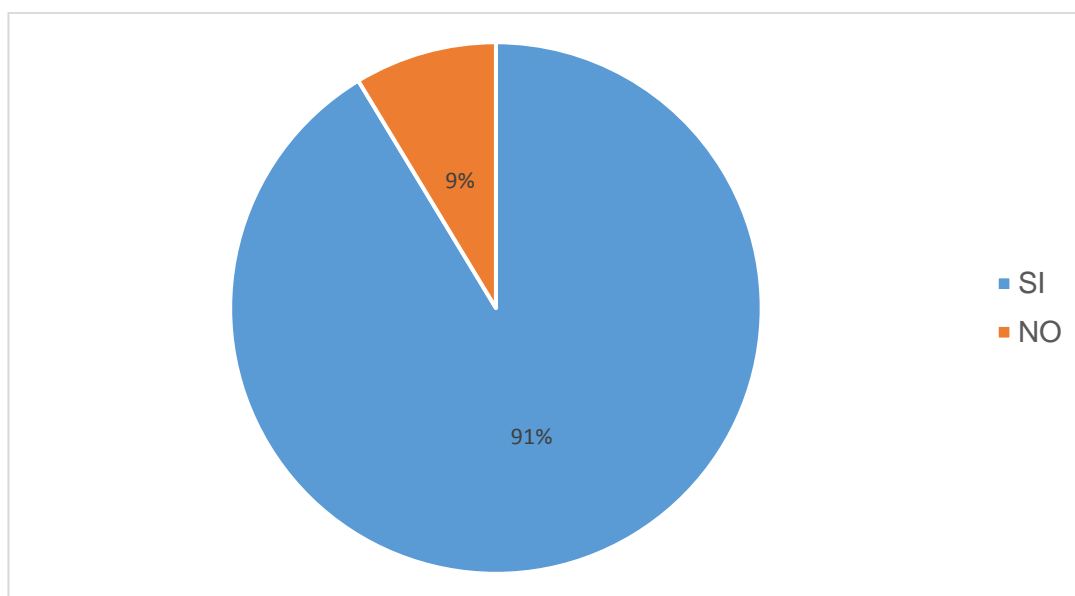
La cantidad de personas que trabajan en los diferentes tipos de servicios turísticos es variada, las empresas turísticas están representadas principalmente por los hoteles, agencias de viaje y operadoras, restaurantes, por lo que se concluye que la información es elaborada y gestionada desde diferentes áreas y no provienen de un solo emisor

**Tabla 17** ¿La empresa en que labora brinda información al turista?

Opciones	Cantidad	%
SI	137	91%
NO	13	9%
TOTAL	150	100%

Fuente: Operarios del servicio turístico de Ibarra.

**Gráfico 21** ¿La empresa en que labora brinda información al turista?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015.

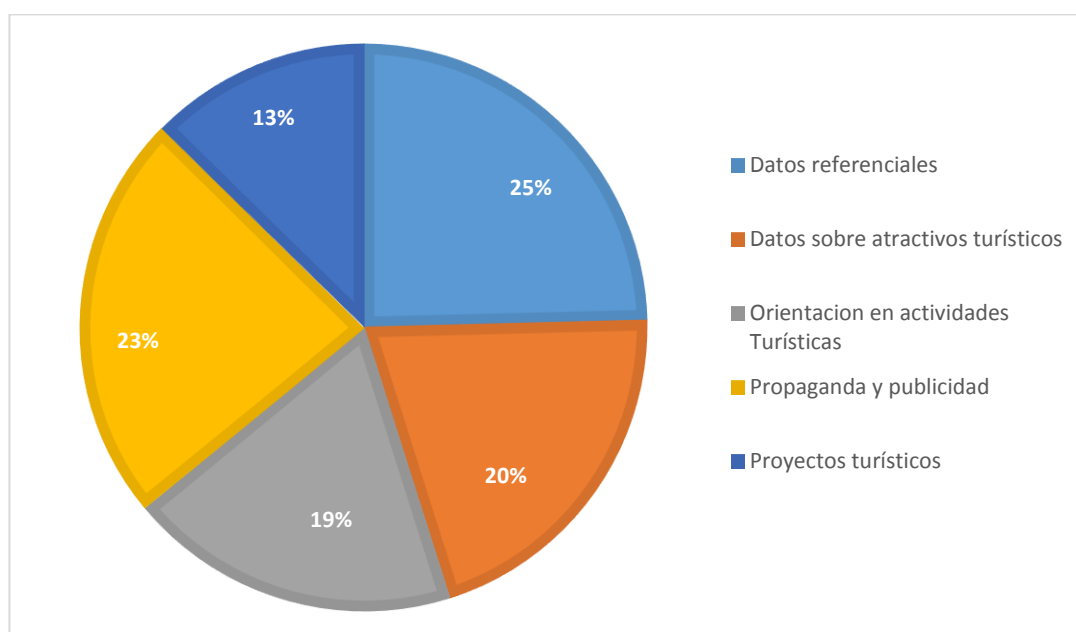
Se determina que gran mayoría de encuestados afirma que la empresa en la que trabaja si proporciona información turística a los visitantes de Ibarra, un mínimo porcentaje dice que su empresa no aporta con esta actividad, por lo que se reafirma que los datos turísticos son elaborados desde los diferentes tipos de empresas turísticas, casi en su totalidad.

**Tabla 18** ¿Cuál es la información que su empresa brinda a los turistas?

OPCION	NUMERO	%
Datos referenciales	78	25%
Datos sobre atractivos turísticos	65	20%
Orientación en actividades Turísticas	60	19%
Propaganda y publicidad	74	23%
Proyectos turísticos	40	13%
TOTAL	297	100%

Fuente: Operarios del servicio turístico de Ibarra

**Gráfico 22** ¿Cuál es la información que su empresa brinda a los turistas?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015.

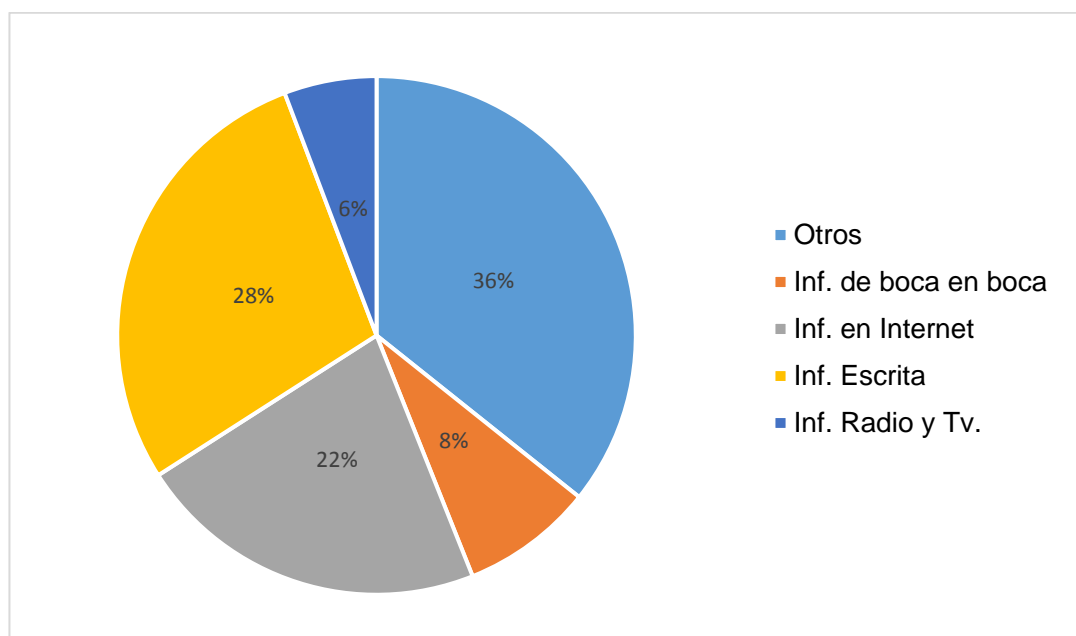
Se observa que datos informativos que proporciona las empresas turísticas son variados desde datos referenciales, hasta datos de atractivos turísticos y orientación en actividades turísticas, sin embargo las empresas privadas tienden a difundir más datos referenciales y de propaganda y publicidad hacia su empresa a diferencia de la empresa y organismos públicos que se enfocan más en datos de los atractivos turísticos y en orientación de actividades.

**Tabla 19** ¿A través de que medio proporciona información al turista, la empresa en la que labora?

OPCION	Cantidad	%
Otros	130	36%
Inf. De boca a boca.	30	8%
Inf. en Internet	80	22%
Inf. Escrita	103	28%
Inf. Radio y Tv.	21	6%
TOTAL	364	100%

Fuente: Operarios del servicio turístico de Ibarra.

**Gráfico 23** ¿A través de que medio proporciona información al turista, la empresa en la que labora?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015

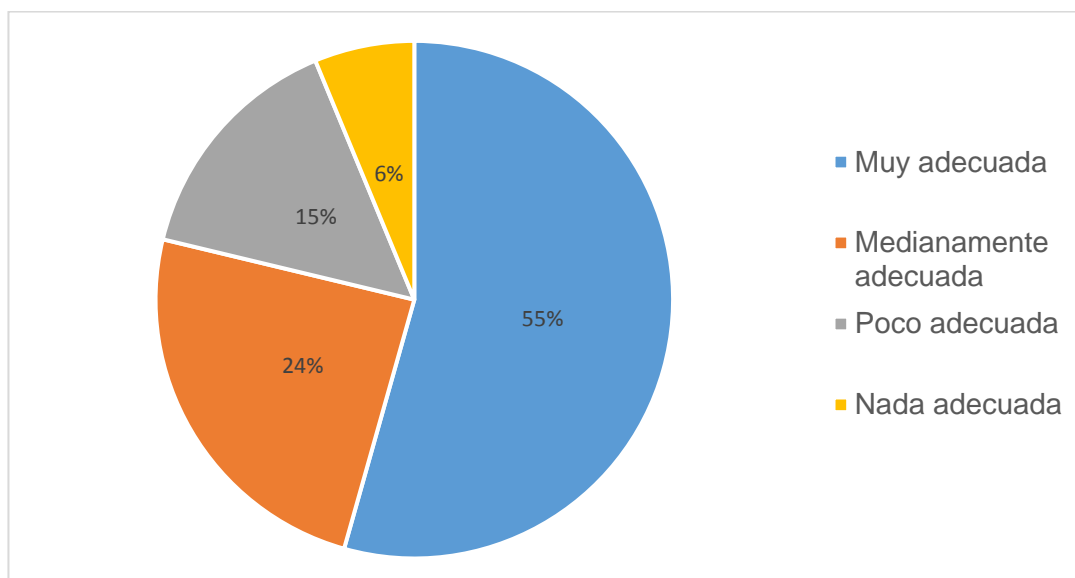
La formas de difundir información al turista, sobre todo en las empresas públicas son mayoritariamente de forma escrita, como panfletos, trípticos , flyers, folletos entre otros, el internet también es una herramienta muy usada mediante el uso de redes sociales block, páginas web entre otros, la radio y televisión no tienen una desempeño significativo, además los gestores de información, usan otras formas de informar al turista y promocionar a Ibarra y su empresa como; ferias, eventos, ente otros.

**Tabla 20** ¿Considera que la información turística que brinda su empresa al turista es adecuada sobre el cantón Ibarra?

Opciones	Cantidad	%
Muy adecuada	87	55 %
Medianamente adecuada	39	24 %
Poco adecuada	24	15 %
Nada adecuada	10	6 %
TOTAL	150	100%

Fuente: Operarios del servicio turístico de Ibarra.

**Gráfico 24** ¿Considera que la información turística que brinda su empresa al turista es adecuada sobre el cantón Ibarra?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015

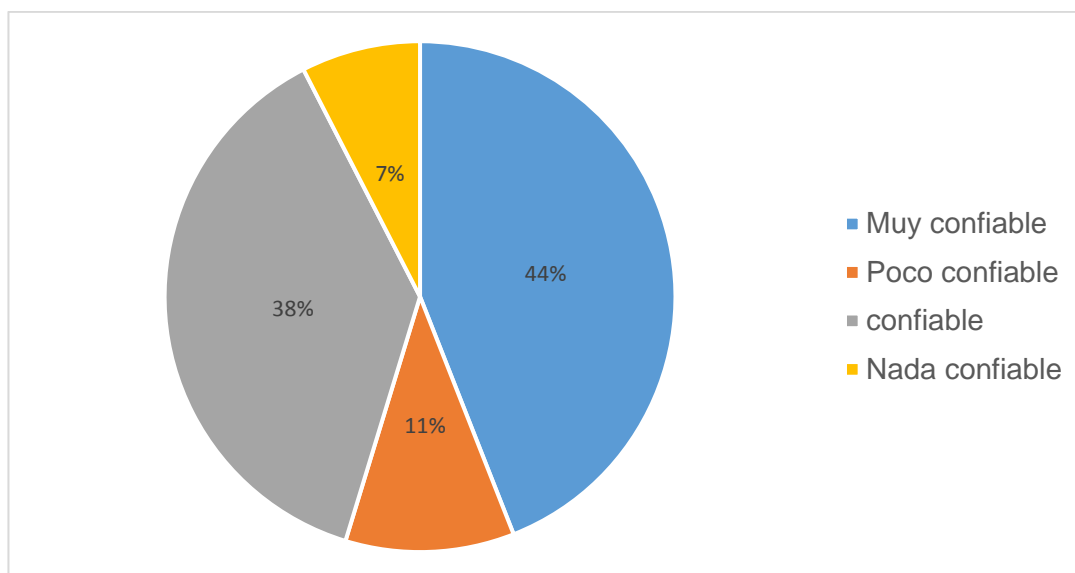
La mayoría de gestores de información turística están convencidos en que los datos que presentan son adecuados para el turista, seguidos de un gran porcentaje que cree que la información que no es del todo adecuada, muy pocos empresarios aceptan que tienen falencia para la elaboración y difusión de información sobre el cantón Ibarra. Por lo que se demuestra que no existen mecanismos para mantener o elaborar información turística con estándares de calidad.

**Tabla 21** ¿Creé que la información Turística en el cantón Ibarra que brinda su empresa es?

Opciones	Cantidad	%
Muy confiable	70	44 %
Poco confiable	17	11 %
Confiable	60	38 %
Nada confiable	12	7 %
TOTAL	150	100 %

Fuente: Operarios del servicio turístico de Ibarra.

**Gráfico 25** ¿Creé que la información Turística en el cantón Ibarra que brinda su empresa es:



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015

La mayoría de las empresas que gestionan y brindan información turística tienen la certeza de que brindan información confiable al turista, por lo que se traduce a que ellos han manejado con profesionalismo la gestión de la información turística en el cantón Ibarra, mientras pocos aceptan que la información brindada es de calidad.

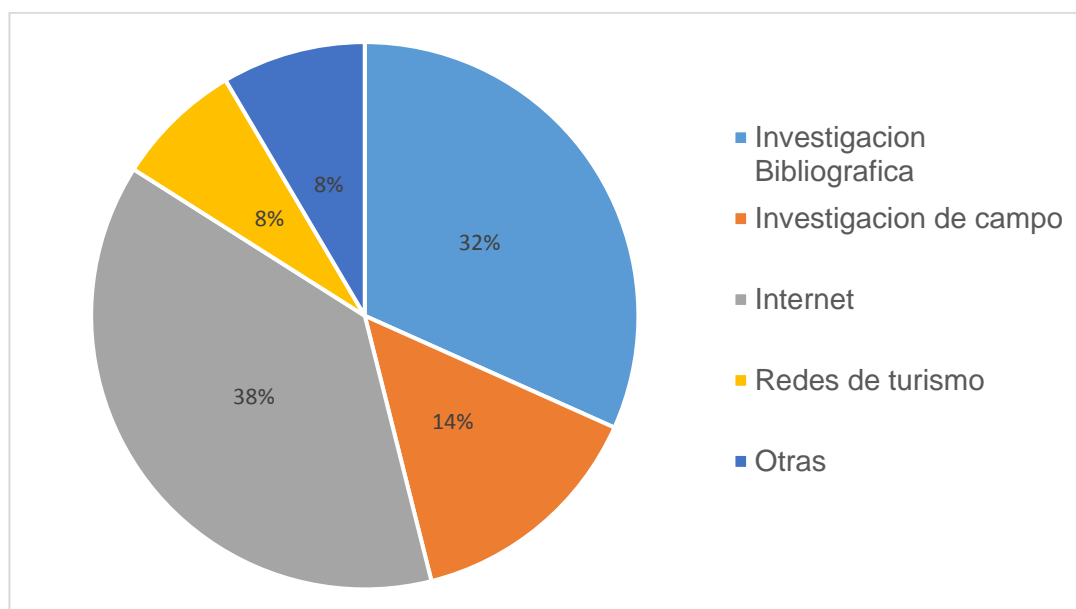


**Tabla 22** De las siguientes opciones señale, ¿cuáles son utilizadas por la empresa en la que trabaja, para recabar información turística del cantón Ibarra?

Opciones	Cantidad	%
Investigación Bibliográfica	97	32%
Investigación de campo	44	14%
Internet	116	38%
Redes de turismo	23	8%
Otras	26	8%
TOTAL	290	100%

Fuente: Operarios del servicio turístico de Ibarra.

**Gráfico 26** De las siguientes opciones señale, ¿cuáles son utilizadas por la empresa en la que trabaja, para recabar información turística del cantón Ibarra?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015

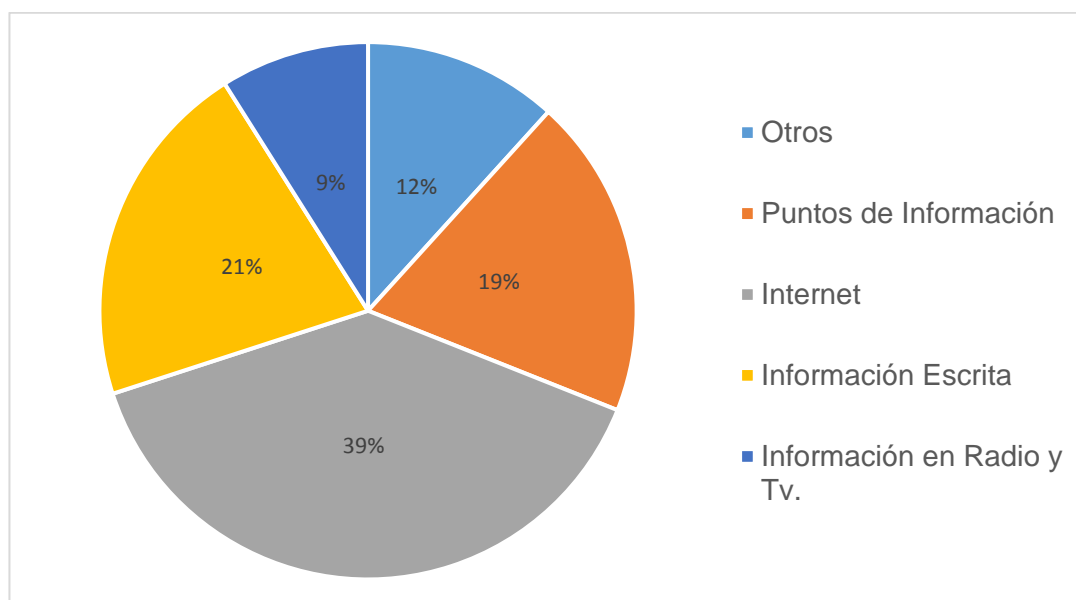
Las empresas turísticas utilizan el internet para recabar y elaborar información turística, lo cual contradice la posibilidad de que esta información sea confiable, pues el internet cuenta con varios defectos de fidelidad y confianza, por la cantidad de información sin sustento técnico o científico, solo un tercio de las empresas, utilizan herramientas bibliográficas que contengan confiabilidad de autoría y veracidad técnica y científica, las investigaciones de campo no son significativas por lo que se puede concluir que no existe verdadero trabajo de investigación por parte de las gestores de turismo.

**Tabla 23** ¿Qué medio creé usted es el más conveniente para expedir información turística acerca del cantón Ibarra?

Opciones	Cantidad	%
Otros	34	12 %
Puntos de Información	56	19 %
Internet	113	39 %
Información Escrita	61	21 %
Información en Radio y Tv.	26	9 %
TOTAL	229	100%

Fuente: Operarios del servicio turístico de Ibarra.

**Gráfico 27** ¿Qué medio creé usted es el más conveniente para expedir información turística acerca del cantón Ibarra?



Elaborado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015.

Los gestores informativos, entienden que la mejor herramienta de difusión de la información turística para el cantón Ibarra es el internet puesto que es una herramienta versátil, de fácil acceso, y económica tanto para el turista como para el prestador de servicios, los medios escrita también tiene una importancia significativa, sobre todo para la empresa pública, y los puntos de información que aunque en Ibarra son escasos tienen mucha funcionalidad y beneficio para el turista.

## CAPÍTULO V

### 5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este capítulo tiene como finalidad mostrar las conclusiones obtenidas al finalizar la investigación, análisis e interpretación de resultados en función de los objetivos específicos; así mismo muestra algunas recomendaciones sugeridas para una correcta gestión de la información turística en el cantón Ibarra y para una correcta vinculación, con el desarrollo del servicio turístico.

#### 5.1. Conclusiones

- Tomando como base la Investigación realizada, se acota que; pocos visitantes, llega a Ibarra con objetivos netamente turísticos, además el periodo de visita fluctúa entre menos de un día a dos, siendo una de las causas para que Ibarra siga siendo una ciudad de paso, no obstante para que Ibarra tenga esta identificación, existen razones variadas, una de las principales es la falta de información detallada por parte del turista, de la existencia del cantón Ibarra como un atractivo turístico imperdible para aquellos que visitan Ecuador y la provincia de Imbabura y en donde se pueden realizar múltiples actividades, es allí donde la información turística toma real importancia dentro del desarrollo de la actividad turística como eje del desarrollo socio económico de Ibarra. En Ibarra está claro que la gestión de la información es precaria, pues se la ejecuta, aun de una manera empírica en las pequeñas y medianas empresas.
- La información turística es una herramienta indispensable para el correcto desarrollo de la actividad. Por ello es necesario un correcto funcionamiento de su gestión y la forma en la que se la crea y difunde. La encuesta arroja datos en los que se puede notar la falta de uso de tecnologías de la información, como son; redes sociales, páginas web, aplicaciones etcétera. En un mundo en constante cambio y evolución tecnológica, es importante, aprovechar, y desarrollar este tipo de

herramientas comunicacionales, para un mejor aprovechamiento de los recursos y desarrollo turístico, social y económico.

- Asumiendo como referencia los datos arrojados durante la investigación, el turista sí recibe información sobre el cantón antes y durante su visita, sin embargo el problema radica en la forma de conseguirla y en la calidad de esta información, reanudando la investigación podemos percibir que, las empresa de servicios turísticos del cantón invierten pocos recursos en la investigación y recopilación de información, herramientas como el internet son la principal fuente de adquisición de datos, lo que nos da a entender que su información no siempre va a tener fundamento y credibilidad puesto que como se dijo en el marco teórico, la información en internet tiende a ser distorsionada y sin fundamentación científica por lo que, si esta carece de referencias y sustento es poco aceptable.
- En cuanto a la forma de recepción de la información al turista, la Investigación arroja mediante las encuestas que; las empresas turísticas prefieren en su mayoría, proporcionar información turística al visitante mediante, medios escritos; como revistas, folletos, panfletos, entre otros ,sin tomar en cuenta que la mayoría de turistas usan el internet como medio de recepción de datos turísticos, además que la población en su mayoría prefiere el internet como medio de recepción de datos, incluso la muestra nos indica que los turistas consideran adecuado, recibir información mediante el mismo medio. Todo esto nos da a entender que las preferencias e intereses del turistas no son bien recibidas por parte de los gestores y operadores de servicios turísticos, poniendo en evidencia los malos resultados de la gestión de la información turística en el cantón Ibarra.
- Las empresas de servicio turísticas no han realizado investigación para determinar; qué, cuál y cómo debería llegar la información hacia el visitante, de hecho la empresa de servicios turísticos en Ibarra aduce que la información que ellos brindan es de calidad al considerarla de

“muy adecuada”, además, que las mismas empresas indican que se puede categorizar la información brindada entre “confiable y Muy confiable”, en contraste, buena parte de la población de turistas cree que la información turística es poco o nada útil e incluso se indica que los turistas, definen a esta información como poco o nada adecuada, finalmente el turista, indica que, no encontró, o encontró poca información turística sobre el cantón Ibarra en medios como el internet.

- De acuerdo a los resultados obtenidos, el diseño de una guía turística en formato video y con plataforma de difusión en las redes sociales es la mejor opción y respuesta al problema sobre la gestión información turística en la ciudad de Ibarra, pues esta permitirá el correcto uso de las tecnologías a favor de la actividad turística en el cantón Ibarra.

## **5.2. Recomendaciones.**

- Debido al permanente desinterés por parte de los prestadores turísticos, en darle importancia al manejo de la información turística como un servicio más para con el visitante del cantón, es necesario darle mayor importancia a la gestión de la información turística, pues puede ser un pilar para el desarrollo de la actividad y por ende el desarrollo económico social de cualquier lugar.
- A las autoridades y servidores públicos que participan en la actividad turística, se sugiere mayor interés, para con temas, sobre información turística en el cantón Ibarra, pues en ellos recae la principal responsabilidad de convertir a Ibarra en un polo de desarrollo del turismo del Ecuador.
- A los prestadores de servicios turísticos privados, empresas particulares, deben estar más comprometidos a realizar un trabajo de calidad, la exposición de información turística sobre el cantón, es una responsabilidad que los acoge también, pues son los conectores y mediadores directos entre el turista y el servicio turístico, se recomienda

buscar nexos y vinculación con el sector gubernamental para generar servicios informativos de calidad, no solo para beneficio y disfrute de los visitantes y turistas, sino para el progreso de sus propias empresas y la mejora continua de su trabajo y por ende de la calidad del servicio turístico en general.

- Los docentes y estudiantes de turismo deben estar obligados a la continua investigación de problemas de este tipo, pero a la vez comprometidos con la solución de los mismos, puesto que no hay nadie que se forme y este más preparado para asumir esos retos que el mismo estudiante y docente.
- De acuerdo con la investigación se sugiere la promoción de la ciudad de Ibarra mediante el diseño de una campaña de difusión publicitaria, lo que promoverá la masificación del turismo en el cantón, lo que ocasionará un desarrollo de la economía del cantón Ibarra. Además que serviría como un apoyo para la continua mejora del manejo y gestión de la información turística del cantón Ibarra como eje de desarrollo de esta actividad.

## **CAPÍTULO VI**

### **6. PROPUESTA**

#### **6.1. Título de la propuesta**

GUIA AUDIOVISUAL CON CIRCUITOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN IBARRA, PARA SU PROMOCIÓN Y DIFUSIÓN EN REDES SOCIALES.

#### **6.2. Presentación.**

La presente propuesta tiene relación con la investigación realizada durante los capítulos preliminares sobre la gestión de la información turística en el Cantón Ibarra, y la problemática que esta conlleva, convirtiéndose así en una respuesta y solución atinada a los problemas que aborda la información turística y su gestión en Ibarra.

En este capítulo se presentan seis segmentos principales, para un correcto entendimiento del mismo, entre ellos; objetivos, justificación, antecedentes y desarrollo.

El primer segmento habla sobre los antecedentes previos relacionados con el tema en propuesta y la relación con otros proyectos análogos

En el segundo segmento se plantean los objetivos necesarios para llevar a cabo la propuesta, teniendo en cuenta el objetivo general como matriz a seguir con los objetivos específicos.

Durante el tercer segmento se establece la importancia que tiene esta propuesta para con la solución del problema investigado y el enfoque para solucionar la problemática a través de los gestores de información turística,

En el cuarto segmento se desarrolla la propuesta mediante el cumplimiento de los objetivos planteados de una forma sistemática y

ordenada. Así mismo el presupuesto que se requiere para la puesta en marcha del proyecto y su respectivo financiamiento.

Al final se presentan los posibles impactos, positivos y negativos que tendrá la propuesta, de manera económica, social, ambiental entre otras.

### **6.3. Antecedentes.**

La información turística es indispensable para un visitante, tanto antes como durante su estadía, puesto que esta le provee de datos para prepararse para su viaje; temas de equipamiento, uso de tiempo, además de ayudarlo a conseguir servicios y productos de los cuales pueda hacer uso, también ofrece información de actividades, festividades o lugares de interés. No obstante si esta información es distorsionada o limitada, es posible que el turista no llene las expectativas del viaje provocando así una cadena de perdida no solo para el visitante, si no para el destino al que viaja.

El problema de la información turística en Ibarra es visible, el descuido de parte de la empresa pública y privada para proveer información que aporte a la llegada y disfrute del turista es reducido, los datos de forma escrita son muy limitados en cuanto a su difusión masiva, mientras la radio y televisión no promueven con eficiencia el turismo Ibarreño, pues los medios que posee las empresas de servicios turísticos de Ibarra no tienen masificación nacional ni internacional.

El medio informativo que se ha desarrollado de una forma rápida y ha va tomado una fuerza gigantesca, es sin duda el internet, tanto por lo económico que resulta, la rápida accesibilidad y sobre todo por la extensa cantidad de usuarios. Sin embargo la información que este despliega, tiene muchas veces errores, distorsión de la verdad o muy pocos datos que realmente aporten al turista y su viaje, Ibarra no es la excepción en cuanto a la mala calidad de información turística en la red.

En el Ecuador existen ya, numerosos ejemplos exitosos de campañas promotoras de la belleza natural y cultural del país, las cuales intentan



reflejar estas características a través de videos que permiten al turista tener una idea mucho más clara del lugar a donde va a realizar actividades turísticas, puesto que el formato video es de fácil comprensión, pues usa más de un sentido para llevar la información al espectador y además de capta de mejor manera la atención del turista.

Una de las propuestas, existentes ya en nuestro país y puestas en práctica es “Que Bacán Ecuador”, en cuya página web anuncia, no solo de una manera escrita las características de atractivos y servicios turísticos, sino también que muestra videos que permiten al usuario, tener una idea totalmente claro de la calidad y belleza de los servicios y atractivos que se ofrecen.

#### **6.4. Objetivos.**

##### **6.4.1. General.**

Creación de una guía audiovisual con circuitos turísticos del cantón Ibarra, con difusión en redes sociales, para elevar el número de visitantes en el Cantón Ibarra.

##### **6.4.2. Específicos.**

- Elaborar un compendio de información turística sobre el cantón Ibarra.
- Esbozar, temáticas de la guía, circuitos, mapas, fotografías y video.
- Producción de la guía audiovisual con circuitos del cantón Ibarra.
- Difundir en las distintas redes sociales

#### **6.5. Justificación.**

La presente propuesta es la respuesta a la investigación realizada sobre la gestión de la Información turística en el Cantón Ibarra. Su razón de ser es

precisamente la solución a un problema que no ha permitido que el turismo en Ibarra se desarrolle de una manera asertiva.

En la historia turística de la provincia de Imbabura, Ibarra ha sido uno de los cantones que menos ha aprovechado la actividad turística para su crecimiento económico y social, aun cuando, posee un gran potencial natural por sus diferentes niveles climáticos y cultural, pues conserva una diversidad étnica y climatológica en un pequeño territorio.

La razón de la presente propuesta es precisamente, que el desarrollo de la actividad turística en el cantón Ibarra tome mayor fuerza, aplicando y poniendo en marcha la construcción y diseño de una guía turística audiovisual del cantón Ibarra, pues en la actualidad si bien es cierto existe información turística en los diferentes medios acerca del cantón Ibarra, esta no es precisamente la mejor respuesta para un turista en cuanto a la necesidad de información turística se refiere, puesto que contiene datos muchas veces distorsionada e insuficiente, especialmente de las zonas rurales del cantón.

De acuerdo a los resultados conseguidos en la aplicación de encuestas a turistas y las entrevistas a los operadores de turismo además de difusores de información turística, se concluye que la solución más congruente es el diseño de una guía audiovisual que se difundirá mediante las redes sociales.

La propuesta es de significativa importancia, pues con ella se pretende mitigar una de las principales razones por las que Ibarra sigue siendo considerada una ciudad de paso. Pretende ser una herramienta eficaz para el turista, brindándole apoyo en cuanto a información sobre: atractivos turísticos culturales, naturales, monumentos o parques, festividades, fiestas tradicionales, además de darles una orientación en cuanto a oferta turística, como; servicios de hospedaje, alimentación o transporte.

Esta propuesta se la realiza para permitir que toda esa información llegue al turista de la forma en la que ellos la preferirían y por la cual es más fácil

difundirla y recibirla, pues las redes sociales son un medio de difusión masivo que permiten la masificación de la información turística de manera rápida y económica, tanto para turistas como para los operarios de servicios turísticos.

Además el formato audiovisual permite un mejor entendimiento de la guía y conjuntamente con una mayor facilidad para captar la atención del turista pues muestra de una manera visual al cantón dándole mayor énfasis e impacto a la observación primaria que realiza el turista.

Según la Unión Internacional de Telecomunicaciones, en el mundo existen 3 000 millones de personas conectadas al internet, la mayoría de estas provienen de los países desarrollados, de esa cantidad de personas conectadas a la red, el 45 % son personas de entre 15 a 25 años, mientras el 30% son personas de entre 26 y 45 años, además menos del 30 % de los internautas mundiales tienen más de 45 años.

Tomando en cuenta lo dicho podemos concluir que uno de los medios de comunicación más empleados a nivel mundial es el internet, con su herramienta las redes sociales, por lo que se asegura que la cantidad de turistas o clientes en la ciudad se multiplicaría, con un adecuado uso del mismo.

**Según (Alexa.Inc, 2015) conocida por proveer información acerca de la cantidad de visitas que recibe un sitio web y su clasificación en un ranking, muestra que dentro de los diez sitios web más visitados se encuentran tres redes sociales, entre ellas Facebook y Twitter y un alojador de videos, YouTube.**

Todo lo antes mencionado nos da a entender que elegir como propuesta la guía audiovisual de rutas turísticas del cantón Ibarra con plataforma de difusión en las redes sociales en internet, es la mejor elección.

## **6.6. Fundamentación Teórica.**

De acuerdo con las encuestas realizadas el 38% de los participantes creen que la forma más adecuada para recibir información es el internet, además el 45% de los encuestados dice que prefiere recibir información turística sobre el Cantón Ibarra por medio del Internet. Tomando en cuenta lo expuesto podemos asegurar que la promoción turística y la difusión de información turística de Ibarra, sería más provechosa por medio de las redes sociales

## **6.7. Ubicación sectorial y física**

Provincia: Imbabura

Cantón: Ibarra

Coordenadas: 0.35,-78.11667

Altura ciudad de Ibarra 2.210 m.s.n.m.

Altura cantón Ibarra: Media 2529 m.s.n.m.

Máxima 4556 m.s.n.m.

Mínima 500 m.s.n.m.

Clima: 15 / 35 grados.

## **6.8. Desarrollo.**

Para emprender este proyecto primero se realiza la preproducción, la cual abarca una investigación de carácter bibliográfico y de campo sobre el potencial turístico que pueden tener las parroquias rurales y sus principales comunidades., así como la zona urbana de la ciudad, investigando; tradiciones, folclor, música, danzas, leyendas, cultura, gastronomía, arte y artesanías, toponimia, reseña histórica, además de su clima, temperatura, relieve, ecología, ecosistemas, especies de flora y fauna y sus principales actividades económicas.

Concluida la investigación se medirá el potencial turístico que tiene cada una de las características de los lugares con el fin de determinar los aspectos sobresalientes y prometedores.

Durante el desarrollo de la preproducción también se reunirá datos informativos de las diferentes empresas grandes o pequeñas que se encuentran en los diferentes sectores, restaurantes hoteles hosterías áreas de recreación, etc. con el fin de promover el uso de estos servicios al visitante, siendo justos con todos y promoviendo la equidad en cuanto a información y difusión de los servicios de turismo en el cantón Ibarra.

Se procederá a crear circuitos turísticos que contengan aproximación territorial y por ende relación cultural, asimismo se procederá a la elaboración de un guion turístico, pues es fundamental para su correcta difusión, pues este tiene que ser formativo y no solo informativo pues se trata que la guía sea una herramienta de viaje agradable de fácil entendimiento para grandes y chicos y sobretodo que trate de llegar al usuario, provocando en el satisfacción y ganas de estar en el lugar del cual este mirando la información.

A continuación se realizaran la grabación y la toma de fotografías de los atractivos y servicios turísticos seleccionados, con el uso de equipos profesionales tradicionales, además de equipos innovadores como el uso del drone.

El siguiente paso que se efectuara es el diseño gráfico de la guía, en él se buscara captar la atención del espectador, tomando en cuenta rasgos característicos de la Ibarreñidad dándole un toque propio y espíritu a la guía.

#### **6.8.1. Preproducción.**

Esta etapa de elaboración del proyecto es la más importante, pues en ella se sientan las bases de toda la propuesta, aquí se apuesta el mayor esfuerzo, pues se planea todo proceso de producción.

Durante esta etapa se decidirá también la estética, además de las metas específicas y también los posibles consumidores entre otras.

#### **6.8.1.1. Temas que incluye la guía turística.**

- a) Toponimia. Cantón Ibarra
- b) Sinopsis Histórica y arqueológica cantón Ibarra
- c) Reseña geográfica: clima, temperatura, relieve, cantón Ibarra
- d) Reseña Ecológica. Ecosistemas, especies de flora y fauna cantón Ibarra.
- e) Sinopsis económica: principales actividades económicas del cantón Ibarra.
- f) Folclor. Música, danzas, tradiciones, leyendas, gastronomía, cantón Ibarra
- g) Arte y Artesanía. Cantón Ibarra
- h) Atractivos turísticos rurales.
- i) Atractivos turísticos urbanos.

#### **6.8.1.2. Inventario de atractivos turísticos.**

**“El inventario de atractivos turísticos, se concibe como un registro valorado de todos los sitios que, por sus atributos naturales, culturales y oportunidades para la operación constituyen parte del patrimonio nacional. Es un instrumento dinámico de información integrada para respaldar la gestión, por su capacidad de aportar datos consistentes para planificar, ejecutar y evaluar el territorio facilitando la toma de decisiones en materia de desarrollo turístico. De esta forma el inventario de atractivos nacionales almacenado en una base de datos plana y en una base de datos geográfica constituye un insumo clave para alimentar al Sistema de Información Geográfica Turística orientado a la realización de análisis y planificación territorial turística” (MINTUR M. d., 2017, pág. 4)**

**“Un atractivo turístico es aquel lugar turístico que produce interés en el visitante sea por su valor cultural exhibido o inherente, significancia histórica, belleza artificial o natural, originalidad, porque es raro, misterioso, o para la diversión y recreación que puede brindar al visitante”. (Villarreal, 2013, pág. 22)**

Ibarra cuenta con diferentes atractivos turísticos, desde; Lagunas, ríos y paisajes con diferentes climas, hasta fiestas y tradiciones diversas y bien marcadas es por eso que aquí se puede realizar diferentes formas de turismo, entre ellas; Turismo rural y comunitario, turismo cultural, turismo de aventura, gastronómico entre otros. Para poder transmitir una mejor información hacia el turista, es conveniente elegir atractivos variados, que permitan al turista mostrar una gama de formas de aprovechar su tiempo de vacaciones.

Ibarra no cuenta con un catastro oficial de atractivos turísticos como naturales y culturales del cantón, por lo que para una correcta selección de atractivos se ha tomado en cuenta cuatro tipologías de turismo; Ecoturismo que estará constituido por los atractivos Naturales, Turismo Comunitario que estará conformado por las parroquias y pueblos rurales del cantón Ibarra, Turismo Cultural el cual se lo plasmara mediante los monumentos principales de Ibarra y sus festividades estrella, además del Turismo Gastronómico el cual estará representado por los platos típicos y gastronomía característica.

Esto nos permitirá identificar de mejor manera el potencial de los atractivos y además poder desgranar y profundizar en atractivos que pudieran ser más exitosos que otros.

### **Atractivos comunitarios**

Parroquia La Esperanza Parroquia Angochagua Parroquia Lita Parroquia La Carolina	Parroquia Ambuquí Parroquia Salinas Parroquia San Antonio
---	---

### **Atractivos comunitarios.**

Laguna Yahuarcocha Rio Lita Rio Mira Rio Chota	Salar de Salinas Cerro Cubilche y su laguna Cerro Imbabura Ecosistemas Varios
---	--

### **Monumentos**

El Obelisco Estaciones del tren Ibarra y Salinas Torreón Colegio Teodoro Gómez. T Baños del Inca. Esquina del Coco  Iglesias San Agustín Santo Domingo	La Catedral Señor del Amor Basilica de La Merced. Parque Pedro Moncayo. Parque Víctor Manuel Peña herrera. Teatro Municipal. Casa de la Ibarreñidad.
---	---

### **Fiestas y tradiciones**

Fiestas del Retorno Casería del zorro Fundación de Ibarra Quema de castillos y la Chamiza	Carnaval de Coangue Baile de negros
--	--

### **Gastronomía**

Arrope de mora Melcochas Tortillas con fritada Helados de Paila	Fritada del Chota Pan de Leche Helados de crema
--	---



### **6.8.1.3. Creación de circuitos, temática, guión.**

### **6.8.1.4. Circuitos.**

**Los circuitos turísticos son vías de conexión y comunicación entre diferentes atractivos turísticos de una zona específica, de esta manera se convierten en un recorrido que permite ver, atractivos naturales o culturales. Los circuitos turísticos pueden ser temáticos, por ejemplo dedicadas a explotar una sola característica importante de una zona determinada. Además estas siguen por lo general un orden que da como resultado un itinerario. (Villarreal, 2013, pág. 43).**

En el caso de esta propuesta se decidió idear circuitos multi-temáticos, lo cual les dará mayor versatilidad en el momento de elección de un turista. Por lo tanto cada circuito será creado para agrado de diferentes tipologías de turistas. Además que tendrán conexión histórica, conexión por área en la mayoría de los casos.

En ellas no solo se recorrerá el cantón Ibarra si no también se dará información importante durante el recorrido; como datos de servicios de hospedajes, transportes, alimentación, actividades, eventos tradicionales, dando inclusive precios y formas de aprovechar tiempo y dinero. Por supuesto también se describirá de una forma amigable el atractivo turístico y se colocará pequeños datos de interés y curiosidades sobre los lugares.

### **6.8.1.5. Breve descripción de los circuitos.**

#### **Circuito 1: “Bordando Tradiciones”**

Parroquias La Esperanza y Angochagua

Atractivo Natural: Cerro Cubilche

Atractivos culturales: Inkawasi, templo del sol e iglesia del Señor del amor, fiestas del retorno, pan de leche, helados de crema

**Circuito 2:** “Biodiversidad”

Parroquias La Carolina y Lita

Atractivo Natural: Río Lita, Laguna Yahuarcocha

Atractivos culturales: Comunidad Awá

**Circuito 3:** “Con sal y son afro Ibarreño”

Parroquias: Salinas y Ambuquí

Atractivo Natural: Salar de Salina, Río Chota

Atractivos culturales: El Obelisco, Estación del tren, Carnaval de Coangue, fritadas de Ambuquí.

**Circuito 4:** “La belleza de un Santo con olor a madera”

Parroquias: San Antonio de Ibarra

Atractivo Natural: Volcán Imbabura

Atractivos culturales: Arte religioso, pintura y escultura de San Antonio de Ibarra, fiestas patronales.

**Circuito 5:** La esencia Ibarreña

Centro histórico de Ibarra

Atractivos Culturales: La catedral, torreón del Colegio T.G.T I, basílica de la merced y su Parque, Parque Pedro Moncayo, esquina del coco, Iglesia San Agustín, Teatro Municipal, casa de la Ibarreñidad, Iglesia de santo domingo, Museo del MINTUR.

Atractivos culturales: C asería del zorro, Fundación de Ibarra,  
Gastronomía: Helados de Paila, Arrope de mora, tortillas con fritada.

**6.8.1.6. Temática**

**La temática es un término con el cual se hace referencia al tema o a la gran variedad de temas y asuntos que caracterizan a un hecho o fenómeno, es decir el fondo y**

**contenido que tendrá la presente guía. El concepto de temática o temático se usa para hacer referencia a situaciones, circunstancias o eventos que se caracterizan por especializarse en algo o por contar con elementos característicos y bien definidos que son, al mismo tiempo, diferenciados por otros de su mismo género, en este caso el turismo. (Definicion.mx, 2010)**

Es así que la temática dentro de la guía audiovisual contara con un presentador que a la vez será un viajero, personificando de esta manera al turista en Ibarra, este tendrá el objetivo de mostrar, cuan fácil puede ser viajar por Ibarra, dando como ejemplo práctico el viaje realizado durante el video y a la vez mostrando, datos sobre transporte, alimentación u hospedaje de una manera amigable.

Cada ruta tendrá un atractivo estrella que en la mayoría de los casos estará representado por las parroquias rurales, además tendrá pequeños puntos de interés donde se explicaran atractivos secundarios, como monumentos fiestas o atractivos naturales, además fuera de la ruta se presentaran pequeños espacios, en donde se brinden datos curiosos, gastronomía u otros datos, que vuelvan a la ruta más interesante y versátil.

#### **6.8.1.7. Guion.**

### **INTRODUCCIÓN.**

Al norte del Ecuador en la región Sierra se sitúa la provincia de Imbabura, la cual alberga uno de los lugares más multifacéticos del país, el cantón Ibarra, allí coexisten varias etnias como la Caranqui, Afro-ecuatoriana o Awá, matizadas con tradiciones únicas y que diferencian y enriquecen a nuestro país y esta zona, así mismo la variedad de pisos climatológicos nos permite, admirar flora y fauna exuberante que realzan la belleza paisajística y natural de este maravilloso cantón.

## CIRCUITO UNO LA ESPERANZA – ANGOCHAHUA

Gráfico 28 Circuito Uno La Esperanza, Angochahua



Fuente: [www.touribarra.gob.ec](http://www.touribarra.gob.ec)  
Editado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015

- Denominación del circuito: “Bordando tradiciones”
- Dificultad del circuito: medio (tracking de 3 horas ida y vuelta en sector Cubilche)
- Tiempo de duración del circuito: 10 horas

El nombre hace elocuencia a la tradición del bordado del pueblo indígena de la parroquia La Esperanza y la comuna de Zuleta, además de poner énfasis en una de las más importantes fechas de Ibarra como es el terremoto de Ibarra y el retorno de sus habitantes, después de la catástrofe.

Gráfico

¿Qué llevar?

- Sombrero o gorra.
- Gafas de sol
- Bloqueador solar
- Ropa abrigada.
- Un poncho de lluvia
- Botas o calzado para alta montaña.
- 2 o 3 botellas de agua que de 2 litros aproximadamente.
- Caramelos
- Pito o silbato: para señalar una situación de peligro o su presencia.
- Por supuesto tu cámara de fotos.

Nuestro recorrido inicia en el terminal terrestre de Ibarra, punto referencial de arribo a la ciudad blanca. El primer sitio a recorrer es Caranqui, ubicada a cinco minutos del centro de Ibarra.

## **Caranqui**

La parroquia Caranqui está ubicada a cinco minutos del centro de Ibarra, es cuna de una de las culturas prehispánicas más importantes de la sierra norte ecuatoriana y una de las parroquias más tradicionales del cantón, en ella se han forjado tradiciones simbólicas de Ibarra y muy interesantes leyendas.

Fue un importante asentamiento de las culturas Carangue e Inca. Símbolo de las etapas más ricas de la historia del Ecuador. Además este es un lugar de asentamiento de los Quitus, Caras e Incas que se resistieron a la

conquista incásica y luego por ser imperio y cuna de nuestro último Shiry Inca Atahualpa. Punto de irradiación de cultura y conquista.

Actualmente es una de las parroquias tradicionales de Ibarra, en ella varias familias se han dedicado a la venta de helados elaborados con fruta fresca, crema de leche y yogurt natural. Además se puede encontrar el tradicional pan de leche, elaborado principalmente con la cuajada, cuyos secretos de preparación se transmiten de generación en generación.

**Gráfico 29** Caranqui helados

Alrededor de la Plaza de Caranqui, existen varios locales, donde sus propietarios ofertan sus productos. Ellos prefieren no revelar el secreto de la elaboración de los helados y tampoco el pan.



Foto: Salvatore Gaibor

## **Templo del sol**

El Templo de Sol es una edificación replica, que estaba hecha a semejanza del palacio del Cusco pero en menor escala, con habitación para las callas, los sacerdotes y del inti; en medio quedaba una plaza pequeña. Era una edificación que ordenó construir Huayna capac luego de vencer y matar al último Shiry Cacha en Jatuntaqui. Posterior al pacto de alianza se une en matrimonio con la Princesa Pacha. En este sitio nace el primogénito Atahualpa.

## **Inkawasi**

Son ruinas arqueológicas de la época precolombina, de acuerdo a varios historiadores se cree que su construcción es de mediados del siglo XIII, y fueron edificadas por lo que fue el imperio Inca, se dice que en este lugar se

realizaba los rituales de baño en el que participaban El Inca Atahualpa y sus 30 mujeres vírgenes. Algunos historiadores afirman que en este mismo lugar se sacrificaban a las mujeres que Atahualpa les consideraba no indispensables. Además Caranqui era una fortaleza muy rica según algunos historiadores y fue saqueada por Sebastián de Benalcázar en su primera expedición hacia el Norte de Quito.

### **El santuario del señor del amor y sus fiestas**

**Gráfico 30** Templo del sol

Está ubicado en Caranqui, se levanta sobre los mismos cimientos del Templo del Sol que adoraban los Incas y fue construida por el padre Pedro Bedón, superior de los dominicos, en el año de 1615. A partir de 1940 los herederos de Teodoro Gómez de la Torre apoyaron económicamente para la construcción de la



iglesia, junto con sus

Foto: <http://ec.geoview.info>

ampliaciones. La nueva edificación data de 1980 y se concluye en 1990.

De estilo ecléctico tradicional greco romano está en buen estado de conservación, Tiene una réplica del antiguo Señor del Amor que reposa en el altar mayor, el cual fue trabajado en estilo barroco y dorado en pan de oro.

Es famoso el cuadro del infierno que tiene en su interior. Es de una sola nave con forma de cruz latina. En su interior, el altar es de estilo gótico y barroco.

## La Esperanza

Se ubica a 22 minutos del centro de Ibarra, su característica principal es que en ella aún se asientan y conviven indígenas descendientes de la cultura Caranqui. Sus habitantes se dedican al bordado artesanal de prendas de vestir indígenas,

además del cuidado del ganado y

actividades agrícolas. En cuanto a su clima y ambiente se puede acotar que se encuentra a 2500 msnm lo que da un clima más fresco que el de la cabecera cantonal. En la actualidad es un polo de desarrollo de turismo comunitario.

La Esperanza es una de las grandes protagonistas de “El Retorno” Día y festividad insigne de los Ibarreños, puesto que fue en este sitio donde se refugiaron los pocos sobrevivientes del terremoto de 1872, cuando Ibarra quedó en escombros. Durante algunos años ese lugar se transformó en el centro de operaciones y administración del cabildo de Ibarra por lo que su importancia histórica para el cantón es real.

## Talabartería

Uno de los trabajos tradicionales de la esperanza es la talabartería, actividad cuyo fin es trabajar el cuero. Uno de los talleres más representativos es talabartería Obando, quienes se dedican a la confección de las monturas, sin

**Gráfico 31** La Esperanza



Foto: Salvatore Gaibor.

**Gráfico 32** Talabartería



Foto: [www.elpotrero.mx](http://www.elpotrero.mx).



embargo, este trabajo no solamente se limita a la fabricación de monturas en todos los tipos y precios, sino que busca nuevas alternativas de artículos como zamarros para el baile de los Sanjuaneros, correas, collares de cuero y toda una gama de elementos para la hípica.

### **Cubilche.**

Una de las joyas naturales con las que cuenta Ibarra es el cerro Cubilche. Esta elevación de poco más de 3800 msnm conserva el espíritu de paz y tranquilidad que todo turista busca en Ibarra.



**Gráfico 33** Talabartería

Al ascender lo que más impacta es el paisaje rodeado de un pajonal casi interminable, de hecho desde este mirador se observan poblaciones como: Otavalo, e Ibarra, Además se puede divisar, elevaciones como el imponente Imbabura, el Fuya Fuya, o la Cordillera de Angochagua y por supuesto lagunas como la de Yahuarcocha y San Pablo

Foto: <https://www.google.com.ec>

### **Zuleta**

Pertenece a la parroquia Angochagua y posiblemente los primeros pobladores de este hermoso territorio fueron los Caranqui, quienes habitaron la zona desde los años 800 hasta aproximadamente el año 1470 D.C., cuando arribaron los Incas.



**Gráfico 34** Zuleta

Foto: [www.touribarra.gob.ec](http://www.touribarra.gob.ec)

En 1898 la familia de los ex presidentes ecuatorianos Leónidas Plaza y Galo Plaza Lasso, compró los terrenos, llevando con ellos a sus “Yanapas” o colaboradores, quienes eran indígenas movilizados de sus comunidades de origen a Zuleta, para trabajar en la hacienda. La primera familia se asienta a orillas del río Tahuando en el año de 1917. Posteriormente hacia el norte se registran los asentamientos mestizos y hacia el sur los asentamientos indígenas.

En la actualidad Zuleta engalana con sus bordados una gran variedad de productos como manteles, paneras, servilletas, tapetes, porta vasos, camisas, vestidos, etc. El bordado además de ser una actividad económica para las mujeres de Zuleta, es la expresión visual del sentimiento y la identidad zuleteña. Los dibujos, elaborados por expertas manos, reflejan la riqueza de un mundo que no solo es el que hoy miramos con nuestros ojos; sino que recoge, en una espiral infinita, la cosmovisión campesina sobre un mundo que solo se puede entender con el alma.

El proceso de confección de un bordado es arduo, Los productos son exclusivos y originales, la calidad de los trabajos habla por si sola, las formas y los colores son abstraídos de la naturaleza que rodea a la comuna como por ejemplo la flor de ñacha que crece en todos los campos de Zuleta y es muy popular en los bordados.

## **LUGARES DE INTERES**

Emprendedores turísticos la magdalena.

UBICACIÓN: Parroquia de Angochagua Comuna la Magdalena

SERVICIOS: Turismo comunitario / albergues / guías / cabalgatas/ recorridos en bicicleta

CONTACTO: Sr. Celso Molina Telf. Celular: 0999493135

### **Zuleta inolvidable**

UBICACIÓN: Parroquia de Angochagua Comuna Zuleta

SERVICIOS: Circuitos, recorridos, Turismo comunitario

CONTACTO: Sr. Felipe Escola Telf: 026 003207 - Telf. Celular: 0983582274  
E-mail: operaciones@pachaquilla.com

### **Hospedaje Carmita**

UBICACIÓN: Parroquia de Angochagua Comuna Zuleta

SERVICIOS: Hospedaje, gastronomía local, vista panorámica de la zona

CONTACTO: Sra. Carmen Colimba Telf: 062 662176 - Telf. Celular:  
0989921847

### **Talabartería obando**

UBICACIÓN: Parroquia la Esperanza.

SERVICIOS: Taller demostrativo de talabartería. Elaboración de monturas, bolsos, cinturones  
CONTACTOS: Sr. Luis Obando Telf. 062 660232- Telf. celular: 0991162097.

### **Ñukanchi kawsay native travel**

UBICACIÓN: Chirihuasi – Parroquia La Esperanza

SERVICIOS: Turismo comunitario, agroturismo, caminatas guiadas al Imbabura, alojamiento comunitario, gastronomía típica, programas de voluntariado turismo comunitario, alojamiento, convivencia familiar, alimentación, cabalgatas.

CONTACTOS: Sr. Elvis Túquerrez Telf: 06 2 660366 - Telf. celular: 0988666594 E-mail: tuelvis\_cocho@hotmail.com Facebook: Ñukanchi Kawsay.

## CIRCUITO 2 LITA – LA CAROLINA

Gráfico 35 Lita, La Carolina



Fuente: [www.touribarra.gob.ec](http://www.touribarra.gob.ec)  
Editado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015

- Denominación del circuito: “La histórica Yahuarcocha y el verdor Ibarreño”
- Dificultad del circuito: fácil (tracking en el sector de la Carolina)
- Tiempo de duración del circuito: 10 horas

El nombre hace elocuencia al verdor del paisaje del sector de Lita y la carolina, además de la gran variedad de flora y fauna existente en el lugar. Además de la importancia histórica de la laguna de Yahuarcocha.

¿Qué llevar?

- Sombrero o gorra.
- Gafas de sol
- Bloqueador solar
- Ropa ligera
- Repelente de insectos
- Calzado para caminata en sector húmedo.
- 2 o 3 botellas de agua que sumen de 2 litros aproximadamente.
- Pito o silbato: para señalar una situación de peligro o su presencia.
- Por supuesto tu cámara de fotos

Nuestro recorrido inicia esta vez en Yahuarcocha, puerta de entrada del sector norte de la ciudad, además de ser uno de los atractivos turísticos más cercanos al sector urbano y punto tradicional de historia, gastronomía y distracción de los Ibarreños.

## **Yahuarcocha**

Yahuarcocha es una Laguna de origen glacial, es un lugar mítico para el Ibarreño y sobre todo lleno de historia y leyendas, se sitúa a apenas 3 kilómetros del casco urbano. En lengua aborigen Yahuarcocha significa Lago de Sangre, porque aquí se llevó a cabo la batalla entre Incas y Caranqui.

**Gráfico 36** Yahuarcocha



Foto: <http://www.rutaviva.com/rutas-turisticas-ecuador>

Yahuarcocha tiene una temperatura de 16 grados, además de estar ubicada a 2201 msnm. Tiene una antigüedad de 12.000 años, una profundidad de 7 metros con un ancho de 2.2. Kilómetros y solo 1.8 kilómetros de largo.

En cuanto a su paisaje esta laguna está rodeada de elevaciones, los cuales se transforman en hermosos miradores no solo de la laguna sino también de la ciudad. En las orillas de la laguna se han construido sitios para recreación infantil, además se pueden realizar diferentes actividades entre ellas; paseos en canoa, motos acuáticas, competencias de natación. Además se puede realizar caminatas o ciclismo mientras se disfruta de un paisaje único.

En cuanto al ámbito histórico, la laguna fue testigo de una de las batallas precolombinas más importantes del Ecuador antiguo, pues aquí se enfrentaron las tropas del ejército Caranqui e Inca. El Sapa Inca Huayna Cápac sometió a varias tribus del Ecuador, mientras el pueblo Caranqui trataba de impedir la sumisión de su pueblo, es así que se produce la batalla, en donde varios historiadores aseguran que los muertos se contaban por miles, un dato curioso es que durante la batalla se arrojaron los cuerpos y cabezas de los ya derrotados Caranqui a la laguna, provocando que esta se tornase roja, es así que cambia el nombre de Caranquicocha a Yahuarcocha.

### **Autódromo José Tobar Tobar.**

Es un autódromo edificado durante los años 60 Fue construido durante la década de 1960 y se lo nombra Internacional desde 1976 ya que en aquellos años comienzan a competir en el pilotos de países de Colombia y Perú.

Esta es la principal pista de ensayo y de competencia para automóviles, motos y cabezales en Ecuador y por ende tiene una gran importancia dentro del mundo motor en nuestro país. Está fraccionado en dos secciones principales: la pista grande que rodea la laguna de Yahuarcocha y cuenta

con 10 Km, y el Anexo N° 2 “José Tobar Tobar mide 3.7 Km el cual posee por ejemplo; zonas de pits, tribunas, torre de control, entre otras cosas que hacen de este autódromo una verdadera joya de construcción y automovilismo.

### **Mirador San Miguel Arcángel**

Debido a que Ibarra fue fundada por Miguel de Ibarra, presidente de la real audiencia de ese entonces, la ciudad tiene como patrono y principal figura religiosa a

**Gráfico 37** Mirador San Miguel Arcángel



San Miguel

Foto: <http://www.dronestagr.am/>

Arcángel. Ibarra ha hecho suyo a este personaje, el cual se ha convertido en uno de los signos más evidentes de la Ibarreñidad, llegando a construir distintos monumentos, citando como ejemplo el del redondel de Ajavi, sin embargo el más significativo e imponente es el Mirador de San Miguel Arcángel, ubicado a 3 1/2 km. del centro de la ciudad de Ibarra, allí es posible deleitarse de una estupenda vista de la Laguna de Yahuarcocha y de toda la ciudad, se sitúa a unos 2402 m.s.n.m.

Este sitio es un mirador natural desde donde se tiene una excelente vista de la ciudad de Ibarra y sus alrededores como San Antonio de Ibarra, La Esperanza, lomas de Azaya, Loma de Guayabillas, Yuracruz y elevaciones como el Imbabura, Cubilche, Curro, Cotacachi, entre otras.



## La Carolina

Es una de las parroquias rurales de Ibarra este Lugar está lleno de paz y tranquilidad pues se ubica en un valle subtropical al descender los Andes Imbabureños, aquí existe una variada flora y se producen frutas tropicales.

**Gráfico 38** La Carolina



**Foto:** Salvatore Gaibor

La Carolina ostenta un potencial turístico extraordinario que intenta a tomar fuerza ahora, por la ejecución de proyectos turísticos por parte de sus habitantes. Las personas que aquí llegan pueden encontrar alojamiento comunitario y emprendimientos turísticos familiares, muchas de ellas hacen de sus propiedades pequeños lugares de hospedaje y restauración, además ellos brindan la posibilidad de realizar actividades entorno a la naturaleza como tracking, deportes extremos, montar a caballo o simplemente participar de las actividades diarias del campo, disfrutando del paisaje, el clima y la buena compañía mientras se aprende a convivir como las personas de este lugar.

En este lugar no existe mucho movimiento de personas por lo que se convierte en un lugar idóneo para alejarse del ruido y estrés de la ciudad. La cabecera parroquial es un pequeño asentamiento de pocas familias, cuya principal actividad económica es la agricultura.



## Lita

Gráfico 39 Lita



Foto: El Comercio Ecuador

En esta parroquia, situada a 95 Km. al noroccidente de Ibarra, en Imbabura, llegar toma cerca de dos horas en automóvil. En este hermoso sector con una de las mejores biodiversidades del Ecuador se realizan actividades de turismo

vivencial compartiendo con sus pobladores las técnicas ancestrales de cultivo, otras en fincas integrales, se puede disfrutar de platos típicos elaborados con productos cultivados de la región.

Si hay algo por lo que se caracteriza Lita es por ser una zona en donde los ríos conviven con la comunidad, y es que aquí cruzan ríos como el Mira, Lita, Chuchuví, el Baboso, además de vertientes de menor tamaño pero con la misma belleza de un lugar aún intrínseco, el sonido de las aguas de los afluentes se convierte en un canto de arrullo, tanto para el visitante como población local. Estos ríos producen una sensación de armonía y convierten al lugar en un bosque subtropical lleno de flora y fauna única.

La temperatura promedio es de 25 grados centígrados. La geografía con la que cuenta este lugar es ideal para los turistas que gustan del contacto con la naturaleza. A más de los ríos se puede disfrutar de cascadas, senderos para caminatas y visitar los emprendimientos de turismo comunitario que existen en la región.

Los ríos, como el Lita, se han convertido en los destinos preferidos de los aventureros que gustan del ecoturismo, pues hay varias ofertas para los visitantes. A lo largo de la ruta por ejemplo, se puede observar cómo cambia

el paisaje agrícola, desde los sembríos de fréjol y caña de azúcar hasta las parcelas de piñas, naranjas o papayas. A la orilla del camino hay kioscos que ofrecen frutas tropicales a los viajeros. En el final del trayecto se encuentra la colorida Lita, en el centro poblado habitan tres mil personas aproximadamente. La mayoría son campesinos que alternan las actividades agrícolas con ofertas de hospedaje, alimentación y recreación de los visitantes.

**Gráfico 40** Orquídea

El Santuario es el nombre de un Orquideareo ubicado en la comunidad de Santa Rita, a 6 Km, de Lita, allí el visitante puede observar y disfrutar de alrededor de 500 variaciones de orquídeas, antirios o calabrios, que

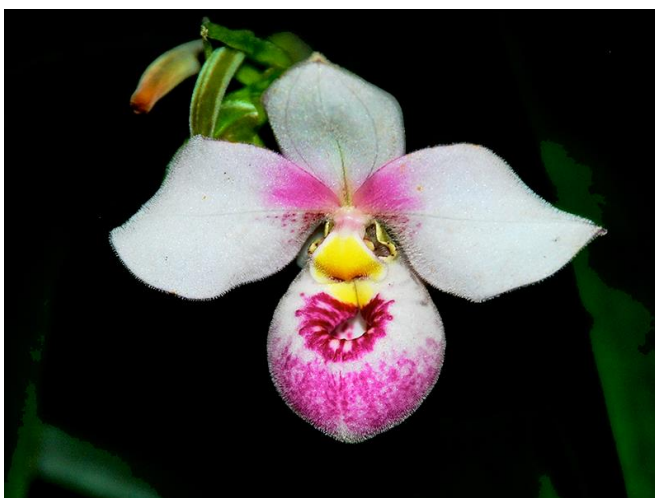


Foto: Salvatore Gaibor

exponen hermosos colores

formas y tamaños, muchas de esas plantas son endémicas del lugar sin embargo la colección cuenta con plantas de distintos puntos del país y del mundo, recolectarlas durante algo más de cinco años.

Otro atractivo es el bosque de frutas tropicales de Palo Amarillo. Hay árboles de productos exóticos como el yafrí, borojón, arazá, madroño, uva de árbol... que comparten espacios con las matas de piña, sandías, naranja, limas. El recorrido dura dos horas. Además existen algunas hosterías, cabañas y pensiones que tiene capacidad para acoger a 100 personas. También hay infinidad de restaurantes que ofrecen comida variada.

También hay nuevas ofertas para el turista como una mariposario en Guadual y lugares para la pesca deportiva. Sin embargo, los lugares más concurridos durante los fines de semana y vacaciones son los ríos y cascadas, en donde chicos y grandes se divierten.

## **LUGARES DE INTERÉS**

### **Finca agro turística los robles.**

UBICACIÓN: Parroquia Lita a 82 km. de Ibarra 01h10 min., Comunidad Cachaco.

SERVICIOS: Caminatas guiadas por senderos, pesca deportiva, gastronomía local, alojamiento

CONTACTO: Sra. Rebeca Muñoz Telf. 06 63016718 - Telf. Celular. 0991950261 / 0991950286

### **Finca agro turística las playas del río.**

UBICACIÓN: Parroquia Lita a 82 km. de Ibarra 1h15 minutos, Comunidad Cachaco

SERVICIOS: Caminatas por senderos, alimentación, canchas deportivas

CONTACTO: Sra. Victoria Muñoz Telf: 06 3016719

### **Oruidiario El Santuario.**

UBICACIÓN: Parroquia Lita Comunidad Santa Rita

SERVICIOS: Recorrido en orquideario, viveros frutales y plantas endémicas

CONTACTO: Sra. Patricia Pabón Telf. celular: 0991362267 / 0985508302

### **Artesanías David**

UBICACIÓN: Parroquia Lita a 79 km. de la ciudad de Ibarra Comunidad Parambas

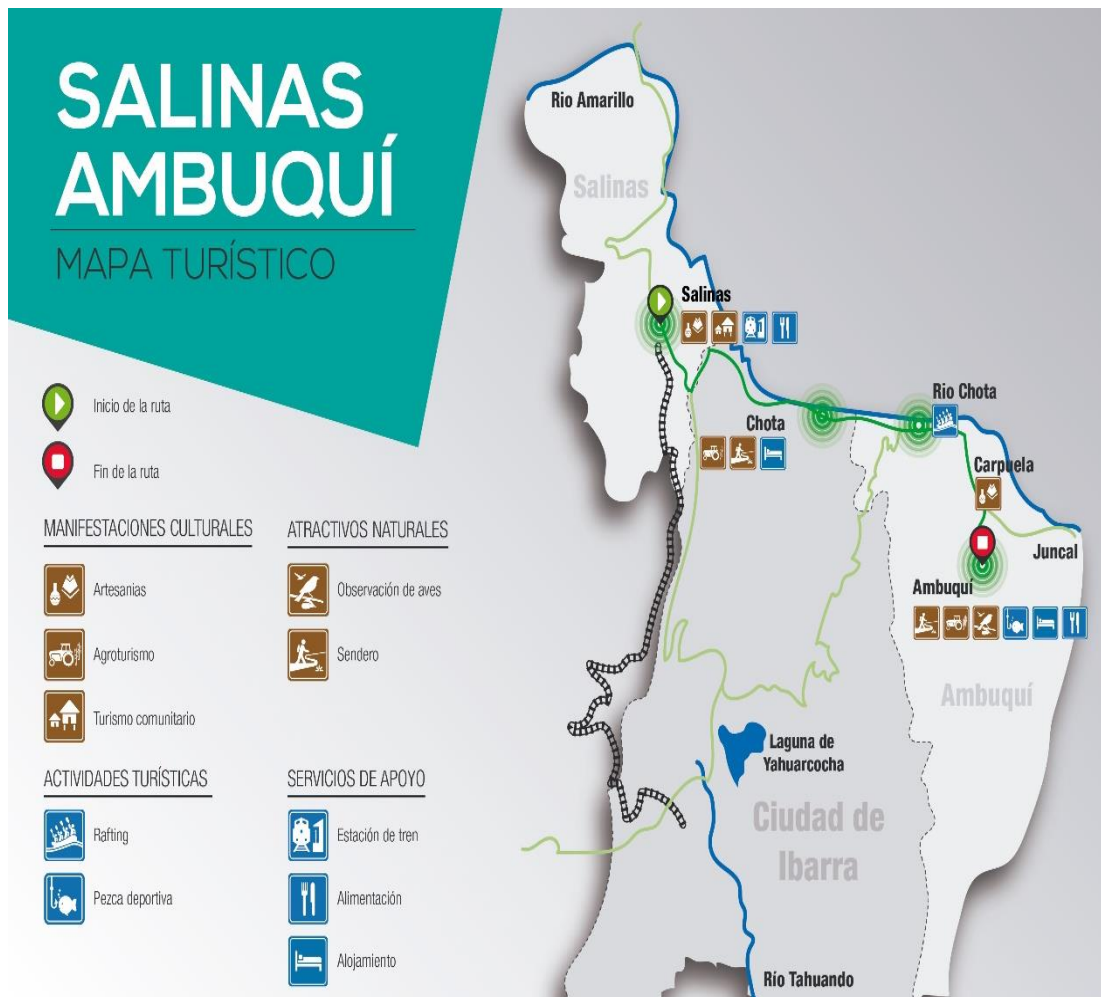
SERVICIOS: Venta de artesanías elaboradas en cabuya y caña guadua

CONTACTO: Sra. Marina Itaz

Telf. 06 3012237

## CIRCUITO TRES SALINAS – AMBUQUI

**Gráfico 41** Circuito tres, Salinas - Ambuqui



Fuente: [www.touribarra.gob.ec](http://www.touribarra.gob.ec)  
 Editado por: Salvatore Gaibor.  
 Fecha: 28 de mayo de 2015

- Denominación del circuito: “ Con sal y sol Afro- Ibarreño”
- Dificultad del circuito: Fácil – Medio (personas que realizan Rafting)
- Tiempo de duración de la ruta: 8 horas

El nombre hace elocuencia al nivel salino de la zona pero también de la picardía y alegría de sus habitantes, además del clima veraniego con el que cuenta este Hermoso valle, en donde la mayoría de sus habitantes son descendientes africanos.

¿Qué llevar?

- Sombrero o gorra.
- Gafas de sol
- Bloqueador solar
- Ropa ligera
- de insectos
- 2 o 3 botellas de agua que sumen de 2 litros aproximadamente.
- Por supuesto tu cámara de fotos

### **Obelisco de la estación**

El obelisco es el monumento emblema de la ciudad de Ibarra, es un una construcción basada en principalmente en los diseños de monumentos egipcios de hace siglos, es un monumento

pétreo que cuenta con 4 lados desde la base y que

termina en una puna de pirámide en la parte superior y se lo erigió para conmemorar la fundación de Ibarra, su construcción data del año 1949. Este monumento es una de las obras más representativas de los ibarreños, pues su figura no sólo que representa la identidad de sus habitantes, sino que se ha convertido en un ícono del orgullo de la ciudad

**Gráfico 42** Obelisco de la estación



Foto: <http://www.fotopaíses.com>

Las esculturas de Don Miguel de Ibarra y del Capitán Cristóbal de Troya fueron encargadas al profesor José María Ayabaca. Este distinguido maestro y escultor logró esculpir al bronce con extraordinaria perfección las figuras de tan célebres personajes que dieron nombre y lustre a San Miguel de Ibarra.

### **Estación del tren Ibarra**

Esta estación de Tren es una de las tantas edificadas por la construcción del ferrocarril del Presidente Eloy Alfaro, aunque data recién del año 1950, es la más importante estación durante el recorrido Quito – San Lorenzo y durante el año 2011 se sometió a una restauración total, que dejó como resultado, un nuevo punto para visitar en Ibarra.

Cuenta con un punto de información turística, agencia de correos, plaza artesanal, cafetería y sala de exposiciones. De aquí parte el recorrido Ibarra – Salinas (1,5 horas), que incluye una visita al Museo de la Sal y en donde durante el viaje uno puede presenciar maravillosos y agrestes paisajes áridos, al bordo de un tren de lujo, nominado varias veces al ser el mejor tren turístico de Sudamérica

### **Salinas**

Llamado también como Valle de Salinas pues durante años fue uno de los principales lugares de extracción de sal sobre todo e la época colonial. Aquí la población descendiente de africanos predomina por lo que el pequeño lugar se vuelve un inquieto, alegre y movido poblado, sus habitantes siempre están dispuestos a sacar una sonrisa a cualquier visitante. Además ellos ofrecen a los turistas y visitantes algunos servicios complementarios tradicionales de la zona como: hospedaje, comida tradicional y por supuesto música bomba, sonido característico y tradicional del pueblo Afro- Ibarreño.

**Gráfico 43** Estación Salinas



Foto: <http://www.youtube.com/>

que interpretan las canciones se llama así, también el Baile de la Botella, el cual es una danza en pareja en el cual la mujer lleva una botella en la cabeza con perfecto equilibrio y sin perder la armonía y el movimiento. Además de la diversión y distracción musical en el museo de la estación se puede aprender sobre cómo era la extracción de sal hace muchos años, y también empaparse más sobre lo que significa ser un afro ecuatoriano conociendo la historia desde la etapa en la cual fueron esclavos, hasta nuestros tiempos y los logros que se alcanzaron como cultura representativa de Ibarra y el País.

Su clima más bien es templado seco y la temperatura puede variar entre los 15 a 20 grados, aunque en ocasiones la temperatura puede elevarse aún más sobre todo en verano. Salinas se ubicaba en los alrededores de la antigua hacienda San Clemente que era una de las más grandes de la región, razón por la cual los moradores y las autoridades tenían un estrecho vínculo.

La hacienda perteneció a los Agustinos durante la época colonial, sin embargo durante la vida republicana en el siglo XIX tuvo problemas paso a distintas manos durante algún tiempo, sin embargo, conociendo que la señora Catalina Rankil, esposa de Nicolás de Grijalva quien trajo negros jamaquinos por vez primera a la región en calidad de esclavos, donó a favor del pueblo una extensión de cincuenta cuabras para que se edifique un



pequeño poblado el cual básicamente ya existía y estaba conformado casi por completo por descendientes de trabajadores afro.

## Ambuquí

Ambuquí es otro de los pequeños pueblecitos de situados en la olla del Chota y por supuesto también cuenta con raíces y genética africana, los paisajes se caracterizan por vastas extensiones de cultivos de caña se azúcar, así como de elevaciones áridas. Su clima cálido seco, mantiene las características de un Valle interandino con temperaturas que en verano pueden ser realmente hostiles, con temperaturas que pueden llegar a los 28 grados.

Su clima permite el cultivo de frutos poco tradicionales para un turista, como por ejemplo; el Ovo, la Tuna además de granos como el frejol y sus diferentes variaciones. A la entrada de Ambuquí muy atrayente a la vista, podemos encontrar una formación rocosa similar a una mujer dormida.

**Gráfico 44** Ambuquí

Durante los últimos años varias familias han optado por cultivar esfuerzos en la rama del turismo y actualmente son varias las familias que ofrecen al turista alojamiento y



Foto: Salvatore Gaibor

alimentación, además la oportunidad de compartir su vida cotidiana con la preparación de platos típicos de la zona, recorridos por áreas naturales y visitas a los talleres artesanales del lugar. Los visitantes pueden aprender a realizar manualidades y artesanías como una forma de realizar turismo vivencial. Sin embargo el punto fuerte si a turismo nos referimos son los balnearios, pues aquí existe más de uno, su clima seco y cálido, hace que se



apto para la edificación de estos establecimientos que son muy visitados por personas del mismo cantón hasta extranjeros.

## Rio chota

El rio Chota es quizá el rio más importante de Ibarra y uno de los más grandes de Imbabura y atraviesa precisamente el caluroso Valle del Chota, su particularidad es que es uno de los pocos lugares donde la vegetación puede crecer verde, pues las montañas cercanas hacen contraste con una sequía casi eterna.

Gráfico 45 Rio chota



Foto: <http://codespa-ineco.blogspot.com/>

Las cualidades que posee este rio le permiten que sea posible realizar varios deportes extremos acuáticos como el rafting o el boya cross, deportes que acompañados con el clima cálido y la adrenalina llaman la atención de turistas amantes de la naturaleza y el peligro.

## **LUGARES DE INTERES**

### **Hospedería comunitaria doña Evita.**

UBICACIÓN: Parroquia de Ambuquí, Comunidad de El Chota, a 29 km. de la ciudad de Ibarra.

SERVICIOS: Hospedaje, convivencia familiar y gastronomía típica del pueblo afro ecuatoriano, recorrido por las comunidades de la cuenca del río Chota y noche cultural afrochoteña.

CONTACTO: Sra. Eva Lara Telf.: 06 2562028 - Telf. celular: 0969433359

### **Asociación de turismo y cultura afroecuatoriana "aroma caliente".**

UBICACIÓN: Parroquia de Ambuquí Comunidad del Juncal, junto a la Fundación Agustín Delgado.

SERVICIOS: Gastronomía típica, artesanía, alojamiento comunitario, música y danza afro, peinados afro.

CONTACTO: Sr. Fabio Lázaro / Sra. Olga Palacios Telf: 06 2673219 - Telf. celular: 0981249546 /0986737853 E-mail: olraelizabetho@gmail.com

### **Artesanías Gartán.**

UBICACIÓN: Parroquia Ambuquí Comunidad de Carpuela a 50 metros del Jardín de infantes de la comunidad.

SERVICIOS: guía por la comunidad, elaboración de artesanías de barro: máscaras y representaciones afro.

CONTACTO: Sr. Oswaldo Espinoza Telf. celular: 0997281319 / 0999187391

### **Tiendas Coangue.**

UBICACIÓN: Parroquia Ambuquí Comunidad de Carpuela frente al Colegio.

SERVICIOS: Taller artesanal demostrativo, artesanía en barro: máscaras, representaciones afro.

CONTACTO: Sr. Patricio Bernardo Telf. Celular: 0994262988 / 0994312400

### **Museo de sal.**

UBICACIÓN: Parroquia de Salinas Vía principal Ibarra San Lorenzo, frente al destacamento de Policía de Salinas.

SERVICIOS: Elaboración y muestra de pipas de la sal.  
CONTACTO: Sr. Anderson Maldonado Telf. 06 2665068 - Telf. celular:  
0997182776

**Sala de etnografía.**

UBICACIÓN: Vía principal Ibarra San Lorenzo, frente al destacamento de  
Policía de Salinas.

SERVICIOS: Historia del pueblo afro descendiente.  
CONTACTO: Sr. Anderson Maldonado Telf. 06 2665068 - Telf. celular:  
0997182776

**Plaza artesanal**

UBICACIÓN: Estación del Tren.

SERVICIOS: Exposición artesanal de 10 emprendedores comunitarios que  
ofrecen: artesanías en cerámica (arcilla), tela, semillas, papel reciclado y  
agroindustrias.

HORARIOS DE ATENCIÓN: viernes a domingo 11h00 a 15h00  
CONTACTO: Srta. María Lastra Telf. celular: 0989014085

## CIRCUITO 4

### SAN ANTONIO DE IBARRA

Gráfico 46 Circuito cuatro, San Antonio de Ibarra



Fuente: [www.touribarra.gob.ec](http://www.touribarra.gob.ec)  
Editado por: Salvatore Gaibor.  
Fecha: 28 de mayo de 2015

- Denominación del circuito: “El arte de trabajar la madera a los pies de un Volcán”
- Dificultad del circuito: Fácil – medio, recorrido por zona urbana y tracking en el volcán Imbabura
- Tiempo de duración del circuito: 8 horas.

El circuito fue denominado de esa manera pues enfatiza la actividad principal de una parroquia llena de historia, arte y cultura en el Imbabura, además de enfatizar la calidad del trabajo artesanal que allí existe, y su convivencia cercana con el Volcán Imbabura.

¿Qué llevar?

- Sombrero o gorra.
- Gafas de sol
- Bloqueador solar
- Ropa abrigada
- Repelente de insectos
- Zapatos ligeros y zapatos de montaña
- Por supuesto tu cámara de fotos.
- Caramelos.

## Volcán Imbabura

**Gráfico 47** Volcán Imbabura



Foto: Alex Godoy

Este recorrido inicia con una pequeña ascensión al Volcán Imbabura También llamado Taita, es el volcán más conocido y símbolo de identidad de los imbabureños, si bien su ascensión se la puede realizar por casi cualquiera de los lados en los que se encuentran regados los poblados, es por San Antonio por donde se tiene la mejor vista, puesto que se alcanzan a divisar ciudades como Otavalo Ibarra, Atuntaqui y por supuesto San Antonio.

Es un volcán con mucha identidad, de hecho durante el transcurso de las tradiciones orales se lo a personificado tanto así que el taita, o papa en lengua quichua es esposo de la Mama Cotacachi, esta pareja cuenta hijos como el Yanahurco y Piñan., lo cual hace que este volcán se convierta no solo en un atractivo más de Imbabura e Ibarra si no en un símbolo de identidad provincial

La caminata o tracking dura aproximadamente 5 horas ida y regreso pues se asciende a más de 4630 m.s.n.m. este es un volcán apagado y es posible apreciarlo en toda la provincia de Imbabura, en gran parte del Carchi y el norte de Pichincha.

El ascenso al volcán no requiere de conocimientos extraordinarios en andinismo, pero si se trata de un esfuerzo físico un tanto fuerte, pero definitivamente ese esfuerzo valdrá la pena

## San Antonio

**Gráfico 48** San Antonio



San Antonio es la Parroquia rural más grande del Cantón Ibarra, se sitúa apenas a 5 kilómetros de la cabecera cantonal, además que es la capital de la escultura y pintura en



Imbabura y el Ecuador. Este poblado fue fundado en 1693 y cuenta con 15 000 habitantes aproximadamente.

La artesanía, la pintura y la escultura son la expresión cultural más importante en San Antonio de Ibarra, pues en 1980 se construye el Instituto de artes plásticas “Daniel Reyes”, aquí se enseña a futuros artistas técnicas de escultura y pintura y tallado.

**Gráfico 49** Artesanía

Hoy en día los habitantes de San Antonio resaltan y dan a conocer todo ese amor y pasión que llevan por su trabajo, atreves de grandiosas piezas de arte que se expones y son apreciadas tanto dentro como fuera del Ecuador.



Foto: <http://www.ec.viajandox.com/>

Estos artistas esculpen sobre todo figuras religiosas al puro estilo de la escuela Quiteña de hace siglos, sin embargo no se deja de apreciar muebles, esculturas clásicas, animales, jarrones, estatuas, y todo tipo de adornos para el hogar. Es por eso que la economía en San Antonio de Ibarra está sustentada en gran parte por el turismo que desata la producción artesanal en madera, que con recursos naturales crean maravillosas esculturas. Asimismo cuenta con una gran riqueza paisajística, de flora y fauna, recursos culturales e históricos que se reflejan en la vocación artística y artesanal de sus habitantes.

### **Iglesia Nuestra señora de las Lajas.**

La Iglesia fue construida durante la época de la colonia española, en un inicio fue una pequeña construcción de adobe con cubierta de paja, luego del terremoto de Ibarra fue destruida y se la volvió a edificar hasta 1930 con la fachada que posee actualmente.

**Gráfico 50** Iglesia Nuestra señora de las Lajas.



Foto: Salvatore Gaibor

Conserva un estilo colonial ecléctico tradicional aun cuando fue reconstruida ya en la época republicana.

Cuenta con una sola nave en forma de cruz latina y en su interior se puede apreciar varias obras de arte de escultores y pintores autóctonos de Ibarra como

Daniel reyes, entre las piezas más destacadas se encuentran; un cristo en agonía, la virgen del Carmen, y un señor resucitado, la mayoría de las obras pertenecen al siglo XIX y XX.

### **Fiestas de fundación de San Antonio**

La fiesta insigne de esta parroquia es la fiesta de fundación son varios eventos sociales, culturales, deportivos y gastronómicos, los que acompañan estas festividades de San Antonio de Ibarra como; Desfiles cívicos en los que participan estudiantes de primaria y secundaria, comparsas y otras manifestaciones alusivas a la historia y tradiciones locales. Las fiestas se las realizan durante el mes de mayo y julio

**Gráfico 51** Fiestas de fundación de San Antonio



Foto: <http://pirotecniamosaicotultepequense.blogspot.com/>

Entre las actividades culturales más curiosas esta la quema de los castillos que son actividades que conllevan baile y juegos artificiales en una torre hecha con carrizos la cual es una



especie de bamboo autóctona de la región, además también la quema chamiza, la cual es básicamente quemar arbustos para formar una hoguera grande, es una fiesta con mestizaje indio y español y el fuego grande resultado de la quema de la chamiza, simboliza al sol. Hay otras narraciones que admiten que el nacimiento del acarreo y la quema de la chamiza surgió en los encuentros de amigos, para amenizar las conversaciones en horas de la noche y poder abrigarse, prendían el fuego con las malezas que eran encontradas cerca de donde estaban. Aunque otros relatan que nació la tradición en el campo, ya que los productores agrícolas utilizaban el fuego para controlar las heladas.

Una versión también comenta que ya con la evangelización los ancestros hacían, con el calor, rituales con las imágenes religiosas. Actualmente, esta actividad permanece como una tradición de

**Gráfico 52** Rituales



Foto: [www.noticias.anotao.com](http://www.noticias.anotao.com)

varios pueblos, en donde se muestra la confraternidad, la minga, la unión, a pesar de no tener a ciencia cierta conocimiento sobre su aparición.

También podemos destacar al denominado albazo; es una especie de fiesta y serenata al mismo tiempo con bandas de pueblo, contiene un ritmo bastante alegre y criollo con fusión de lo indígena y español, generalmente siempre hay una guitarra y requinto dentro de la banda.

### **Tortillas con fritada.**

Si bien la fritada es un plato tradicional de algunas ciudades del Ecuador y en especial las de Imbabura, las de Ibarra tienen su estilo propio. Este

plato fuerte es uno de los más apetecidos por propios y extraños en la ciudad.

**Gráfico 53** Tortillas con fritada



**Foto:** Cocina de lulu: Recetas de comida

Se trata básicamente de cortes de carne de cerdo cosidos en agua sal ajo y cebolla blanca, acompañados de puré de papa frito en forma de tortilla, curtido (ensalada de cebolla y tomate), aguacate, maíz tostado y mote (variante del maíz) entre otros ingredientes, que varían de un lugar a otro su preparación se la hace al fuego de paila con agua.

Este plato es una fusión de costumbres de lo español e indígena creando un mestizaje gastronómico, que antoja a propios y extraños.

## CIRCUITO 5 CENTRO HISTORICO IBARRA.

**Gráfico 54** Circuito cinco, Centro Histórico de Ibarra



Fuente: www.touribarra.gob.ec.  
Fecha: 28 de mayo de 2015

- Denominación del circuito: “Recorriendo la esencia Ibarreña”
- Dificultad del circuito: fácil (recorrido por zona urbana)
- Tiempo de duración del circuito: 8 horas

El circuito representa principalmente la historia y tradición que poseen los monumentos y construcciones arquitectónicas de la ciudad de Ibarra además de las costumbres y fiestas que cuentan precisamente con la esencia misma del Ibarreño

¿Qué llevar?

- Sombrero o gorra.
- Gafas de sol
- Bloqueador solar
- Ropa ligera
- Repelente de insectos
- Zapatos ligeros
- Por supuesto tu cámara de fotos
- Esquina del Coco

La esquina del coco es una pequeña postal histórica y cultural de Ibarra, tradicional esquina que transporta al visitante al pasado. Actualmente es un icono de la ciudad blanca pues su presencia en Ibarra data de finales del siglo XIX.

Se la conoce como esquina del coco precisamente porque allí se encuentra un palmera de este fruto y es desde este punto que el entonces Presidente García Moreno trazo las líneas de lo que después sería las nuevas calles de la reconstruida ciudad de Ibarra, luego de que esta sufriera el terremoto de 1823 en donde Ibarra fue reducida a escombros.

Fue una de las primeras construcciones que se realizó en 1872 luego del terremoto y formo parte del entorno del antiguo colegio Teodoro Gómez de la Torre. Según los cronistas la palmera embelleció el huerto de la Familia Gómez de la Torre.

**Gráfico 55** Esquina del Coco



Foto: <http://www.panoramio.com>



## Iglesia de San Agustín

**Gráfico 56** Iglesia de San Agustín



Foto: <http://www.viajeros.com/destinos/ibarra>

Ibarra cuenta con más de una decena de iglesias en su casco histórico una de ellas es la Iglesia de San Agustín, esta iglesia se encuentra en excelentes condiciones pues fue tomada en cuenta para el proyecto de regeneración urbana y fue prácticamente restaurada en su totalidad, la edificación data del siglo XVII sin embargo como la mayoría de edificaciones de Ibarra y después del terremoto tuvo que

ser reconstruida durante alrededor de treinta y cinco años.

Tiene un estilo republicano sin soltar del todo detalles que tuvieron su auge durante la colonia española, cuenta con una sola nave.

Nuestra señora de la consolación es la imagen más importante en el altar mayor pues es la patrona de la orden de San Agustín, además cuenta con una imagen del señor del amor o señor de la justicia.

La mayoría de estas obras artísticas datan del siglo XIX y fueron esculpidas y pintadas por uno de los pocos seguidores de la escuela quiteña de la época, los hermanos Reyes.

## Iglesia Santo Domingo

La plazoleta Boyacá se sitúa en la parte norte del casco histórico de Ibarra, allí se edifica la Iglesia Santo Domingo esta fue construida data del tiempo de la fundación de Ibarra, conserva una bella fachada de piedra y en su altar mayor se venera a la Virgen del



Gráfico 57 Iglesia Santo Domingo

Rosario, conjuntamente

luce una gran diversidad

de trabajos pictóricas y esculturas de extraordinario valor artístico de la época, enmarcadas con hermosos retablos de madera.

Foto: <http://www.ec.viajandox.com/ibarra>

Los artistas que apoyaron con obras artísticas para la Iglesia son diego de Robles y Rafael Carranco, precursores en anterior siglo de la escuela quiteña, además de obras del afamado Daniel Reyes.

## Parque pedro Moncayo

El Parque Pedro Moncayo es quizá el parque insignia de la ciudad blanca, se sitúa justo en el corazón del casco urbano, y cuenta con árboles robustos y antiguos, ubicados en jardines muy bien diseñados y mantenidos.

A su alrededor se ubican la de la Gobernación, la Capilla Episcopal, EL torreón de lo que fue el colegio Teodoro Gómez, y el palacio Municipal.

La estatua que destaca en el centro del parque es precisamente la del Ilustre Ibarreño Dr. Pedro Moncayo, homenaje que lo realizó la República del Ecuador.

Durante años fue, un sitio de concentración y charlas amenas de los vecinos de la ciudad, sin

embargo en siglos pasados, servía básicamente como un lugar donde se realizaban ferias, en donde los comerciantes y agricultores exponían sus productos.

**Gráfico 58** Parque Pedro Moncayo



Foto: <http://caromra.blogspot.com>.

### **El torreón del Colegio Teodoro Gómez**

El torreón de Ibarra es una de las construcciones más bellas de la ciudad de Ibarra su fachada hacia el parque Pedro Moncayo tiene un portal y tres relojes de un metro de diámetro en tres de sus cuatro lados. Su edificación data de principios de siglo, luego del terremoto que azotó a Ibarra y fue restaurado en 1926.

**Gráfico 59** El torreón Colegio Teodoro Gómez



Foto: <http://www.viajeros.com>

El terreno en el que fue construido el edificio, perteneció a Teodoro Gómez de la Torre, edecán de Simón Bolívar, quien tuvo su casa en la parte posterior del solar hacia la calle Grijalva, en esta parte se aumenta un segundo piso, para que funcione el colegio en el año de 1884, inicialmente se llamó. San Alfonso con su primer rector Mariano Acosta.

Ya en el año 1898 había la idea de poner un reloj en la ciudad, pero solo hasta 1900 se decidió adquirirlo su construcción duro 3 años pero solo en 1906 el reloj fue instalado finalmente. Es uno de los más bellos ornamentos de nuestra ciudad, además que se ha convertido en un símbolo de identidad Ibarreña. En su construcción se usaron materiales como el Ladrillo visto, piedra, arena, cal.

### **La catedral**

La catedral de Ibarra es una de las dos Iglesias Ubicadas en el parque Pedro Moncayo.

En un inicio n la iglesia muy humilde de adobe y paja pero en 1672 fue reconstruida por una de mayores dimensiones y de mayor comodidad para los feligreses, sin embargo esta

construcción fue destruida durante el terremoto de Ibarra de 1868, por lo que se la volvió a reconstruir dando como resultado el templo actual, se distingue por su estilo romano que cuenta con valiosas obras de arte de la Escuela Quiteña, retablos y altares tallados en madera fina y recubierta con pan de oro.

La catedral tiene características románticas o eclécticas, distinguiéndose la influencia neo-barroca en su diseño y funcionalidad, se han mantenido y conservado los estilos arquitectónicos. Esta inmueble cuenta una media naranja y tres naves principales, y dentro de ella se puede observar varias obras artísticas de varios imbabureños destacados como; Daniel Reyes, a quien se le atribuye la Virgen de la Dolorosa que reposa en el altar mayor, además de la pintura de los 12 apóstoles pintada por Rafael Troya, ambos autores, precursores de su época de lo que fue la escuela Quiteña.

**Gráfico 60** La catedral



Foto: [www.funtrip.com.ec](http://www.funtrip.com.ec)



## **La Capilla Episcopal**

Esta pequeña edificación construida a principios del siglo XX año 1900, tiene un estilo ecléctico predominando los patrones del estilo neogótico de origen románico. Se mantiene el diseño original que fue respetado luego de la última restauración hecha en el 2002.

La capilla se configura armónicamente en tres cuerpos: el primero aloja en sus hornacinas ojivales las imágenes de Santa Marianita y Santa Teresa de Jesús que fueron obras del escultor Daniel Reyes; el segundo se halla separado por una faja de medallones circulares y arcadas en alto relieve en donde se destacan las imágenes del Sagrado Corazón de Jesús, San Pedro y San Pablo; en el tercero dominan las agujas piramidales de sección hexagonal que terminan en pequeñas torres campanarios.

Tiene una sola nave y en su interior encontramos varias obras como el Cristo crucificado, que se supone es de Tobías Reyes. Se halla custodiado por los Arcángeles San Miguel y San Rafael, también del mismo autor, que fueron entregados a la iglesia en el año de 1893.

Valiosas obras de estilo colonial, expuestas en el altar mayor como el Cristo Crucificado custodiado por los arcángeles San Miguel y San Rafael.

## La casa de la Ibarreñidad

Gráfico 61 La casa de la Ibarreñidad



Foto: Marcelo Jaramillo Cisneros

Esta edificación es quizá la casa más conocida de la blanca ciudad, y es conocida con algunos apelativos, como “la casa de la esquina” pues se encuentra en una de las esquinas del parque Pedro Moncayo, y aunque en un principio pertenecía a una de las familias pudientes de Ibarra, actualmente se la puede considerar como un centro cultural que cuenta con; restaurante, cafetería, sala de eventos y algunas oficinas municipales.

Esta construcción se destaca principalmente por que fue una de las primeras casa de tres pisos de la urbe, además que se diferencia por su fachada, caracterizada por la presencia de bloques de piedra.

Su construcción data de los años 1908 a 1015, y dentro de sus más insignes visitantes están por ejemplo el ex presidente José María Velasco Ibarra. Para su adecuado mantenimiento y mejoras en 2001 sus dueños la vendieron al municipio. Luego de esto la casa fue restaurada en su totalidad y reanudada en 2008. Muchas de las cosas que aquí se exhiben son de colección o tienen un alto valor cultural, pues por ejemplo, existen fotos de la ciudad de inicios de siglo pasado, muebles de estilo Luis 15, recuerdos familiares y de la ciudad entre otras.

Los ambientes con los que cuenta la casa, actualmente se consignan para eventos sociales, artísticos y culturales. Una visita es una excelente oportunidad para conocer el patrimonio cultural y la vida cotidiana de la ciudad a la que siempre se vuelve.

## Basílica de la Dolorosa

La basílica la dolorosa es el templo de mayor envergadura y aforo de Ibarra su tamaño la hace visible rápidamente desde cualquier mirador o incluso desde puntos bastante apartados de la urbe. Cuenta con un estilo neo

romano y 25 años de

construcción, posee dos enormes torres y colosales campanarios, su altar mayor es tallado en madera de cedro, donde se venera el cuadro de la Virgen Dolorosa. Durante el terremoto de 1987 fue reconstruida y posee una sola nave con cielo raso en forma de artesón.

Esta enorme iglesia se ubica en el inicio de la Av. Pérez Guerrero y Sucre y su visita debería ser obligatoria para el turista que gusta de temas religiosos y artísticos.

## Basílica de la Merced

La Iglesia Nuestra Señora de la Merced es una de las pocas edificaciones que quedaron en pie luego del terremoto de Ibarra de 1868 se ubica junto al parque Víctor Manuel Peña herrera conocido popularmente como “Parque La Merced” fue erigida con

piedra labrada a comienzos del siglo XIX, de estilo romano monumental,

Gráfico 62 Basílica de la Dolorosa



Foto: <http://www.viajeros.com>

Gráfico 63 Basílica de la Merced



Foto: [www.ec.viajandox.com](http://www.ec.viajandox.com)

aquí se exhiben bellísimas obras de arte de santos y vírgenes, pero sobre todo pinturas que materializan lo vivido antes durante y después del terremoto pues en esta iglesia se realizaron las misas de acción de gracias por el retorno de los vecinos de Ibarra. Su altar mayor es tallado en madera y recubierto de pan de oro.

La restauración de los daños causados durante el sismo comenzaron en 1874 pero no sería hasta 1965 y luego de una para muy extensa que se los finaliza, actualmente es una de las centros religiosos con mayor afluencia de creyentes y uno de los más bellos, pues su interior está decorado incluso con pan de oro hermosas obras de artistas de la Iglesia Quiteña.

### **Antiguo Cuartel Militar**

El cuartel de Ibarra es uno de los edificios de mayor extensión dentro de las construcciones republicanas del casco histórico. Es un inmueble cuya construcción inicia en el siglo XX. Es una construcción singular

**Gráfico 64** Antiguo Cuartel Militar



**Foto:** José Mafla/El Comercio

reconocible por la singularidad de su fachada pues se asemeja a un castillo de hecho su estilo Ecléctico de origen medieval, lo hace muy pintoresco y digno de las miradas de los visitantes. Posee las peculiaridades de un fortín tipo militar con grandes bloques denominados almenas, que son de origen renacentista. El edificio está flanqueado por dos torreones laterales de piedra.

Con la restauración realizada en 2015 el edificio ha vuelto a lucir impecable y actualmente se ha constituido como un edificio de concentración cultural de los Ibarreños.

Interiormente tiene un patio central, rodeado por tres crujiás periféricas con arquería rebajada localizada en el piso bajo y porticado en la segunda planta. Frente a este se sitúan pequeños kioscos muy bien diseñados donde se puede disfrutar de la confitería Ibarreña comprando deliciosos dulces, melcochas, arrope de mora, nogadas entre otras.

#### Los Helados de Piala

Los helados de paila son sin ligar a dudas una de las huellas digitales del Ibarreño, es decir, todo Ibarreño ha probado y ha obsequiado a un visitante un delicioso helado de paila.

Esta es una tradición que se arraiga a los años 1896, esta tradición se le atribuye a Rosalía Suarez una Ibarreña de sepa, que cuenta que en ese tiempo la luz eléctrica estaba lejos de llegar a la ciudad, por lo que los trozos de hielo llegaban a lomo de mula.

#### **Gráfico 65** Helados de paila

por el contrario es precisamente su forma de elaborarlos lo que los ha hecho famosos en todo el Ecuador y posiblemente también en el extranjero. Básicamente se usa una paila de bronce grande en donde se ubica paja, sal en grano y hielo para usarla como base para la mezcla de jugos naturales que al contacto con la paila y el constante movimiento, van tomando la forma y textura de este delicioso manjar.

Su preparación no es un secreto



Foto: [www.touribarra.gob.ec](http://www.touribarra.gob.ec).

Hoy en día se ha masificado su elaboración y en Ibarra prácticamente es muy fácil encontrar una heladería y cafetería en cualquier punto de la urbe, donde se nos ofrezcan helados de un sinfín de sabores como: fresa, mora, guanábana, chocolate y los poco tradicionales de aguacate o yuca por ejemplo.



## Dulces y confites tradicionales de Ibarra

### La Nogada.

Es uno de los dulces más populares de Ibarra y quizá el más autóctono del lugar, se trata de una especie de caramelo elaborado a base de panela y azúcar, relleno de tocte, un fruto autóctono de la serranía ecuatoriana proveniente del árbol de nogal, además puede contener nuez.

La singularidad de este confite es su presentación, pues se los empaca en pequeñas cajas generalmente circulares de madera delga, lo cual permite que el sabor se mantenga intacto. Su elaboración es muy trabajosa y se necesita de mucha fuerza.

Se los puede encontrar en algunas tiendas del centro de Ibarra casi siempre cerca del parque Víctor Manuel Peña herrera, unos de los más tradicionales son los que elaboran la familia Núñez, con su precursora Ana de Núñez.

**Gráfico 66** La Nogada



**Foto:** Ana Mireya Guerrero G.

### La Melcocha.

La Melcocha es un dulce tradicional no solo de Ibarra si no del Ecuador y de algunas partes de Latinoamérica como México o Colombia, sin embargo la tradición popular en Ibarra es de elaboración artesanal, este tipo de dulce se lo realiza a base de panela proveniente de la caña de azúcar, formando un melado o miel muy espesa la cual se bate hasta conseguir una masa

moldeable y bastante pegajosa, con esta masa se elabora diversidad de diseños de dulce, como; caramelos, barras entre otros.

### **El Arrope de Mora.**

Este es otro dulce tradicional de Ibarra y se lo puede conseguir en los mismos lugares junto a otras golosinas, en la actualidad hay otros sabores como el de uvilla y fresa también.

Este dulce consiste básicamente en un jarabe dulce, bastante abroso y se lo usa mucho para decoración de otros platos o dulces de la región como la espumilla o la ensalada de frutas.

Su elaboración no es un tema científico sin embargo, los artesanos elaboradores de estos esquistos dulces cuenta que se necesita de bastante tiempo para realizarlos.

### **La fundación de Ibarra**

La fiesta más importante de la Ciudad Blanca es la que se conmemora por el aniversario de fundación, ciudadanos de Quito habían realizado la petición de la creación de un pequeño poblado en el área norte de la Audiencia de Quito, es así que recién en 1606 bajo el mando de Cristóbal de Troya se funda la villa de San Miguel de Ibarra, con todos los derechos y privilegios Municipales de Villa.

**Gráfico 67** La fundación de Ibarra



**Foto:** Alex Godoy/ Hoy en Imbabura

Esta fiesta se la celebra el 29 de septiembre en honor al natalicio del presidente de la Real audiencia de Quito en esa época, Don Miguel de Ibarra, así que el patrono religioso se aplicó también

a San Miguel de Ibarra, pues la iglesia Católica celebra su fiesta el mismo día. De esta manera la memoria del fundador permanecería en el tiempo, sin embargo la fundación misma se la llevo a cabo el 28 de Septiembre puesto que en la tradición de la liturgia romana se acostumbra a realizar las grandes festividades desde la víspera

La fundación de Ibarra es probablemente la fiesta más importante de la ciudad de Ibarra y en la actualidad llegan a estas fiestas turistas de muchos rincones del país y del mundo. Las fiestas son el motivo de la realización de varias actividades: deportivas, culturales, sociales, y de entretenimiento, siendo la principal el Desfile Cívico, Elección y Coronación Reina de Ibarra, además los Festivales Atléticos, bailes populares y presentaciones de artistas.

En la actualidad las fiestas son mucho más extensas y duran casi un mes desde mediados de septiembre, hasta inicios de Octubre y la agenda puede incluir alrededor de 40 eventos diferentes, además hoy en día se realizan actividades que van más arraigadas al mestizaje Ibarreño como; las carreras de Caballito de totora en Yahuarcocha, la valida de coches de madera en el sector de la Av. El retorno, campeonato nacional de Ecuavoley y por supuesto no se deja de lado distracciones más actuales como el festival artístico “música al pie del volcán” el cual cuenta con tres tarimas, dedicadas a diferentes géneros musicales.

### **Cacería del zorro**

La cacería del zorro es una carrera hípica que se remonta al año 1972, fue establecida por alumnos de la escuela hípica, es una competencia muy singular, en la que la esencia Radica en atrapar la pañoleta de el zorro el cual es el ganador de año anterior y sale de la travesía con un tiempo de ventaja.



**Gráfico 68** Cacería del zorro



<http://www.elnorte.ec/>

La carrera que inicio hace poco más de 35 años no ha cambiado su esencia, tanto así que el trazado y la ruta siguen siendo las mismas, sin embargo lo que sí ha cambiado es el nivel de difusión de competencia, actualmente es una de las más importantes de Ibarra y conocida a nivel nacional. Se la realiza anualmente.

Este evento se lo pone en práctica en diferentes lugares de la ciudad de Ibarra, primero se realiza un desfile por las principales calles de la ciudad desde el sector de “El Retorno, hasta la loma de Guayabillas, luego al Mirador San miguel Arcángel y finalmente a las estribaciones de la laguna de Yahuarcocha, en donde existe un sector modificado para esta competencia.

La tradición indumentaria es algo singular, pues el zorro debe usar un traje negro acompañado de un antifaz y una capa, y por supuesto la cola o pañoleta, el zorro está prohibido de cambiar de vestimenta o quitársela durante la carrera, los demás participantes son libres de la vestimenta a usar.

Actualmente existen variaciones y creaciones de categorías en la carrera pues el incremento de participantes de todas las edades y géneros, para permitir una participación más amplia de la ciudadanía, en la actualidad participa alrededor de 200 jinetes de varias provincias del Ecuador otros pocos de diferentes lugares del mundo.

## Fiestas del Retorno.

El 16 de agosto de 1868 Ibarra fue sacudida con un terremoto que aun que afecto a todo la provincia de Imbabura, el saldo más trágico se encontró en Ibarra pues hubieron alrededor de 5 000 de los 7 200 habitantes fallecieron.

Algunos de los vecinos de la ciudad después de tan terrible tragedia decidieron alojarse en lo que actualmente es La Esperanza. Y luego de cuatro años decidieron volver, pues el presidente de ese entonces Gabriel García moreno puso ímpetu en su reconstrucción. Muchos sobrevivientes que se encontraba en la esperanza bajaban a loma de mulas sus pertenecías en caravanas con carretas haladas o incluso bueyes, el 28 de septiembre se celebra a la Virgen de las Mercedes, allí se bendijo a la ciudad con presencia de todas las autoridades y vecinos del pequeño poblado. Ha ese suceso precisamente del 28 de abril de 1872 se lo denomina el retorno.

Una vez terminados

los trabajos de reconstrucción de la ciudad blanca y acogedora los ibarreños retornaron a sus lugares queridos desde los llanos de Santa María de la Esperanza, transformándose

entonces en una ciudad nueva pues fue refundada el 28 de

Abril de 1872 y se constituye una de las ciudades más jóvenes del Ecuador. El RETORNO, no es únicamente para recordar las cenizas de nuestra ciudad, sino más bien para colocar cada día los verdaderos cimientos de una ciudad pujante y acogedora.

**Gráfico 69** Fiestas del Retorno



Foto: <http://www.ame.gob.ec>

Actualmente es la segunda fiesta más importante de Ibarra, pues rememora precisamente todo lo sucedido en aquella época, la destrucción y el renacimiento de una ciudad pujante y valiente.

Muchos ibarreños catalogan a esta fiesta como el recordatorio de una nueva fundación, pues prácticamente la ciudad fue reiniciada casi desde su totalidad. Actualmente se conmemora estas fechas anualmente mediante varias actividades sociales, culturales y artísticas, algunas de estas son; el desfile estudiantil y militar.

## 6.9. Presupuesto Total

Etapa	Descripción	Costo U. \$	Cantidad.	U. Medida	TOTAL \$
Preproducción					
	Gastos de Investigación				
	Gastos de impresión	0.05 \$	400.00	Hoja impresa	20.00
	Movilidad		100.00	\$ en combustible	100.00
	Viáticos	1000			1000.00
	Otros				100.00
Producción	Producción	200.00	55 min.	Precio de producción de audio- video por minuto	11 000.00
	Diseño grafico	2000.00	1		2000.00
	Asesoramiento	2000.00	1		2000.00
	Traducción	500.00	1		500.00
	Viáticos	2.000	1		2000.00
	Movilidad	300.00	1		300.00
	Otros	200.00			200.00
				TOTAL	120.00

### 6.9.1. Presupuesto por circuito

CIRCUITO	Descripción	Costo U. \$	Cantidad.	U. Medida	TOTAL \$
CIRCUITO 1 ESPERANZA ANGOCHAHUA	Producción	200.00	10 min.	Precio de producción de audio- video por minuto	2000.00
	Diseño grafico	400.00	.		400.00
	Asesoramiento	400.00			400.00
	Traducción	100.00			100.00
	Viáticos	400.00			400.00
	Movilidad	60.00			60.00
	Otros	50.00			50.00
CIRCUITO 2 SALINAS AMBUQUI	Producción			Precio de producción de audio- video por minuto	2200.00
	Diseño grafico	200.00	11 min.		400.00
	Asesoramiento	400.00			400.00
	Traducción	400.00			100.00
	Viáticos	100.00			400.00
	Movilidad	400.00			60.00
	Otros	60.00			50.00
CIRCUITO 3 LITA LA CAROLINA	Producción			Precio de producción de audio- video por minuto	2200.00
	Diseño grafico	200.00	11 min.		400.00
	Asesoramiento	400.00			400.00
	Traducción	400.00			100.00

	Viáticos	100.00			400.00
	Movilidad	400.00			60.00
	Otros	60.00			50.00
	Producción	200.00	7.30 min	Precio de producción de audio- video por minuto	1500.00
	Diseño grafico	300.00			300.00
	Asesoramiento	300.00			300.00
CIRCUITO 4 SAN ANTONIO	Traducción	100.00			100.00
	Viáticos	300.00			300.00
	Movilidad	60.00			60.00
	Otros	50.00			50.00
	Producción	200	15.30 min	Precio de producción de audio- video por minuto	3100.00
	Diseño grafico	500.00			500.00
	Asesoramiento	500.00			500.00
CIRCUITO 5 IBARRA	Traducción	200.00			200.00
	Viáticos	500.00			500.00
	Movilidad	60.00			60.00
	Otros	50.00			50.00



## **6.10. Financiamiento**

La presente propuesta tiene la finalidad de ser una ayuda para el sector turístico del cantón Ibarra en general, por lo cual existen beneficiarios directos e indirectos. Es por eso que se busca una forma de financiamiento mixta por parte del sector público y privada. Así mismo esta propuesta pretende ser totalmente sustentable, pero al mismo tiempo sin fines de lucro.

Los beneficiarios indirectos estarán representados por el sector público, se pretende buscar un aporte de 50 % del valor total de cada ruta para la ejecución de cada una de las mismas. Los organismos públicos que se pretende se vinculen a la propuesta son Ministerio de Turismo, Municipalidad de Ibarra, Prefectura de Ibarra; cada uno con una participación del 16.70 % del total del proyecto, que traducido en dólares da un total de 4 034.

Además los beneficiarios y aportantes directos (servidores turísticos que pauten o deseen aparecer en la guía) aportaran el 50 % restante. Completando el 100 % del proyecto. Se pretende que para cada ruta exista un mínimo de cuatro auspiciantes, teniendo un total de aportantes en toda la guía de 16 aportantes cada uno con una responsabilidad del 3.12 % del costo total de la propuesta, que representado en dólares sería 755.04.

## **6.11. Impactos**

### **6.11.1. Educativo**

El proyecto contribuirá en la formación educativa a los habitantes del cantón Ibarra pues es una guía pedagógica no solamente informativa en ellas estudiantes de primaria colegios y universitarios de carreras afines podrán utilizar la guía de una forma educativa pues en ella se recopilara información; histórico cultural, ambiental e incluso social, importante para el conocimiento básico de los habitantes del cantón Ibarra. Además el uso de la guía no solamente es para el uso de los habitantes del canto si no también es una propuesta para turistas y visitantes nacionales e internacionales pues



mediante la promoción en el internet se pretende llegar a muchas personas de muchos lugares en el Ecuador y el mundo. Se intenta dar a conocer al cantón.

#### **6.11.2. Socio-Económico**

El impacto económico también es positivo, pues con una buena guía turística del cantón Ibarra se pueden mover varias ramas del turismo y al ser inclusiva con los pequeños empresarios del sector turístico y la zona rural permitirá la afluencia de mayor cantidad de turistas y por ende el uso de servicios y atractivos turísticos y por ende el desarrollo económico, no como una solución total a problemas económicos de la sociedad si no como una alternativa de mejoramiento de la calidad de vida.

#### **6.11.3. Socio-Cultural**

Este proyecto también se enfocara al ámbito socio cultural, pues en la guía se detallara cultura, tradiciones, música, danza tradicional, gastronomía e historia de muchos lugares del cantón Ibarra dándoles realce y valor cultural y poniendo a disposición de cualquier persona por lo tanto la difusión de la cultura del cantón Ibarra podrá estar en manos de cualquier persona evitando el abandono e indiferencia de aspectos y valores culturales importantísimos en el habitante ibarreño.

#### **6.11.4. Turístico**

La propuesta indudablemente está encaminada a tener un impacto en el desarrollo del turismo en el cantón Ibarra de hecho ese es uno de sus objetivos principales pues se trata de una guía informativa turística que se difundirá masivamente en los organismos turísticos estatales y privados, así como en diferentes librerías a nivel nacional, aeropuertos y terminales terrestres, promoviendo de esta forma, motivar al visitante y turista nacional y extranjero en viajar a la ciudad de Ibarra. Puesto que

tendrá información de calidad, suficiente y didáctico-pedagógica de lugares turísticos hasta ahora desconocidos por muchos de nuestros visitantes.

### **6.12. Difusión**

- Redes sociales: Facebook, Instagram, twiter, Myspase etc.
- Reproductores de video en línea Youtube
- Páginas Web de organismos de turismo estatales.

### 6.13. Bibliografía.

AHOTEC. (2004). Hotelesecuador . Obtenido de <http://www.hotelesecuador.com.ec/disptxt.php?menu=1&submenu1=2&idiom=1>

Alexa.Inc, A. I. (2015). <http://www.alexa.com/>.

ArevaloBenites. (2009). La importancia, en la promoción publicidad turística radica en promover, fomentar y conservar tradiciones y cultura de los pueblos; además de generar empleos y contribuir al desarrollo de las comunidades, y de esta manera dar más opciones de desarrollo a.

Bejarano, B. (31 de diciembre de 2012). Principales Generos del Ecuador. Recuperado el 26 de Diciembre de 2014, de Musica del Ecuador Blog: [http://musicecua.blogspot.com/2012\\_12\\_01\\_archive.html](http://musicecua.blogspot.com/2012_12_01_archive.html)

Bertoncello, R. (2008).

Bigné, F. y. (2000). Marketing de destinos turisticos.

Bonta. P, F. M. (2014). 199 preguntas sobre Marketing y Publicidad.

CARDENAS, A. (2 de 11 de 2006). investigacion cientifica. Recuperado el 26 de Diciembre de 2014, de Las clases de Iso metodos de investigacion: <http://alexcardenas.blogspot.com/2006/11/las-clases-de-metodos-de-investigacion.html>

Centeno, D. ., (2011). SISTEMAS DE INFORMACIÓN TURÍSTICOS. Puerto Ordas.

Civallero, E. (Febrero de 2011). Tierra de Vientos. Recuperado el 26 de Diciembre de 2014, de Danzante y tonada: <http://tierradevientos.blogspot.com/2011/01/danzante-y-tonada.html>

Companys, P. (1976). organizacion de la produccion.

Definicion.mx. (2010). <https://definicion.mx/tematica/>. mexico.

Diccionario Marketing, d. C. (s.f.). Diccionario Marketing, de Cultural S.A.,.

Floristán, A. (2007). Historia moderna universal. Barcelona.

GAD IBARRA, G. A. (2015). touribarra<http://www.touribarra.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.touribarra.gob.ec/esp/index.php/gestion-turistica/dir-de-turismo>

GADImbabura. (2017). GAD Imbabur. Obtenido de imbabura.gob.eC: [http://www.imbabura.gob.ec/imbabura/index.php?option=com\\_content&view=article&id=30&Itemid=8](http://www.imbabura.gob.ec/imbabura/index.php?option=com_content&view=article&id=30&Itemid=8)

- Garrido, M. A. (2006). HISTORIA DEL TURISMO: UNA INVESTIGACIÓN NECESARIA. GUADALAJARA.
- Godoy, M. (2012). Repositorio de la Pontificie Universidad Catolica del Ecuador. Recuperado el 26 de Diciembre de 2014, de Historia de la musica del Ecuador: <ftp://ftp.puce.edu.ec/Facultades/CienciasEducacion/ModalidadSemipresencial/Historia%20de%20la%20M%C3%BAsica%20del%20Ecuador-Mario%20Godoy.pdf>
- Gomez, J. C. (2008). Calidad Total.
- González, C. C. (2006). Gestión de Calidad. 374: PEARSON.
- Gudás., M. N. (2002). Criterios para la evaluacion de la calidad de las fuentes de Informcion. Madrid.
- Guerrero, F. P. (abril de 2012). Música de Identidad: Apuntes sobre los generos Musicales vernaculos del Ecuador. El diblo ocioso (10), 8.
- Herrero, J. (2002). Galanet. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de Definicion de Cultura: <http://www.galanet.eu/dossier/fichiers/Cultura%20-%20Definicio%26%23769%3Bn%20y%20caracteri%26%23769%3Bstic as.pdf>
- INEC, I. N. (2014). ANUARIO DE ENTRADAS Y SALIDAS.
- Jiménes, M. A. (agosto de 2012). ANÁLISIS DE LA NECESIDAD DE INFORMACION TURISTICA DEL PAIS EN LOS HABITANTES DEL SECTOR NORTE DE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Editorial universidad de guayaquil.
- Joan, K. (marzo de 2011). [dosensocial.com/](http://www.dosensocial.com/). Obtenido de <http://www.dosensocial.com/2011/03/14/las-redes-sociales-una-fuerte-alternativa-de-informacion/>
- LÓPEZ, N. J. (2008). “Comunicación, cultura y música”. En L. N. Javier, “Comunicación, cultura y música” (pág. 3).
- Maldonado, M. (15 de julio de 2012). matybarret. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de Plantilla Awesome Inc... Con la tecnología de Blogger.: <http://marybarret.blogspot.com/>
- Martin, M. A. (2012). Gestion de la informacion y documentacion local. España.
- Maztegui. (1996). el turismo y como comprenderlo en la sociedad actual.
- MINTUR. (2017). Listado de los Principales Destinos del Ecuador para Turismo Receptivo. 2017. QUITO.

- MINTUR, M. d. (2014). Informe anual de Ministerio de Turismo.
- MINTUR, M. d. (2017). GUÍA METODOLÓGICA PARA LA JERARQUIZACION DE ATRACTIVOS Y GENERACION DE ESPACIOS TURISTICOS DEL ECUADOR.
- Moreno, S. (05 de septiembre de 2008). DLETTERSANDPOEMS. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de Los ritmos del Ecuador: <https://edlettersandpoems.wordpress.com/2008/09/06/los-ritmos-del-ecuador-2/>
- MORENO, S. L. (1923). La Música en la provincia de Imbabura. Quito: Topografía y encuadernación Salesiana.
- OMT. (2010). Informe de acta.
- OPTUR. (2016). <http://optur.org/>. Obtenido de <http://optur.org/acerca-de-optur/>
- Pinchevsky, M. (28 de AGOSTO de 2005). Eduardo Proaño pionero del turismo Ecuatoriano. EL UNIVERSO.
- Poraqui. (2013).
- poraqui.net. (2013). Por aqui.net. Obtenido de portal de turismo y hotelería: <http://www.poraqui.net/glosario/informaci%C3%B3n-tur%C3%ADstica>
- Portugal, M. (Abril de 2007). promonegocios.net. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de mercadotecnia: <http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/cultura-concepto.html>
- RAMOS, E. (01 de 07 de 2008). Gestion Polis. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de Métodos y técnicas de investigación: <http://www.gestiopolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>
- Renato, H. (2011). La importancia de las nuevas tecnologías de la información y comunicación para la promoción del turismo.
- Riva, E. O. (2009). Biblioteca Babab. Recuperado el 26 de Noviembre de 2014, de babab.com: [http://www.babab.com/no34/enrique\\_orti.php](http://www.babab.com/no34/enrique_orti.php)
- Sarasa, J. I. (2000).
- Segura, H. A. (2001). [www.monografias.com](http://www.monografias.com).
- Sotolongo, G. (2014). Modulo de Gestion Empresarial.
- Toala, H. D. (15 de octubre de 2013). RECURSOS TECNOLÓGICOS EN LA GESTIÓN TURÍSTICA. Guayaquil: Editorial universidad de Guayaquil.

Villarreal, E. Y. (2013). ESTUDIO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL CANTÓN MONTÚFAR". Ibarra.

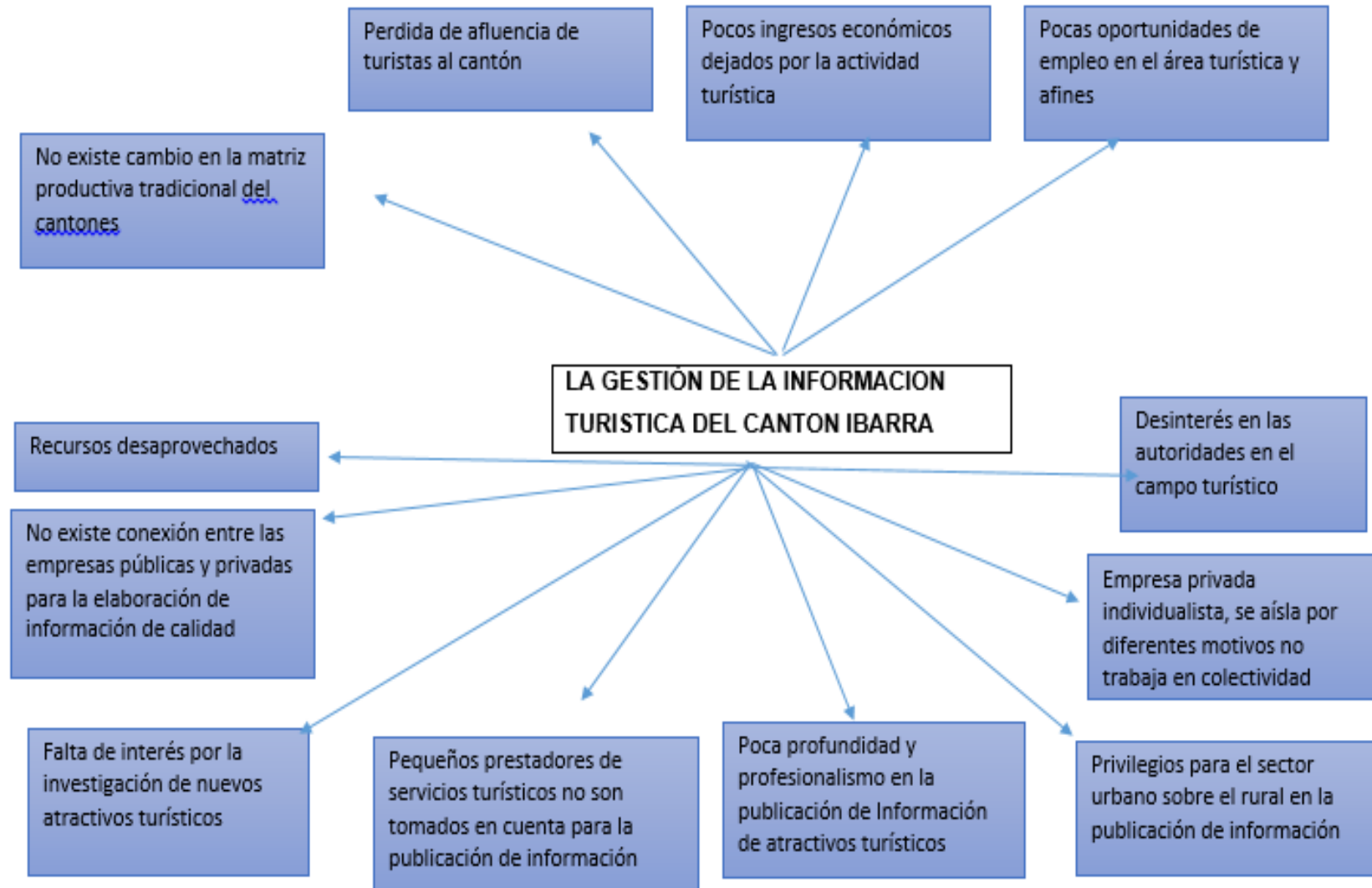
Vleck, T. V. (01 de febrero de 2001). The History of Electronic Mail. Obtenido de <http://www.multicians.org/thvv/mail-history.html>

YOSEO. (2014). yoseomarketing.com. Obtenido de <https://www.yoseomarketing.com/blog/que-son-las-redes-sociales-para-que-se-utilizan/>

Zona, D. d. (s.f.).

# ANEXOS

## ANEXO 1: Árbol de problemas





## ANEXO 2: Matriz de coherencia

<b>FORMULACIÓN DEL PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>
¿De qué manera se gestiona la información turística en el cantón Ibarra y cómo influye está en el desarrollo del turismo?	Analizar la gestión de la información turística del cantón Ibarra. Y cómo influye esta sobre el desarrollo de la actividad turística en el cantón.
<b>INTERROGANTES DE LOS SUBPROBLEMAS.</b>	<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b>
¿De qué modo se usan los medios y herramientas informativas en el turismo en Ibarra?	Diagnosticar la situación actual del uso de medios y herramientas informativas.
¿Cuáles son las estrategias comunicacionales e informativas más eficientes, para promover en Ibarra a nivel nacional e internacional?	Identificar estrategias comunicacionales e informativas para promover el turismo en Ibarra a nivel nacional e internacional.  Determinar la veracidad de la información brindada al turista
¿Cómo ayudara el diseño de una guía audiovisual con rutas turísticas del cantón Ibarra, al desarrollo de turismo?	Diseñar una guía audiovisual con rutas turísticas del cantón Ibarra, con difusión en redes sociales, para elevar el número de visitantes.

### ANEXO 3: Matriz categorial

CONCEPTO	CATEGORIA	DIMENCIÓN	INDICADOR
El turismo es la actividad humana que involucra las actividades que realiza el ser humano fuera de su entorno habitual con un periodo mayor a 12 horas y menor de 1 año con carácter de trabajo, diversión, salud religión entre otros.	TURISMO	Turismo rural, ambiental ecoturismo, aventura Turismo urbano, cultural, religioso – gastronómico Turismo de compras Otros.	¿Existe turismo? ¿Existe potencial turístico? ¿Cuál es la tipología del turista? ¿Cuán importante es esta actividad?
La información entonces no es más un acopio sistemático de datos procesados, que componen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que acoge el mismo mensaje. Incluso la información es un cambio de percepción de la realidad.	INFORMACIÓN.	medios escritos radio Televisión. Internet. Datos. Conocimiento.	¿Existe información turística? ¿Qué contenido tiene la información turística? ¿Es adecuada la información que se presenta a la turística?
es un conjunto de actividades, dirigibles y estratégicas con el fin de conseguir objetivos preestablecidos	GESTIÓN	Gestión de la I.T.C.I. del gobierno provincial. Gestión de la I.T.C.I. en municipio de Ibarra. Gestión de la I.T.C.I. Ministerio de turismo.	¿Quién maneja la información turística? ¿Es apropiada la gestión de la información turística? ¿Cómo se debe gestionar la información turística?



## ANEXO 4: Encuesta dirigida a turistas de Ibarra

### UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE ECUACACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA CARRERA DE TURISMO

#### ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS DE IBARRA

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene como objetivo investigar el tipo de información turística que necesitan los visitantes que llegan a la ciudad de Ibarra. (entiéndase como información turística todos aquellos datos que sean útiles para el turista en su visita, desde su lugar de origen hasta la finalización de su visita en la ciudad de Ibarra, como, teléfonos, ubicación atractivos turísticos culturales, ambientales, etc.).

#### INSTRUCCIÓN:

Lea detenidamente las preguntas y exponga su respuesta de acuerdo a la realidad.

Marque con una (X) según corresponda.

#### DATOS GENERALES:

Sexo: Masculino ( )                      Femenino ( )  
Edad: 15- 20 ( )                      21-35 ( )  
36- 49 ( )                      50- 59 ( )                      más de 60 ( )  
Ocupación:

---

Lugar de origen:

#### 1.- ¿Cuántas veces ha visitado el cantón Ibarra?

a) 0 ( )                      b) 1- 2( )  
c) 3-5 ( )                      d) 6 o más ( )

#### 2.- ¿Cuál fue la motivación de visita?

a) Trabajo                      b) vacaciones y turismo \_\_\_  
c) Visita familiar \_\_\_                      d) estudio                      \_\_\_

Otros (especifique cual)

---

**3.- ¿Antes de su visita a Ibarra obtuvo información sobre el lugar a visitar?**

a) SI \_\_\_

b) NO \_\_\_

**4.- Si su respuesta fue afirmativa especifique a través de qué medio obtuvo información.**

a) Radio y televisión \_\_\_

b) internet \_\_\_

c) Información escrita (libros revistas) \_\_\_

d) oralmente (información de otra persona) \_\_\_

Otras

**5.- ¿Obtuvo información adecuada sobre el cantón Ibarra?**

a) Muy adecuada \_\_\_

b) medianamente adecuada \_\_\_

c) Poco adecuada \_\_\_

d) Nada adecuada \_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**6.- ¿Encontró información suficiente sobre el cantón Ibarra?**

a) Mucha \_\_\_

c) moderada \_\_\_

b) poca \_\_\_

d) ninguna \_\_\_

**7.- ¿Le fue útil la información que obtuvo sobre el cantón Ibarra?**

a) Muy útil \_\_\_

c) útil \_\_\_

b) poco útil \_\_\_

d) nada útil \_\_\_

**8.- ¿Qué medio le parece adecuado para recibir información turística sobre el cantón Ibarra?**

a) Internet

c) escrita (libros, revistas, prensa).

b) radio y televisión

d) otros.

Puntos de información.

¿Por qué?

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

## **ANEXO 5: Encuesta dirigida operadores del área turística**

### **UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE ECUACACIÓN, CIENCIA Y TECNOLOGÍA CARRERA DE TURISMO**

#### **ENCUESTA DIRIGIDA OPERADORES DEL AREA TURISTICA**

**OBJETIVO:** La presente encuesta tiene como objetivo investigar el tipo y la calidad de información turística que reciben y necesitan los visitantes que llegan al cantón Ibarra. ( entiéndase como información turística todos aquellos datos que sean útiles para el turista en su visita, desde su lugar de origen hasta la finalización de su visita en la ciudad de Ibarra, como, teléfonos, ubicación atractivos turísticos culturales, ambientales, etc)

#### **INSTRUCCIÓN:**

Lea detenidamente las preguntas y exponga su respuesta de acuerdo a la realidad, con la mayor honestidad y sinceridad posible.

Marque con una (X) según corresponda.

#### **DATOS GENERALES:**

Sexo: Masculino ( ) Femenino ( )

Edad: 18-25 ( ) 26-40 ( )

41- 60 ( ) más de 60 ( )

Ocupación

---

La empresa a la que labora pertenece al sector:

Publico ( ) b) Privado ( ) c) mixto ( )

Tipo de empresa en la que se desenvuelve.

Institución gubernamental.

Organización privada.

Agencias de viaje y operadoras de turismo.

Servicios de hospedaje y restauración.

Medios de comunicación.

**1.- ¿La empresa en la que labora brinda información al turista?**

a) SI ( )                                      b) NO ( )

¿Por qué?

---

---

**2.- Si su respuesta fue afirmativa ¿Cuál es la información que la empresa brinda a los turistas?**

a) Datos referenciales (ubicación, teléfonos, actividades que realiza)

b) Datos informativos (atractivos turísticos Naturales o culturales)

c) Datos

**3.- ¿A través de que medio proporciona información al turista, la empresa en la que labora?**

a) Internet \_\_\_\_

b) medios escritos (revistas, folletos, prensa) \_\_\_\_

c) Radio y Televisión \_\_\_\_

d) Otros (especifique cual)

**4.- Considera usted que la información turística que brinda su empresa al turista, es:**

a) Muy adecuada \_\_\_\_

b) medianamente adecuada \_\_\_\_

c) Poco adecuada \_\_\_\_

d) Nada adecuada \_\_\_\_

¿Por qué? \_\_\_\_\_

**5.- ¿Creé usted que la información turística sobre el cantón Ibarra que brinda su empresa es:**

a) Muy útil \_\_\_\_

c) útil \_\_\_\_

b) poco útil \_\_\_\_

d) nada útil \_\_\_\_

**6.- De las siguientes opciones señale, ¿cuáles son utilizadas por la empresa que trabaja, para recabar información turística del cantón Ibarra?**

a) Investigación Bibliográfica

b) investigación de campo

c) Internet.

d) otras.

Explique su respuesta.

---



## **ANEXO 6: Glosario de términos.**

**Audiovisual:** es el concepto que une lo auditivo y lo visual (imagen y sonido). El concepto audiovisual significa la integración e interrelación plena entre lo auditivo y lo visual para producir una nueva realidad o lenguaje.

La percepción es simultánea. Se crean así nuevas realidades sensoriales mediante mecanismos como la armonía (a cada sonido le corresponde una imagen), complementariedad (lo que no aporta lo visual lo aporta lo auditivo), refuerzo (se refuerzan los significados entre sí) y contraste (el significado nace del contraste entre ambos).

**Atractivo Turístico:** Es un lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión.

**Catalogo turístico:** Lista selectiva de los sitios, objetos y acontecimientos de interés turístico de una localidad, región o país.

**Centro turístico:** Son lugares que por sus atractivos particulares, por sus medios de comunicación equipamiento son objeto de demanda turística.

Destino turístico una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística

**Ecoturismo o turismo ecológico:** es la actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente y evitando los daños a la naturaleza. Se trata de una tendencia que busca compatibilizar la industria turística con la ecología.

**El destino principal:** El destino principal de un viaje turístico es el lugar visitado que es fundamental para la decisión de realizar el viaje. Ver también motivo principal de un viaje turístico.

**Entorno habitual:** se define como la zona geográfica (aunque no necesariamente contigua) en la que una persona realiza sus actividades cotidianas habituales.

**Guía turística o guía de viaje:** es un documento escrito, auditivo, visual, o audiovisual o digital para turistas o viajeros que proporciona detalles sobre una localidad o área geográfica, un destino turístico o un itinerario en particular. Es el equivalente escrito de un guía turístico.

Una guía turística incluirá generalmente detalles de interés para el viajero tales como números de teléfono, direcciones, precios y valoraciones de hoteles y otro tipo de alojamientos y restaurantes. Asimismo, indicará los principales medios de transporte disponibles y puntos de embarque, itinerarios, precios o forma de adquirir los billetes. También incorpora teléfonos y direcciones de ayuda o para casos de emergencia: centros sanitarios, policía, embajadas, etc. Las recomendaciones prácticas incluyen tipos de cambio de moneda, códigos telefónicos o consideraciones higiénicas y sanitarias.

**Inventario turístico:** es aquel registro documental de los bienes y servicios pertenecientes a un área geográfica determinada o a una comunidad y que se encuentra realizado a partir de mucha precisión y prolijidad en la plasmación de los datos. También y como consecuencia de la situación recién mencionada, se llama inventario a la comprobación y recuento, tanto cualitativo como cuantitativo de las existencias físicas con las teóricas que fueron oportunamente documentadas y que se definan como turísticas.

**Lugar de residencia habitual:** es el lugar geográfico en que la persona empadronada reside habitualmente, y se define por la ubicación de

su vivienda principal (Principios y recomendaciones para los censos de población y habitación de las Naciones Unidas, párrs. 2.20 a 2.24).

**Mercadeo:** es todo lo que se haga para promover una actividad, desde el momento que se concibe la idea, hasta el momento que los clientes comienzan a adquirir el producto o servicio en una base regular. Las palabras claves en esta definición son todo y base regular.

**Neuroeconomía:** es un campo interdisciplinario que busca explicar la toma de decisiones humanas, esto es, la habilidad de procesar múltiples alternativas y además seleccionar un curso de acción. La neuroeconomía estudia la conducta económica para entender de mejor forma la función del cerebro, y estudia el cerebro para examinar y complementar modelos teóricos acerca de la conducta económica.

**Panagra:** también llamada Pan-American Grace Airways, fue una importante aerolínea de capitales estadounidenses y peruanos, que operaba numerosas rutas a América del Sur en los años 1940 y 50.

**Producción audiovisual:** es la producción de contenidos para medios de comunicación audiovisuales; especialmente el cine y la televisión; independientemente del soporte utilizado (film, vídeo, vídeo digital) y del género (ficción, documental, publicidad, etc.). La producción audiovisual es el resultado de la combinación de varias necesidades: industriales, comerciales, de entretenimiento, culturales o artísticas. Tras todas estas necesidades existe siempre, a partes iguales en lo que a importancia se realiza, una inversión de capital, una mezcla de trabajo y recursos técnicos y un plan organizativo. Es a esta planificación a la que se conoce, tanto en el mundo de la industria cinematográfica como en el de la industria televisiva, como producción audiovisual.

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

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

**Productos turísticos:** son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

- a) El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda).
- b) El gasto turístico en el producto deberían representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reduciría considerablemente si no hubiera visitantes.

**Tecnologías de la Información y la Comunicación**, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro.

**Tipología (de "tipo" y "logía"** Estudio y clasificación de tipos que se practica en diversas ciencias.

**Turismo emisor:** abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico emisor o de un viaje turístico interno.

**Turismo interior** engloba el turismo interno y el turismo receptor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes y no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o internacionales.

**Turismo internacional:** El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por

los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores.

**Turismo interno:** El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

**Turismo nacional:** abarca el turismo interno y el turismo emisor, a saber, las actividades realizadas por los visitantes residentes dentro y fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores.

**Turismo receptor:** Engloba las actividades realizadas por un visitante no residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico receptor.

**Turista (o visitante que pernocta)** Un visitante (interno, receptor o emisor se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, fuera de su lugar habitual de estadía.

**Industrias turísticas:** son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo.