



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE TURISMO HOTELERÍA Y GASTRONOMÍA

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
CONSERVACIÓN AMBIENTAL**

**TESIS PREVIA PARA LA OBTENCIÓN DE INGENIERÍA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
CONSERVACIÓN AMBIENTAL**

**TEMA: “DISEÑO DE UNA RUTA DE TURISMO CULTURAL PARA
LA PUESTA EN VALOR DE LAS TRADICIONES DE LA CULTURA
AFROECUATORIANA DE LAS COMUNIDADES DE SALINAS,
CHOTA, MASCARILLA, JUNCAL Y CHALGUAYACU UBICADA EN
LA PROVINCIA DE IMBABURA”**

AUTOR: DANIEL PABÓN GARCÍA

DIRECTORA: MSC. VERÓNICA SANTAFE

JUNIO 2015

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a todas las personas que hicieron posible la realización del mismo.

Sin duda la persona más importante dentro de todo el proceso de mi formación es mi madre, quien ha sabido guiar mi camino acertadamente tanto personal como profesionalmente.

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer de igual manera a todas las personas que de alguna u otra manera formaron parte en el proceso de desarrollo de este proyecto.

A mi padre por ser una de las personas que han hecho posible culminar mis estudios superiores, por la paciencia, la constancia y el apoyo incondicional en todo momento.

A los pobladores de cada una de las comunidades inmersas en la propuesta de Investigación.

A la Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra, especialmente a la Ing. María Augusta Salazar quien me apoyó en gran parte del proceso.

A las Juntas Parroquiales de Salinas, Ambuqui y Pimampiro, por ayudarme con documentos e información clave para el desarrollo de la propuesta.

A mi tutora, Msc. Verónica Santafé un agradecimiento especial por su apoyo, incondicional y profesional en todo el proceso de la investigación.

A mis profesores en la Universidad Tecnológica Equinoccial, por haber sido parte importante en el desarrollo de mi carrera profesional.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial como institución educativa, por brindarme la oportunidad de formarme profesionalmente.

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	i
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:.....	iii
JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN	v
OBJETIVOS.....	vi
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	vii
CAPITULO I.....	9
1. MARCO CONCEPTUAL	9
CAPITULO II.....	21
MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL DEL TURISMO EN RELACIÓN A LA ZONA DE ESTUDIO.....	21
2.1 MARCO LEGAL	21
2.1.2. CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR 2008	21
2.1.3 LEY DE TURISMO DEL ECUADOR.....	22
2.1.4 LEY DE CULTURA DEL ECUADOR	23
2.1.5 CODIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN (COOTAD).....	24
2.2 MARCO INSTITUCIONAL.....	24
2.2.1 PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR (PNBV) 2013-2017	24
2.2.2 PLANDETUR 2020.....	26
2.2.3 PLAN ESTRATÉGICO DE IMBABURA 2014-2019.....	28
2.2.4 PLAN PLURINACIONAL PARA ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN RACIAL Y LA EXCLUSIÓN ÉTNICA Y CULTURAL.....	28
2.3 El Patrimonio cultural y el turismo en el Valle del Chota.....	29
2.3.1 Patrimonio Cultural Inmaterial y su relación con el Turismo.....	29
2.3.1.1 Turismo y Patrimonio Cultural Inmaterial a Nivel Mundial.....	30
2.3.1.2 Turismo y Patrimonio Cultural Inmaterial a nivel Nacional.....	32
2.3.1.3 Turismo y Patrimonio Cultural Inmaterial a Nivel Local.....	34
2.4 Imbabura	35
2.4.1 Territorio Ancestral; Chota, Salinas, La Concepción y Gualupe.....	35
2.4.1.1 Valle de Salinas.....	37
2.4.1.2 Valle de la Concepción.....	37
2.4.1.3 Valle del Chota	37

2.4.4 Comunidades de la investigación	39
CAPITULO III.....	41
3. POTENCIAL TURÍSTICO DE LA ZONA	41
3.1 INTRODUCCIÓN.....	41
3.2 SISTEMA TURÍSTICO	42
3.2.1 COMUNIDAD RECEPTORA	43
3.2.1.1 SALINAS.....	43
3.2.1.2 MASCARILLA.....	45
3.2.1.3 CHOTA	47
3.2.1.4 JUNCAL.....	49
3.2.1.5 CHALGUAYACU.....	52
3.2.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS.....	54
3.2.2.1 ATRACTIVOS CULTURALES	57
3.2.2.1.1 Patrimonio Cultural Inmaterial.....	57
3.2.2.1.2 Inmuebles	62
3.2.3 SERVICIOS TURÍSTICOS	65
3.3.3.1 Equipamientos Turísticos en las Parroquias de Ambuquí – Salinas.....	65
3.2.4 Infraestructura Turística.....	67
3.2.4.2.5 Telecomunicaciones.....	76
3.2.5 Superestructura Turística	78
3.2.5.1 Organismos de carácter público	78
3.2.5.2 Organismos de carácter privado.....	80
3.2.6 DEMANDA TURÍSTICA	81
CAPITULO IV	82
4 ESTUDIO DE MERCADO	82
4.1 INTRODUCCIÓN.....	82
4.2 OBJETIVO GENERAL	83
4.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	83
4.4 METODOLOGÍA	83
4.4.1 TÉCNICAS	83
4.4.2 PLAN DE MUESTREO.....	84
4.4.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	85
4.4.4 ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE RESULTADOS....	85

4.4.4.1 Interpretación de los resultados de la Población Local	85
4.4.4.2 Interpretación de resultados de turistas nacionales y extranjeros.....	101
4.4.5 INFORME DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LAS AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORAS.....	112
4.4.5.1 INFORME DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LAS AGENCIAS DE VIAJES DE LA CIUDAD DE IBARRA	112
4.4.5.2 INFORME DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LAS AGENCIAS DE VIAJES DE LA CIUDAD DE QUITO.....	117
4.4.4.1 PERFIL DEL TURISTA	121
4.4.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA	122
4.4.5.1 DEMANDA HISTÓRICA	123
4.4.5.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	123
4.4.5.4 Demanda Potencial.....	126
CAPITULO V.....	127
5 PROPUESTA DE LA RUTA DE LA BOMBA	127
5.1 JUSTIFICACIÓN	127
5.2 PARTICIPACIÓN COMUNITARIA	129
5.3 FUNCIONAMIENTO DE LA RUTA TURÍSTICA	132
5.3.1 POSIBLES ACTIVIDADES A REALIZARSE EN EL TRAYECTO LA RUTA DE LA BOMBA	132
5.4 DISEÑO DE LA RUTA	133
5.4.1 MACROLOCALIZACIÓN.....	133
5.4.2 MICROLOCALIZACIÓN.....	134
5.4.3 LOGO.....	135
5.4.3.1 SLOGAN.....	136
5.4.4 MAPA DE LA RUTA	136
5.4.5 CUADRO DE DISTANCIAS	137
5.4.6 PROPUESTA DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA	138
5.4.6.1 MATERIALES.....	140
5.4.6.2 Interpretación del diseño de la Ruta Turística de la Bomba con señalética	147
5.5 COMERCIALIZACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA	147
5.5.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	147
5.5.2 Plan de Medios.....	149
5.5.3 PROMOCIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA.....	153

5.5.3 PRESUPUESTO	154
CONCLUSIONES	157
RECOMENDACIONES	158
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	159
ANEXOS	162

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Perspectivas del PLANDETUR 2020	27
Tabla 2: Categorías de Patrimonio Cultural Inmaterial	32
Tabla 3: MATRIZ DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DE LA ZONA DE ESTUDIO.	55
Tabla 4: Equipamientos turísticos Ambuquí – Salinas.	65
Tabla 5: Servicio de luz eléctrica de Salinas.	67
Tabla 6: Servicio de Agua potable en Salinas.	68
Tabla 7: Servicio de Telecomunicaciones en Salinas.	69
Tabla 8: Servicio de Internet en Salinas.	69
Tabla 9: Sistema de Viabilidad y Transporte en Salinas.	70
Tabla 10: Tipo de vías en Salinas.	71
Tabla 11: Servicios básicos en Ambuquí.	72
Tabla 12: Procedencia del agua para consumo humano, en relación a la forma de consumo en los hogares de la Parroquia de Ambuquí.	72
Tabla 13: Acceso a servicios de agua en Ambuquí.	74
Tabla 14: Procedencia de la energía eléctrica en las viviendas de la parroquia de Ambuquí. 75	
Tabla 15: Acceso a energía eléctrica en Ambuquí.	75
Tabla 16: Conectividad de los Hogares en la Parroquia de Ambuquí.	76
Tabla 17: Acceso al servicio telefónico	77
Tabla 18: Tabulación-Pregunta 1 a la población local.	86
Tabla 19: Tabulación-pregunta 2 a la población local.	87
Tabla 20: Tabulación-Pregunta 3 a la población local.	88
Tabla 21: Tabulación-Pregunta 4 a la población local.	89
Tabla 22: Tabulación-Pregunta 5 a la población local.	91
Tabla 23: Tabulación-Pregunta 6 a la población local.	92
Tabla 24: Tabulación-Pregunta 7 a la población local.	93
Tabla 25: Tabulación-Pregunta 8 a la población local.	94
Tabla 26: Tabulación-Pregunta 9 a la población local.	95
Tabla 27: Tabulación-Pregunta 10 a la población local.	96
Tabla 28: Tabulación-Pregunta 11 a la población local.	97
Tabla 29: Tabulación-Pregunta 12 a la población local.	98
Tabla 30: Tabulación-Pregunta 13 a la población local.	99
Tabla 31: Pregunta 1 a turistas nacionales y extranjeros	101
Tabla 32: Pregunta 2 a turistas nacionales y extranjeros	102
Tabla 33: Pregunta 3 a turistas nacionales y extranjeros	103
Tabla 34: Pregunta 4 a turistas nacionales y extranjeros	104
Tabla 35: Pregunta 5 a turistas nacionales y extranjeros	105
Tabla 36: Pregunta 6 a turistas nacionales y extranjeros	106
Tabla 37: Pregunta 7 a turistas nacionales y extranjeros	107
Tabla 38: Pregunta 8 a turistas nacionales y extranjeros	108
Tabla 39: Pregunta 9 a turistas nacionales y extranjeros	109

Tabla 40: Pregunta 10 a turistas nacionales y extranjeros.....	110
Tabla 41: Pregunta 11 a turistas nacionales y extranjeros.....	111
Tabla 42: Demanda Histórica	123
Tabla 43: Proyección de la demanda turística de Ibarra al año 2019	124
Tabla 44: Tendencia de la demanda futura.	125
Tabla 45: Demanda potencial del Cantón Ibarra al año 2019	126
Tabla 46: Posibles actividades en la ruta turística.	132
Tabla 47: Pictogramas de atractivos naturales	138
Tabla 48: Pictogramas de atractivos culturales.....	138
Tabla 49: Pictogramas de servicio de apoyo	139
Tabla 50: Pictogramas de Restricción.....	140
Tabla 51: Señalética que se utilizará en la ruta turística.....	145

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Definiciones de patrimonio cultural inmaterial	31
Gráfico 2: Categorías de manifestaciones y expresiones culturales.....	34
Gráfico 3: Porcentaje del estado de las vías en Salinas.....	71
Gráfico 4: Porcentajes de la Pregunta 1 a la población local.....	86
Gráfico 5: Porcentajes de la Pregunta 2 a la población local.....	87
Gráfico 6: Porcentajes de la pregunta 3 a la población local.....	88
Gráfico 7: Porcentajes de la pregunta 4 a la población local.....	90
Gráfico 8: Porcentajes de la pregunta 5 a la población local.....	91
Gráfico 9: Porcentajes de la pregunta 6 a la población local.....	92
Gráfico 10: Porcentajes de la pregunta 7 a la población local.....	93
Gráfico 11: Porcentajes de la pregunta 8 a la población local.....	94
Gráfico 12: Porcentajes de la pregunta 9 a la población local.....	95
Gráfico 13: Porcentajes de la pregunta 10 a la población local.....	96
Gráfico 14: Porcentajes de la pregunta 11 a la población local.....	97
Gráfico 15: Porcentajes de la pregunta 12 a la población local.....	98
Gráfico 16: Porcentajes de la pregunta 13 a la población local.....	99
Gráfico 17: Pregunta 1 a turistas nacionales y extranjeros.....	102
Gráfico 18: Pregunta 2 a turistas nacionales y extranjeros.....	103
Gráfico 19: Pregunta 3 a turistas nacionales y extranjeros.....	104
Gráfico 20: Pregunta 4 a turistas nacionales y extranjeros.....	105
Gráfico 21: Pregunta 5 a turistas nacionales y extranjeros.....	106
Gráfico 22: Porcentajes de la tendencia de la demanda futura	125
Gráfico 23: Especificaciones técnicas de los pictogramas en madera	142
Gráfico 24: Ejemplo de mesa interpretativa.....	145
Gráfico 25: Página web.....	148
Gráfico 26: Valores cuña publicitaria en Radio La Salinera	149
Gráfico 27: Valores cuñas publicitarias en Radio Canela.....	150
Gráfico 28: Valores anuncios publicitarios en Diario El Norte	151
Gráfico 29: Valores anuncios publicitarios en El Comercio	152
Gráfico 30: Facebook.....	154

ÍNDICE DE MAPAS

Mapa 1: Comunidades del Territorio Ancestral Valle del Chota	36
Mapa 2: Ubicación del Valle del Chota	38
Mapa 3: Ubicación Comunidad de Salinas	43
Mapa 4: Ubicación Comunidad Mascarilla	46
Mapa 5: Ubicación Comunidad Chota	48
Mapa 6: Ubicación Comunidad Juncal	50
Mapa 7: Ubicación Comunidad Chalguayacu	52
Mapa 8: Mapa de la ruta propuesta	136

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta a lo comunidad	162
Anexo 2: Encuesta a turistas nacionales y extranjeros	165
Anexo 3: Encuesta a las agencias de viajes	168
Anexo 4: Tríptico publicitario anverso	171
Anexo 5: Tríptico publicitario reverso	171
Anexo 6: Fotografía de Ibarra	172
Anexo 7: Artesanías Gartan	172
Anexo 8: Piedra Grande	173
Anexo 9: Artesanías del Tren	174
Anexo 10: Fincas agroecológicas	175
Anexo 11: Encuesta a pobladora afrochoteña	175
Anexo 12: Mascarilla	176

INTRODUCCIÓN

El presente documento trata de mostrar una alternativa de desarrollo económico para la zona del Valle del Chota a través del turismo. La cultura del pueblo afrochoteño ha logrado ser reconocida a nivel nacional gracias a su identidad muy bien marcada, las manifestaciones culturales de este pueblo son únicas lo cual hace que turísticamente sea muy atractivo para muchas personas.

Las comunidades del Valle del Chota se dedican básicamente a la agricultura y al comercio, convirtiéndose estas en sus principales fuentes de ingreso económico. Sin embargo se ha identificado que el turismo puede ser una fuente de ingreso más fuerte y dinámica ya que los beneficiados serían todos los pobladores de las comunidades de la zona de estudio. La cultura es el pilar más fuerte con el que cuenta la cultura afro, por eso se plantea el “diseño de una ruta de turismo cultural para la puesta en valor de las tradiciones ancestrales de la cultura afrochoteña entre las comunidades de Mascarilla, Salinas, Chota, Juncal y Chalguayacu ubicadas en la provincia de Imbabura”.

En los capítulos que se revisaran más adelante se pretende demostrar la factibilidad de realizar esta propuesta en la zona de estudio para lo cual, primeramente se definirá la fundamentación teórica que sustentará el desarrollo de la propuesta, también se definirá la metodología a utilizarse para la elaboración de cada uno de los capítulos.

Dentro del segundo capítulo se plantea el marco legal que es una parte clave en el desarrollo de esta propuesta, se han revisado documentos como la constitución, PLANDETUR 2020, PIMTE 2009-2014, entre otros documentos importantes a nivel nacional y local.

Ya que la propuesta está dirigida estrictamente a las comunidades, se ha tomado como referencia para el desarrollo del tercer capítulo, el sistema turístico propuesto por Sergio Molina, ya que a diferencia de otros autores Molina añade como elemento clave del sistema a la comunidad receptora y en este caso la participación de los pobladores es clave ya que sin la gestión de los actores clave de las comunidades el proyecto alcanzaría el resultado esperado.

El estudio de mercado jugará un papel clave en el desarrollo de la propuesta ya que se dirigirá especialmente a los pobladores de las comunidades para conocer cuál es su posición frente a la probabilidad de incluir al turismo dentro de sus actividades cotidianas, a través de los resultados obtenidos se podrá llegar a las conclusiones respectivas para plantearlas en la propuesta como tal.

Una vez definidos los resultados y conclusiones respectivas en el estudio de mercado se pasará directamente a la propuesta de diseño de la ruta turística, para esto se empezará definiendo el nombre y marca con el que se identificará a la ruta turística, para esto se deberán tomar en cuenta características únicas de la zona de estudio.

Para que una ruta turística sea competitiva y tenga demanda, es necesario que este muy bien equipada y para esto lo fundamental son las vías de acceso y la señalización durante todo el recorrido, por eso también se propondrá un plan de señalética turística en todas las comunidades inmersas en la propuesta.

Es importante darle una importancia especial al tema ambiental, ya que a pesar de que la propuesta no generaría mayores impactos es necesario al menos hacer constar las actividades que ocasionarían algún tipo de impacto, y las recomendaciones adecuadas para evitar causar dichos impactos.

Por último se revisará el tema de la comercialización de la ruta turística, es decir, aspectos como la promoción con sus respectivos canales de distribución, además de realizar un presupuesto aproximado de cuál sería el costo total necesario para poner en marcha el proyecto, todo esto se lo realizará basándose en datos actuales en el mercado para acercarnos más a la realidad.

Una vez concluida la propuesta se planteará las conclusiones y recomendaciones respectivas para que el objetivo de la propuesta, que es que los pobladores de las comunidades se empoderen del proyecto y de esta manera mejorar su condición de vida se cumpla.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

Ecuador es un país megadiverso y pluricultural (Constitución del Ecuador 2008) rico en tradiciones culturales y ancestrales, por lo cual es importante velar por el cuidado y protección de las tradiciones de las pueblos y nacionalidades. Para que el las comunidades se interesen por mantener su cultura es necesario plantear propuestas para que por medio del turismo se ayude al rescate de las tradiciones ancestrales de un pueblo o nacionalidad.

El Turismo Cultural se define como "Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico" (SECTUR-CESTUR, Estudio Estratégico de Viabilidad de Turismo Cultural, 2002).

Según censo 2010, en el país hay 14.483.499 ecuatorianos y ecuatorianas. La composición étnica de este conjunto corresponde a: 71,9% mestizos, 7,4% montubios, 7,2 afroecuatorianos, 7% indígenas.

De acuerdo con los datos censales, los afroecuatorianos fueron el único grupo que aumentó su nivel de auto identificación en el país. En el censo del 2001 apenas el 4,9 se auto identificó como afroecuatorianos, mientras que para el 2010 el porcentaje aumentó 2,3 puntos, alcanzando el 7,2% de afro ecuatorianos. (Censo 2001, Censo 2010 INEC. Proceso INEC 2011).

La cultura ancestral de un pueblo es muy importante para definir la identidad del mismo, la constitución del Ecuador del 2008 en el art. 57 reconoce los derechos de todos los grupos étnicos y respalda sus ideas y pensamientos y sobre todo apoya el cuidado de la cultura y tradiciones únicas de un pueblo, por esto es muy importante fomentar e inculcar en las nuevas generaciones que la cultura de un pueblo es lo más importante y que no se puede perder ya que eso los hace diferentes a los demás y genera atracción para las personas.(Constitución del Ecuador 2008)

La comunidad del Chota está situada a 29km. al norte de la ciudad de Ibarra, entre la frontera de Imbabura y Carchi, con una altitud de 1500 m.s.n.m, una población de aproximadamente 970 habitantes, con un clima tropical seco, a una temperatura media de 22°C, en donde un 25% de la población trabaja en IANCEM y el 75% se dedica a la agricultura, cosechando productos como fréjol, aguacate, tomate, limón, mango y otros. Almeida, Mazón (1998)

De acuerdo a la información publicada en la página web del municipio de Imbabura la actividad principal de las comunidades son la agricultura, pero sin embargo los ingresos que obtienen por esta actividad no son suficientes para cubrir todas sus necesidades básicas por ejemplo; alimentación, salud y educación, por esta razón se propone al turismo como una alternativa de desarrollo local para aumentar los ingresos de las familias y dinamizar la economía del sector.

Las tradiciones ancestrales de la cultura afro de estas comunidades se han ido debilitando por diferentes razones como la introducción de costumbres occidentales al sector es decir, música y bailes extranjeros, formas de vestir, peinados, etc.

Otro factor importante que ha ido debilitando la cultura afro es la migración, ya que las personas no se quedan en la comunidad por falta de empleo y migran a las ciudades más cercanas especialmente Ibarra y Quito.

El turismo es una industria que se ha venido desarrollando de una forma muy positiva en el Ecuador y en este caso se podría potenciar la cultura y tradiciones del pueblo afro por medio de éste, para motivar e incentivar a las nuevas generaciones para mantenerlas y practicarlas continuamente.

Uno de estos sitios o sectores es precisamente las comunidades ubicadas en la parte sur de la provincia de Imbabura (Salinas-Chota-Mascarilla-Juncal-Chalguayacu) ya que dicho sector no lleva un nivel de vida adecuada debido a la falta de fuentes de empleo que permitan su desarrollo, y precisamente por medio del turismo lo que se buscaría es potencializar todo lo que esta zona posee para ofrecer a todos los ecuatorianos.

Si no existe una preocupación real por parte de las autoridades y una iniciativa de los pobladores del sector, se perdería la identidad de una de las etnias más representativas e importantes de la cultura ecuatoriana, por eso, por medio del turismo se pretende potenciar dicha cultura para fortalecer la identidad cultural del país.

Poner en valor las tradiciones ancestrales de la cultura afroecuatoriana de las comunidades de Salinas, Mascarilla, Chota, Juncal y Chalguayacu para establecer una ruta de turismo cultural e incrementar sus ingresos económico para su autodesarrollo.

JUSTIFICACIÓN Y DELIMITACIÓN

La propuesta de diseñar una ruta de turismo cultural en la comunidades antes mencionadas es muy importante ya que se ha notado que con el paso del tiempo han ido perdiendo sus tradiciones ancestrales, por lo que se pretende rescatar tradiciones ancestrales de un pueblo ancestral del Ecuador, lo cual es priorizado dentro de la política general del Ecuador (Constitución 2008, Plan Nacional del Buen Vivir).

Las comunidades tomadas en cuenta para integrar la ruta de turismo cultural, no han presentado un desarrollo local tanto económico como cultural, ya que su economía se basa estrictamente en la agricultura, por esta razón se pretende tomar ventaja de su riqueza cultural para ofrecerla dentro de una ruta turística y establecer al turismo como una actividad económica alterna que mejore sus condiciones de vida.

La presente propuestas se torna factible debido al conocimiento que tengo del territorio del Valle del Chota, así como el gran interés mostrado por parte de la Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra, ya que están interesados en que se desarrollen emprendimiento económicos que vinculen a la cultura de la zona, y el turismo en una alternativa viable.

Al momento de plantear la propuesta de turismo cultural en las comunidades se considera el beneficio de las comunidades participantes, así como las aledañas. Esta investigación es nueva dentro del sector, ya que si bien existen investigaciones y tesis dentro de estas comunidades, todavía no se ha hecho una investigación que promueva el rescate de tradiciones ancestrales del pueblo afrochoteño y su vinculación con el turismo, además es importante mencionar el interés de las autoridades del sector ya que ellos afirman que esto no se ha realizado antes por la falta de compromiso y propuestas de los mismos estudiantes.

La realización de esta propuesta generaría diferentes impactos, pero sin los mayores impactos sería socioeconómicos y culturales, socioeconómico ya que por medio de la introducción del turismo cultural a la zona se pretende mejorar las actividades económicas y generar mayores recursos para el desarrollo de las comunidades involucradas en la ruta turística.

OBJETIVOS

Objetivo General:

Diseñar una ruta de turismo cultural para poner en valor las tradiciones de la cultura afro en las comunidades de Salinas-Mascarilla-Chota-Juncal-Chalguayacu en la provincia de Imbabura.

Objetivos Específicos:

- Definir la fundamentación teórica que sustentará el diseño de la ruta de turismo cultural.
- **Conocer** la potencialidad turística cultural de las comunidades que van a conformar la ruta.
- **Elaborar** la propuesta para el diseño del producto turístico cultural.

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

La metodología permite que el proceso de investigación se desarrolle de una manera ordenada, para que el desarrollo de la propuesta sea el indicado. A continuación se detallará la metodología que se utilizó en la investigación en cada capítulo:

La investigación bibliográfica se aplicó en todo el proceso de la investigación ya que siempre se revisó fuentes bibliográficas como medios de consulta, para sustentar pensamientos e ideas.

Dentro de la investigación bibliográfica se aplicó el estudio de fuentes secundarias, es decir se acudió a fuentes como: libros, revistas, periódicos, enciclopedias, tesis, proyectos, etc., esto permitirá basar el mensaje del proyecto en estudios realizados por expertos en el campo.

Para capítulos como el diagnóstico turístico se utilizó la investigación de campo, ya que para realizar este estudio fue necesario acudir a fuentes primarias, que en este caso son los pobladores de las comunidades de la propuesta, así como también se acudió a las autoridades competentes de cada parroquia o cantón. Considerando el carácter económico y sociocultural que el turismo plantea en la presente tesis se propone la utilización de estrategias metodológicas tanto cualitativas como cuantitativas.

Otro tema muy importante dentro de la metodología de estudio es el grupo de estudio; es decir, las personas directamente involucradas en la propuesta de investigación. En primer lugar están las comunidades, ya que la propuesta es de tipo social y tiene como finalidad mejorar el nivel de vida de las personas a través de una actividad económica dinámica como es el turismo, la participación de los pobladores comunitarios es esencial, también teniendo en cuenta al mismo tiempo son los beneficiarios directos.

En segundo lugar están los turistas, los clientes y por lo tanto el aspecto más importante dentro de la oferta de la ruta turística, los visitantes son claves ya que la propuesta se debe hacer en base a las exigencias y demanda de turistas tanto nacionales como extranjeros, para esto será determinante definir el perfil del visitante que sería el potencial cliente, además de proponer ideas innovadoras de acuerdo a lo que el turista desee realizar en una visita a cualquier destino.

Las autoridades fueron el otro grupo clave, ya que ellos son los que al final de todo apoyarán o rechazarán el proyecto y ponerlo en marcha, por eso es importante conocer el punto de vista y necesidades que tienen ellos para realizar una propuesta que esté dentro de sus planes futuros y si estarían dispuestos a respaldar el proyecto planteado.

También se definieron las técnicas que se utilizaron en el proceso de recolección de información y datos, para esto las técnicas más apropiadas y necesarias a utilizar fueron la observación y grupos focales.

La observación aplicada fue participante y no participante, ya que hubo momentos en los que se tuvo que acudir directamente al campo para comprobar con los pobladores, datos planteados en la investigación, pero también hubo otros momentos en los que solo bastó con observar la dinámica del territorio sin necesidad de la participación comunitaria.

El grupo focal fue una herramienta muy útil que ayudó a conocer la opinión de varias personas a la vez, de esta manera se pudo obtener las respuestas de una manera más eficiente, además de que se generaron nuevas ideas muy útiles para la propuesta.

Para que las técnicas de la investigación otorguen resultados más útiles, es necesario la aplicación de las herramientas adecuadas que nos permitan recopilar información veraz y que aporte al desarrollo de la investigación. Entre las herramientas que se utilizarán están las entrevistas y las encuestas.

La entrevista es una herramienta muy confiable ya que por medio de esta herramienta se pueden obtener datos más acertados, además se pueden resolver dudas que el entrevistado tenga en ese momento, también ofrece la ventaja de realizar preguntas que se van presentando a lo largo de la entrevista y que antes no estaba considerado hacerlas. Las entrevistas estuvieron dirigidas a actores claves, por ejemplo a líderes comunitarios, agencias de viajes, autoridades, entre otros.

La encuesta es una herramienta que sirve para llegar a un mayor número de personas al mismo tiempo, las encuestas se utilizaron especialmente en el estudio de mercado y se las realizó a grupos clave como: turistas y a los pobladores de las comunidades, de esta manera se llegó a conclusiones determinantes para la propuesta final.

CAPITULO I

1. MARCO CONCEPTUAL

De acuerdo con la Universidad de Las Américas de Puebla (México). El marco conceptual es aquel que sustenta la investigación, partiendo de la postura del investigador ya que se conocen aquellas definiciones, conceptos y líneas a través de la revisión de publicaciones de varios autores y teorías para interpretar los resultados y las conclusiones, por lo que se describen algunas características que favorezcan el desarrollo de un buen estudio.

TURISMO

El concepto de turismo es muy complejo, aunque varios autores coinciden en algunos puntos de la definición, no todos están totalmente de acuerdo. Como menciona Boullón (2006) la concepción de la palabra turismo todavía necesita algunas correcciones.

Para Molina (2005) el turismo es el conjunto de relaciones pacíficas esporádicas que son resultado del contacto entre personas que visitan un lugar por razones no profesionales y los recursos naturales de ese lugar.

Lumdbber por el contrario propone un concepto netamente económico ya que para él, “el turismo es un negocio que implica el transporte, alimentación y atención al turista”. (Lumdberg en Molina, 2005:12).

Todas estas concepciones son aceptables por los diferentes autores, y tomando parte de cada una de ellas, podemos concluir que el turismo es una actividad económica que consiste en visitar un lugar ajeno al de nuestra residencia habitual con la motivación de descanso y disfrute.

CULTURA

Dentro de los conceptos de cultura estudiados el que está más orientado al presente trabajo de investigación es el que propone Moya (2012), ya que este concepto contempla el modo de vivir y de pensar de un pueblo, además involucra todas las expresiones materiales y no materiales.

La cultura es un modo de vivir y de pensar de un pueblo configurado con base en sus experiencias particulares de relacionarse con la naturaleza y con los seres humanos. Involucra todas las expresiones materiales y no materiales. (...). La cultura implica tener una forma de residencia, un tipo de parentesco, una forma de concebir el espacio y el tiempo, una forma de interpretar el mundo, etc. (...). Adicionalmente, la cultura es un sistema de símbolos, que expresa la racionalidad Colectiva. (Moya, citado en Santafé 2012: 17).

Al contrario de Kroeber y Klunckhon que proponen un concepto orientado al estudio claro de los modelos de la conducta de un pueblo, modelos transmitidos mediante símbolos“La cultura constituye un objeto de estudio claro y distinto, que implica modelos explícitos e implícitos, de conducta y para la conducta, modelos adquiridos y transmitidos mediante símbolos y cuyo núcleo consiste en ideas [...] tradicionales [...] y especialmente en sus valores asociados” (Kroeber y klunckhon, en Farias, 2014:68)

TURISMO CULTURAL

El concepto de turismo cultural que propone Amaya es aquel desplazamiento de visitantes a un lugar determinado con una motivación netamente cultural“ Entendido como el desplazamiento de visitantes motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”. (Amaya, 2006: 11).

Al mismo tiempo él también plantea el turismo cultural como cultura turística lo cual es un concepto completamente diferente ya que la cultura turística la plantea como el hábito de las personas de realizar actividades de turismo.

En cambio CESTUR argumenta que el turismo es un fenómeno esencialmente cultural, en el cual la experiencia de los visitantes se construye a través de símbolos. Esto quiere decir que para que los visitantes tengan una verdadera experiencia de turismo cultural se los debe tener en contacto con símbolos o manifestaciones culturales del lugar que están visitando.

“Se entiende por turismo cultural “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”. (CESTUR en Amaya, 2006: 22).

TURISMO COMUNITARIO

Dentro de la propuesta de investigación es muy importante tener claro en que consiste el turismo comunitario ya que el proyecto está destinado para comunidades afroecuatorianas. Por eso se ha tomado algunos conceptos de diferentes autores que definen de otro modo el término Turismo Comunitario.

La FEPTCE que es una organización nacional que aglutina a un gran número de proyectos de turismo comunitario en el Ecuador, define al turismo comunitario como la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural.

Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus Patrimonios, los derechos culturales y

territoriales de las Nacionalidades y Pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados. (<http://www.feptce.org/>, visitado marzo 24, 2014)

En cambio el PLANDETUR 2020 agrega que el turismo comunitario significa generar la oportunidad de la gestión autónoma de los territorios, lo cual es muy importante ya que todos los proyectos con enfoque comunitario deben plantearse como objetivo principal que las comunidades se empoderen de dicho proyecto y generen sus propias riquezas.

El Ministerio de Turismo del Ecuador plantea que “El turismo comunitario significa de modo general la oportunidad de la gestión autónoma de los territorios, la revitalización de sus culturas, la dinamización de sus actividades productivas y la oportunidad de aportar, desde la práctica de la interculturalidad, a la construcción de una sociedad solidaria y responsable con las vidas”. (PLANDETUR 2020: 291).

Por otro lado REDTURS tiene una concepción mucho más amigable con la naturaleza y el buen vivir, básicamente su concepto apoya a la solidaridad, respeto a la vida, la sostenibilidad y los ecosistemas, dejando de lado el interés económico que éste pueda generar.

“Nuestra concepción del desarrollo del turismo se sustenta en los valores de solidaridad, cooperación, respeto a la vida, conservación y aprovechamiento sostenible de los ecosistemas y de la diversidad biológica que éstos albergan (...)” (REDTURS en Santafé, 2012:39-40).

TURISMO RESPONSABLE

El concepto de turismo responsable es definido por varios autores, sin embargo, se ha tomado como referencia el que propone la Organización Mundial de Turismo- OMT, ya que ellos plantean un concepto de turismo responsable basado en el Código de Ética para el turismo.

La OMT defiende la aplicación del Código Ético Mundial para el Turismo para maximizar la contribución socioeconómica del sector, minimizando a la vez sus posibles impactos negativos, y se ha comprometido a promover el turismo como instrumento para alcanzar los Objetivos de Desarrollo de las Naciones Unidas para el Milenio (ODM), encaminados a reducir la pobreza y a fomentar el desarrollo sostenible. (<http://www2.unwto.org>, visitado marzo 24, 2014)

Al igual que las otras definiciones de turismo responsable, la que plantea la declaración de ciudad del cabo (2002) son definiciones basadas en el código de ética del turismo. Además de esta declaración, en la carta de turismo responsable de Barcelona (2010) también se hacen reflexiones acerca del turismo responsable, basado en los principios de la sostenibilidad.

TURISMO SOSTENIBLE

El turismo sostenible es una práctica que hoy en día está de moda ya que debido al momento por el que se encuentra atravesando el planeta, es esencial que todas las actividades y proyectos turísticos que se realicen tengan el menor impacto en el ambiente.

La UICN cita que el turismo sostenible es el proceso que permite el desarrollo de los sectores sin deteriorar o agotar los recursos que lo generan, además que dichos recursos deben mantenerse para que las generaciones futuras las aprovechen en el mismo estado que las actuales.

Es el proceso que permite que se reproduzca el desarrollo sin deteriorar o agotar los recursos que lo hacen posible. Este objetivo se logra, generalmente, gestionando los recursos de forma que se puedan ir renovando al mismo ritmo que van siendo empleados, o pasando del uso de un recurso que se genera lentamente a otro que lo hace a un ritmo más rápido, de esta forma los recursos podrán seguir manteniendo a las generaciones presentes y futuras. (UICN en Garnica, 2006:10)

Desde otro punto de vista el concepto de la OMT tiene una orientación tanto económica ya que agrega que el turismo sostenible es un modelo de desarrollo económico y sirve para mejorar la calidad de vida de las comunidades receptoras sin dejar de lado la importancia de conservar el medio ambiente.

Para la OMT el turismo sostenible es un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, para facilitar al visitante una experiencia de alta calidad del medio ambiente, del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes dependen” (OMT en Garnica, 2006:11)

Sin embargo, también es bueno citar el concepto planteado en el informe de Brundtland y este dice que el desarrollo sostenible es el que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades”. (Informe de Brundtland en Pingel, 2007: 31)

IDENTIDAD

Es muy importante conocer los diferentes conceptos que se proponen en cuanto a identidad, ya que este es un término muy complejo, pero para el presente trabajo debo analizarlo desde un punto ancestral y tradicional.

Echeverría cita que la identidad reside en una coherencia interna y está muy ligada a la historia de un pueblo o territorio. Tal vez esta es la definición que más se acerca al concepto de lo que voy a realizar en esta propuesta.

La identidad reside en una coherencia interna puramente formal y siempre transitoria de un sujeto histórico de consistencia evanescente; una coherencia que se afirma mientras dura el juego dialéctico de la consolidación y el cuestionamiento, de la cristalización y la disolución de sí misma. La identidad sólo puede ser tal si en ella se

da una dinámica que, al llevarla de una desubstancialización a una re-substancialización, la obliga a atravesar por el riesgo de perderse a sí misma, enfrentándola con la novedad de la situación y llevándola a competir con otras identidades concurrentes. (Echeverría, 2010: 149,150)

Por otro lado Crespo junto con su equipo proponen un concepto de identidad cultural y dicen que ésta toma diferentes formas de expresión donde la participación del sujeto es esencial en la práctica de la cultura de los pueblos.

Ellos plantean que las identidades culturales toman diferentes formas de expresión, alternándose diferentes posicionamientos, dependiendo de los otros con los que se está contrastando. De esta manera, entienden que las identidades culturales son fluidas y localizadas en las prácticas culturales donde participa el sujeto. (Hannah Hale y Guida Abreu en Crespo; Lalueza; Sánchez Busqués; Padrós, 2013:162).

TRADICIÓN

Las tradiciones de un pueblo o grupo social son muy importantes a la hora de proponer un circuito cultural tiene como objetivo principal la convivencia con los habitantes de dichas comunidades.

Para comprender un poco más el concepto de tradición partimos del que propone Borja en su enciclopedia de la Política, y él la define como “el conjunto de ideas, concepciones, costumbres, ritos, gustos y preferencias que pasan de generación en generación”. Esta definición me parece muy adecuada para comprender el mensaje que se quiere transmitir en la propuesta.

Se denomina tradición en política al conjunto de ideas, concepciones, costumbres, ritos, gustos y preferencias que, sobre asuntos públicos, se transmiten de generación en generación dentro de un grupo o clase social, y se llama tradicionalismo al <conservadorismo que pretende mantener intocado el orden político, económico y social imperante que, por venir de atrás y formar parte de la tradición, debe respetarse y observarse. (Borja, 2012)

En contraste, Arévalo (2004) dice que una tradición es temporal y puede cambiar de acuerdo a las necesidades de nuevas generaciones, lo cual me parece que es un concepto que no va muy de acuerdo con la propuesta de investigación, en la cual se propone mantener las tradiciones más antiguas en estado intacto.

PATRIMONIO CULTURAL MATERIAL

Para empezar hay que mencionar que el patrimonio cultural se divide en 2 partes; el patrimonio cultural material y el inmaterial.

Según el Ministerio de Cultura y Patrimonio del Ecuador el patrimonio cultural es la herencia cultural propia del pasado de un pueblo que puede tener un interés histórico, artístico o arqueológico. (<http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/> visitado marzo 25, 2014).

Además el INPC (1978), añade que son parte del patrimonio cultural material las obras de arte de tipo arquitectónico, pictórico y escultórico de la época colonial. Incluso incluyen libros, documentos demás objetos con una historia de un pueblo.

Se reconoce como patrimonio cultural material a los objetos de las culturas prehispánicas, obras de arte arquitectónico, escultórico y pictórico de los siglos coloniales, libros, documentos y demás objetos que reflejan el estilo de vida que, impuesto por España, llegó a mestizarse con el indígena para darle al Ecuador sus actuales características culturales". (INPC, 1978; 6).

Para concluir entonces, podemos decir que el patrimonio cultural tangible, es todo el valor cultural que posee un pueblo y puede ser apreciado y palpado por las personas.

PATRIMONIO CULTURAL INMATERIAL

A diferencia del patrimonio cultural material, el patrimonio cultural inmaterial son todos los valores culturales intangibles propios de un pueblo o comunidad.

El ministerio de cultura y patrimonio lo define como los usos, representaciones, conocimientos, técnicas, tradiciones o expresiones del pasado para transmitirlo a las futuras generaciones. (<http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/> visitado marzo 25, 2014).

Añadiendo el INPC, cita que el patrimonio cultural inmaterial está ligado a la memoria y a la herencia de un pueblo, y que Está conformado por manifestaciones y expresiones transmitidas de generación en generación, y cita textualmente;

El patrimonio Inmaterial está ligado a la memoria y a la herencia en la medida en que su vigencia y representatividad generan procesos identitarios y de pertenencia en la comunidad. En este sentido, el Patrimonio Inmaterial está conformado por aquellas manifestaciones y expresiones cuyos saberes, conocimientos, técnicas y prácticas han sido transmitidas de generación en generación, tienen vigencia y son pertinentes para una comunidad ya que han sido recreadas constantemente e función de los contextos sociales y naturales, en un proceso vivo y dinámico que legitima la resignificación de los sentidos. (INPC, 2012: 21)

Si bien es cierto, los dos conceptos son parecidos, el concepto del INPC me parece más completo y orientado al tipo de trabajo que realizaré en mi propuesta.

TERRITORIO

El territorio es un factor muy importante para las comunidades, es por eso que debemos conocer que significa el término territorio. Para eso partimos del concepto que propone Fernández (2010) que el territorio se entiende como espacio; desde él se contempla la naturaleza y la sociedad como un sistema de configuraciones de objetos materiales y sociales mediados por relaciones sociales que modifican y transforman la naturaleza lo cual explica su inseparabilidad.

En cambio, el concepto que propone Acosta es más adecuado, ya que el agrega un concepto desde el punto de vista de los pueblos indígenas del mundo.

Para Acosta (2009) El territorio, es para los pueblos indígenas del mundo, un asunto de dominio colectivo, que pasa por encima de lo étnico e inclusive del ecosistema, para trascender en relaciones con la naturaleza concibiéndola como un igual y no subordinada al ser humano donde se llevan a cabo en su mayoría la práctica de saberes tradicionales y donde también ellos los han adquirido

Este concepto está más orientado al significado de territorio para las comunidades del pueblo afrochoteño.

NACIONALIDAD

De acuerdo a Pereznieta (2001) y al igual que otros expertos concuerda que la nacionalidad tiene un vínculo jurídico y político que a las personas al Estado.

Nacionalidad es la calidad de un individuo en razón del vínculo o nexo de carácter político y jurídico que lo une a un estado". (Pereznieta, 2001; 740).

Sin embargo, Contreras (1994) propone un concepto más amplio y completo ya que además de mencionar que la política está ligada a la política y al orden jurídico, también hace énfasis en que la nacionalidad se la adquiere desde el momento del nacimiento e incluso posterior al mismo.

Después de analizar algunos conceptos de los expertos, se puede concluir que la nacionalidad es un derecho que adquieren todas las personas al momento del nacimiento en un territorio determinado.

PUEBLO

Posada define la palabra pueblo como la existencia colectiva que no surge de improviso sino que nace naturalmente y que también tiene un origen psicológico. (Posada en Borja, 2012)

En contraste, el concepto que propone Rodrigo Borja (2012) es netamente político ya que lo define como un grupo humano organizado y bien estructurado, que tienen ideales en común

En conclusión, se puede decir que pueblo es el conjunto de personas que no surge de improviso y que tiene como fin fundamental la organización para luchar por un objetivo o ideal en común.

ETNICIDAD

La etnicidad se basa en la palabra griega ethnos, que significa pueblo o nación, y en inglés se utilizó para referirse a los bárbaros o paganos, hasta el siglo XIX, cuando se utilizó como sinónimo de racial, con el apogeo de las tipologías raciales científicas. (Williams en Wade, 2000: 23).

De esta definición podemos añadir que la etnicidad es muy antigua y que existe hace varios siglos atrás.

Wade (2000) propone que la etnicidad trata de la diferenciación cultural, pero que tiende a utilizar un lenguaje de lugar (más de salud, sexo o fenotipo heredado). La diferencia cultural se extiende por el espacio geográfico debido al hecho de que las relaciones sociales se vuelven concretas mediante una forma espacializada. Esto crea una geografía cultural, o una “topografía moral”.

AFRODESCENDIENTE

Definitivamente antes de comenzar mi trabajo de investigación es necesario conocer el concepto y quienes son los afrodescendientes, debido a que en la región en la que voy a desarrollar mi trabajo casi la totalidad de los pobladores son afrodescendientes.

Partimos del concepto que propone Antón (2009) y él dice que un afrodescendiente se denomina a todos los descendientes africanos que sobrevivieron a la trata esclavista en las Américas.

El concepto «afrodescendiente» también permite la intencionalidad de pertenencia e inclusión de varios pueblos afros de las Américas a sus estados o naciones de origen. De esta forma, se desprenden etnónimos como «afrocolombiano» para los afrodescendientes colombianos o «afroecuatoriano» para los afrodescendientes ecuatorianos. (ODM, 2007:27).

Además, según Romero Rodríguez el concepto de afrodescendiente nació para reemplazar de forma política el término negro, ya que ese término se relacionaba mucho con la época de la esclavización afro.

AFROECUATORIANO

También vamos a conocer a que grupo de personas se les conoce como afroecuatorianos. Partiendo del concepto que propone Antón (2009), el término afroecuatoriano implica una aproximación descriptiva y socio-histórica de la construcción de la identidad de los ecuatorianos descendientes de africanos.

El concepto de afroecuatoriano también se lo puede plantear en términos estadísticos y esto implica franca correspondencia con las posturas etnónimas que autónomamente asumen los actores de la sociedad civil de los mismos ecuatorianos descendientes de los esclavizados africanos que llegaron al Ecuador antes de que se fundara la actual nación y Estado ecuatoriano.(Antón, 2009:19)

NEGRO

Está claro que a los afroecuatorianos la mayoría de la sociedad nos reconoce como negros; término que está mal utilizado ya que “negro” es una manera muy despectiva de tratar a las personas es por eso que con el pasar del tiempo se fue reemplazando dicho término por la de afroecuatoriano.

Precisamente Antón (2009) menciona el término negro se ha aplicado a negros y mulatos descendientes de la diáspora africana en el mundo. Es un término ambiguo que poco a poco se está tratando de omitir del lenguaje nacional, y plantea textualmente;

El concepto de “negro” de manera indiscriminada ha venido siendo aplicado como término de connotación descriptiva de las poblaciones negras y mulatas o de los descendientes de la diáspora africana en el mundo. En todo caso es un concepto relacional que alude tanto a condiciones raciales como a la síntesis de procesos de identidades colectivas e individuales. Se trata de un concepto ambiguo que simplifica igualmente lo racial con lo étnico, pues alude también a la categoría étnica de “afrodescendiente. (Antón, 2009:19)

RUTA TURÍSTICA

La definición de ruta turística es esencial dentro del marco teórico de la investigación, ya que el tema precisamente es el diseño de una ruta turística, por lo tanto, es importante tener muy en claro en que consiste una ruta turística.

Vamos a partir del concepto que propone el Ministerio de Turismo del Ecuador (MINTUR) (2013) y dice que ruta turística es una herramienta de planificación y desarrollo que

consiste en un recorrido de un punto A hasta un punto B, en el que se alinean atractivos turísticos con productos/actividades y servicios bajo una temática claramente establecida. Además cuentan con una zona de influencia determinada.

Un concepto bastante similar es el que propone Villacís (2013), y dice que ruta turística es la vía o camino que une un punto de origen y un punto de destino diferentes, siendo esta la más corta, amena y atractiva. Une una serie de recursos paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que constituyen el centro de atención, contando con facilidades turísticas”. (Villacís, 2013: 6).

Si bien es cierto los dos conceptos son similares, el concepto del MINTUR es más completo ya que añade que la ruta turística es una herramienta de planificación, lo cual es muy importante ya que para que una ruta turística se desarrolle necesita el involucramiento de varias entidades de planificación.

PRODUCTO TURÍSTICO

El producto turístico es el conjunto de componentes que satisfacen una experiencia de viaje que responde a las expectativas de un segmento del mercado. Ejemplos: vacaciones en el campo, tour en bote, La ruta del maíz, La ruta del queso. (IICA, visitado junio 01, 2014).

Por el contrario, de acuerdo con Cárdenas (2008) el producto turístico se encuentra conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en gama muy amplia de combinaciones resultante de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos turista. Se puede decir así, que el producto turístico se conforma por la oferta turística de un destino, que a su vez la componen el conjunto de atractivos, bienes, servicios y facilidades capaces de atraer al visitante. (<http://www.eumed.net/rev/turydes/12/lph.html>, visitado junio 01, 2014)

RECURSO TURÍSTICO

Antes de plantear el concepto de recurso turístico es muy importante establecer la diferencia entre recurso y atractivo, ya que un recurso turístico no necesariamente puede ser un atractivo, el recurso turístico puede ser natural o cultural, que si se lo desarrolla y potencia de la manera adecuada puede convertirse en atractivo turístico, por ejemplo un río común y corriente.

Vamos a partir diciendo que recurso turístico es el sitio o acontecimiento que tiene características propias y mueve corrientes turísticas pero que no están posicionados en el mercado”. (Villacís, 2013:15).

Por otro lado el Ministerio de Turismo del Perú dice que son los elementos primordiales de la oferta turística. Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el desplazamiento de los turistas, es decir, generar demanda.

En este concepto se añade el factor demanda, el cual es muy importante para que un recurso turístico se posicione en el mercado.

Quesada (2005) plantea que los recursos turísticos los que motivan y generan desplazamientos de los turistas hacia determinado lugar para realizar en éste actividades propias de las características del destino y su equipamiento Son la base sobre la que se desarrolla la actividad turística, e incluyen elementos de la naturaleza, cultura e historia, así como las instalaciones para el ocio.

ATRACTIVO TURÍSTICO

El atractivo turístico es la materia prima de la actividad turística ya que si no existieran atracciones turísticas no existiría nada que ofertar a los turistas.

Partiendo de esta idea el MINCETUR plantea que los atractivos turísticos son todos los recursos turísticos que cuentan con las condiciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, es decir, que cuentan con planta turística, medios de transporte, servicios complementarios e infraestructura básica.

Lundberg añade:

Los atractivos turísticos son por definición todo aquello que atrae al turista, y constituyen una parte importante del turismo. Los atractivos turísticos toman diversas formas que según parece solo están limitadas por la imaginación. El atractivo turístico es el lugar o zona o acontecimiento de interés turístico. El turismo solo tiene éxito y lugar mediante la existencia de atracciones que motiva al turismo. (Lundberg, p.51)

Como se puede apreciar los dos autores coinciden en varios puntos de la definición, sin embargo, estoy un poco más identificado con Lundberg ya que el añade que el éxito del turismo depende mucho de las condiciones de los atractivos turísticos, en lo cual estoy muy de acuerdo, porque como dije antes el atractivo es la parte medular de la actividad turística.

A continuación se realiza una diferenciación de una de las manifestaciones culturales propias de la cultura afro del valle del Chota que es La” Bomba”, marcaremos la diferencia entre bomba como instrumento, danza y género musical.

Todo lo expuesto a continuación está respaldado y sustentado en la entrevista realizado al Msc. Iván Pabón Chalá, un experto investigador en materia de estudios que tienen que ver con la etno cultura y ancestralidad afro en la zona del valle del Chota y cuenca del río Mira.

CONCLUSIONES DEL PRIMER CAPÍTULO

La realización de este capítulo me permitió conocer más a fondo los términos técnicos necesarios para el contexto general de mi propuesta, el marco teórico es muy importante ya que es aquel que marca la pauta para el desarrollo de toda la investigación.

El aporte más importante de este capítulo para mi investigación fue el acudir a diferentes fuentes información como libros, folletos, fichas, tesis, etc., de esta manera me familiarice mucho más con el tema de turismo y la cultura, ya que mi tema de investigación está netamente enfocado al desarrollo social por medio de un producto turístico cultural, esto me ha permitido estar informado de todo lo que tiene que ver con turismo cultural material e inmaterial desde el punto de vista de varios actores e instituciones tanto nacionales e internacionales.

Después de terminar este capítulo pude comprobar que hay muchas cosas que se ignoran o no se conocen bien y gracias al desarrollo del marco teórico se pueden aclarar muchas cosas y sustentar ideas que talvez no están bien planteadas.

CAPITULO II

MARCO LEGAL E INSTITUCIONAL DEL TURISMO EN RELACIÓN A LA ZONA DE ESTUDIO

Para el análisis del turismo se propone la revisión de los siguientes documentos legales e institucionales que permitirán tener un panorama claro de las oportunidades y obstáculos que puede tener una propuesta de turismo cultural en las comunidades afro descendientes del Valle del Chota.

Por un lado se revisan documentos legales como: Constitución del Ecuador 2008, Ley de Turismo, Ley de Cultura, Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización: COOTAD. Por otra parte se toman en cuenta documentos institucionales como: Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017, Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para el Ecuador: PLANDETUR 2020, Plan Plurinacional para eliminar la Discriminación Racial y la Exclusión Étnica Cultural, y el Plan Estratégico de Imbabura 2014-2019.

2.1 MARCO LEGAL

Tanto la diversidad cultural como la importancia del turismo en la economía ecuatoriana son reconocidas dentro de la legislación ecuatoriana.

2.1.2. CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR 2008

En el artículo 1 de la Constitución se determina que Ecuador es un Estado intercultural:

“El Ecuador es un Estado constitucional de derechos y justicia, social, democrático, soberano, independiente, unitario, intercultural, plurinacional y laico. Se organiza en forma de república y se gobierna de manera descentralizada.”

Dentro de la diversidad cultural reconocida en la Constitución del Ecuador se identifica también al pueblo afrodescendiente, al mismo que se le reconoce los mismos derechos que a los pueblos indígenas, y montubios.

“Art. 56.-Las comunidades, pueblos, y nacionalidades indígenas, el pueblo afroecuatoriano, el pueblo montubio y las comunas forman parte del Estado ecuatoriano, único e indivisible.”

Además de las garantías constitucionales se reconoce también el marco suprallegal pactos y convenios. .

La identidad y la cultura de un pueblo son única e inquebrantable para garantizar esto el art. 58 reconoce al pueblo afroecuatoriano los derechos colectivos establecidos en la Constitución la ley y los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos.

Sin duda también también cabe mencionar la importancia de reconocer la organización político-administrativa de las comunidades y para eso la constitución del Ecuador cita en el siguiente artículo:

“Art. 257. En el marco de la organización político administrativa podrán conformarse circunscripciones territoriales indígenas o afroecuatorianas, que ejercerán las competencias del gobierno territorial autónomo correspondiente, y se regirán por principios de interculturalidad, plurinacionalidad y de acuerdo con los derechos colectivos.”

La nueva Constitución del año 2008 reconoce la autonomía política, administrativa y financiera de los Gobiernos Autónomos Descentralizados, en el marco de un Estado unitario y descentralizado, bajo los principios de solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana. (SENPLADES; 2013-2017: 33)

Dentro de la Constitución del Ecuador 2008 se prioriza el desarrollo del país basado en el Buen Vivir o Sumak Kawsay y para esto el siguiente artículo dice:

“Art. 275. El Estado planificará el desarrollo del país para garantizar el ejercicio de los derechos, la consecución de los objetivos del régimen de desarrollo y los principios consagrados en la Constitución. La planificación propiciará la equidad social y territorial, promoverá la concertación, y será participativa, descentralizada, desconcentrada y transparente.”

El buen vivir requerirá que las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades gocen efectivamente de sus derechos, y ejerzan responsabilidades en el marco de la interculturalidad, del respeto a sus diversidades, y de la convivencia armónica con la naturaleza.

Dentro del Plan Nacional del Buen Vivir se menciona que: El Buen Vivir se planifica, no se improvisa. El Buen Vivir es la forma de vida que permite la felicidad y la permanencia de la diversidad cultural y ambiental; es armonía, igualdad, equidad y solidaridad. No es buscar la opulencia ni el crecimiento económico infinito. (PNBV; 2013-2017: 13)

2.1.3 LEY DE TURISMO DEL ECUADOR

Dentro de la Ley de Turismo del Ecuador (2002) se mencionan algunos literales de los principios de la actividad turística, por lo cual los gobiernos autónomos descentralizados tienen a obligación de promover actividades turísticas dentro de su jurisdicción, además de apoyar a la conservación del patrimonio cultural de los pueblos y comunidades.

A continuación en los literales del art. 3 se citan los principios de la actividad turística:

b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,

e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Además se debe tomar en cuenta que la participación e iniciativa de los diferentes pueblos es crucial para que todos los proyectos turísticos puedan ponerse en marcha y ser beneficiosos para todos los integrantes de las comunidades.

2.1.4 LEY DE CULTURA DEL ECUADOR

Para el marco legal de esta investigación, la Ley de Cultura es indispensable ya que la investigación tiene un enfoque netamente cultural, por lo tanto se debe conocer que dice la ley de cultura respecto a al patrimonio cultural de los pueblos.

Dentro de la Ley de Cultura del Ecuador (2004), principalmente vamos a conocer los artículos que se relacionan específicamente con mi trabajo de investigación. Vernáculo

El art. 1 de la ley de cultura en su literal e) dice:

e) *“Favorecer la preservación y conocimiento del patrimonio cultural ecuatoriano”*, este objetivo es clave dentro de mi propuesta ya que para poder aprovechar turísticamente la cultura afro de manera responsable, es necesario que se preserve el patrimonio cultural de este pueblo.

El mismo artículo en los siguientes literales dice:

g) Reconocer, estimular y garantizar la actividad cultural de personas y entidades privadas;

h) Coordinar la actividad de las entidades públicas en el campo de la cultura; y,

i) Establecer el sistema que asegure el financiamiento de las citadas acciones. (Ley de Cultura del Ecuador, 2006; 1)

Todos estos literales tratan de proteger y garantizar que el patrimonio cultural de un pueblo sea respaldado y financiado por entidades del sector público o privado, esto es una parte esencial ya que un pueblo puede tener el mayor patrimonio cultural del mundo pero si no existe una entidad que sepa manejarlo de la mejor manera no se puede obtener mayor beneficio del mismo.

2.1.5 CODIGO ORGÁNICO DE ORGANIZACIÓN TERRITORIAL, AUTONOMÍA Y DESCENTRALIZACIÓN (COOTAD)

Lo más relevante que se puede citar del COOTAD son los objetivos del mismo.

A continuación se cita los literales del Art. 2.- Objetivos

- b) La profundización del proceso de autonomías y descentralización del Estado, con el fin de promover el desarrollo equitativo, solidario y sustentable del territorio, la integración y participación ciudadana, así como el desarrollo social y económico de la población:

Mucho se dice que un proyecto turístico bien puede ser una solución económica para un sector determinado, pero para que un proyecto turístico funcione, es importante la participación de todos los actores, de esta manera el proyecto beneficiará tanto a las entidades patrocinadoras como al pueblo donde es aplicado dicho proyecto.

El Art. 3. Del COOTAD habla acerca de los Principios y a continuación se citará el principio que está más relacionado con la propuesta de investigación.

“Sustentabilidad del desarrollo.- Los GAD priorizarán las potencialidades, capacidades y vocaciones de sus circunscripciones territoriales para impulsar el desarrollo y mejorar el bienestar de la población, e impulsarán el desarrollo territorial centrado en sus habitantes, su identidad cultural y valores comunitarios.”

Una de las tareas que tienen los GADs es velar por el desarrollo sustentable de la población, por lo tanto está en la capacidad de apoyar proyectos que tengan la intención de mejorar la calidad de vida de sus habitantes y su identidad cultural.

Se debe tener en cuenta los fines y propósitos que tienen los GADs, y el art. 4 cita varios de los fines, pero a continuación únicamente se citará el fin relacionado el turismo y la protección al patrimonio cultural

2.2 MARCO INSTITUCIONAL

A continuación se revisaran documentos de Base institucional que son de observancia obligatoria para el sector público y referencial para el sector privado.

2.2.1 PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR (PNBV) 2013-2017

Para comprender un poco mejor el marco legal de lo que expresa el Plan Nacional del Buen Vivir, es necesario conocer que es el Sumak Kawsay o Buen Vivir:

El Sumak Kawsay fortalece la cohesión social, los valores comunitarios y la participación activa de individuos y colectividades en las decisiones relevantes, para la construcción de su propio destino y felicidad. Se fundamenta en la equidad con respeto a la diversidad, cuya realización plena no puede exceder los límites de los ecosistemas que la han originado. No se trata de volver a un pasado idealizado, sino de encarar los problemas de las sociedades contemporáneas con responsabilidad histórica. (SENPLADES; 2013-2017: 21)

Dentro del PNBV también se menciona los cambios en la matriz productiva, el cual pretende establecer un equilibrio entre las riquezas económicas, ambientales y sociales del Ecuador. Además se prioriza los sectores industrializados y de servicios donde está inmerso el turismo.

Para 2030, el Ecuador exportará un 40% de servicios, en su mayor parte de alto valor agregado y con una participación relevante del turismo, 30% de bienes industrializados y 30% de productos primarios. (SENPLADES; 2013-2017: 73)

El objetivo 3 del Plan Nacional del Buen Vivir es “Mejorar la calidad de vida de la población”

Este objetivo es muy importante dentro de todo el territorio ecuatoriano ya que cualquier propuesta de índole social tiene que tener un alto porcentaje de beneficios para las comunidades involucradas, y así poder mejorar la calidad de vida de su población.

Y el turismo es una vía para poder alcanzar este objetivo, claro está, aplicando las estrategias y lineamientos adecuados para que un proyecto aplicado a un territorio determinado tenga éxito.

Mejorar la calidad de vida de la población es un reto amplio que demanda la consolidación de los logros alcanzados en los últimos seis años y medio, mediante el fortalecimiento de políticas intersectoriales y la consolidación del Sistema Nacional de Inclusión y Equidad Social. (SENPLADES; 2013-2017: 135)

Objetivo 5: Construir espacios de encuentro común y fortalecer la identidad nacional, las identidades diversas, la plurinacionalidad y la interculturalidad.

Sin duda hoy en día es esencial promocionar el patrimonio cultural tanto material como inmaterial y para eso este objetivo pretende crear espacios de encuentro para fortalecer la identidad nacional de los pueblos del Ecuador.

El compromiso del Estado es promover políticas que aseguren las condiciones para la expresión igualitaria de la diversidad. La construcción de una identidad nacional en la diversidad requiere la constante circulación de los elementos simbólicos que nos representan: las memorias colectivas e individuales y el patrimonio cultural tangible e intangible. (SENPLADES; 2013-2017: 181)

Como alternativa para el desarrollo económico del país se ha planteado la desarrollado la idea de cambiar la matriz productiva del país, es decir que la producción económica del

país se dinamice y no dependa de los mismos sectores productivos de siempre, y dentro de esa transformación se propone al turismo como una de las principales fuentes de ingresos económicos para el país.

Precisamente el Objetivo 10 del PNBV es “Impulsar la transformación de la matriz productiva”

Este objetivo es esencial para el futuro del turismo en el Ecuador ya que el cambio de la matriz productiva implica dar prioridad a sectores como el turismo, como alternativa de desarrollo económico.

Los desafíos actuales deben orientar la conformación de nuevas industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, con visión territorial y de inclusión económica en los encadenamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistémica, impulsar la contratación pública y promover la inversión privada. (SENPLADES; 2013-2017: 291)

2.2.2 PLANDETUR 2020

El PLANDETUR 2020 plantea el reto de orientar la política sectorial con un horizonte al 2020 sobre la base de un acuerdo internacional en el cual la gran mayoría de los Estados del planeta ha reconocido la necesidad de aunar esfuerzos para un desarrollo sostenible y que ahora tiene la oportunidad de sentar las bases para un turismo sostenible en el Ecuador.

A continuación se citaran los objetivos generales del PLANDETUR que tienen relación directa con la propuesta de investigación.

Por medio del turismo se puede se puede satisfacer las necesidades de varios sectores de la economía nacional, respaldando esto el objetivo 1 dice:

“Consolidar al turismo sostenible como uno de los ejes dinamizadores de la economía ecuatoriana, que busca mejorar la calidad de vida de su población y la satisfacción de la demanda turística, aprovechando sus ventajas competitivas y elementos de unicidad del país.”

El objetivo número cinco se refiere exclusivamente al turismo interno y las posibilidades de evolución y desarrollo en el futuro:

“Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.”

El turismo interno es la clave para el desarrollo del turismo internacional, ya que es muy importante que primero los ecuatorianos demos la importancia que se merecen nuestros

atractivos turísticos, y parte de todos esos atractivos, es el patrimonio cultural que puede ofrecer la cultura afrochoteña.

A continuación en el objetivo número ocho se habla de posicionar al país como un destino turístico a nivel mundial:

“Posicionar al país como un destino turístico sostenible líder que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo del Milenio con elevada responsabilidad social corporativa y efectiva gestión socio-cultural y ambiental.”

Para poder posicionar al Ecuador como un destino fuerte a nivel mundial hace falta pasar por procesos muy largos, pero es necesario que se empiecen a proponer ideas que colaboren con el desarrollo del turismo en Ecuador, sin duda el turismo cultural es un uno de los aspectos más importantes dentro del turismo nacional.

Dentro de los programas de ejecución que propone el PLANDETUR 2020 se encuentra el programa: Desarrollo y Fortalecimiento del Turismo Comunitario para el turismo de Ecuador

Este programa está orientado básicamente a la forma de ver el turismo de las comunidades, y nos muestra una perspectiva tanto tradicional como una perspectiva de la comunidad.

Tabla 1: Perspectivas del PLANDETUR 2020

PERSPECTIVA TRADICIONAL	PERSPECTIVA COMUNITARIA
Actividad económica	Actividad que garantiza la continuidad de la vida humana en armonía con todas las otras formas de vida.
Atractivos y actividades turísticas	Patrimonio territorial de vidas: patrimonio natural y cultural
Infraestructura social básica	Buen vivir colectivo
Infraestructura turística	Desarrollo de la vida plena y dinamización de las actividades productivas comunitarias
Superestructura turística	Desarrollo de nuevas capacidades para la administración y gestión de los productos turísticos
Demanda Turística	Desarrollo de la interculturalidad mediante el turismo vivencial comunitario

Fuente: PLANDETUR 2020:291

Elaboración: El autor

En resumen esta tabla trata de presentar y explicar la perspectiva de los componentes del sistema turístico desde la forma tradicional y la perspectiva comunitaria.

2.2.3 PLAN ESTRATÉGICO DE IMBABURA 2014-2019

El plan estratégico de Imbabura 2014-2019, es un documento diseñado para planificar las actividades, estrategias, políticas y lineamientos a seguir en un período de 5 años.

Además, este documento está realizado en base a los objetivos y lineamientos del Plan Provincial de Desarrollo 2011-2021; este Plan incorpora los criterios técnicos de la planificación estratégica y se fundamenta en la Normativa Legal que rige a las instituciones del Estado en forma general y específicamente en lo establecido en el Código Orgánico de Planificación y Finanzas Públicas y el Código Orgánico de Ordenamiento Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD). (Plan Estratégico Imbabura 2014-2019: 4)

El rol fundamental de la Institución radica en la promoción del desarrollo sustentable del territorio provincial para la realización del buen vivir a través de la implementación de políticas públicas provinciales.

2.2.4 PLAN PLURINACIONAL PARA ELIMINAR LA DISCRIMINACIÓN RACIAL Y LA EXCLUSIÓN ÉTNICA Y CULTURAL

Es muy importante saber que no existe una sola forma de racismo, ya que el racismo es un fenómeno que persiste en la actualidad, y dentro de mi propuesta de investigación, los principales beneficiados y objeto de estudio son afrodescendientes, los cuales actualmente son víctimas del racismo en el Ecuador.

Conceptualización del racismo y la discriminación

Desde una perspectiva sociológica el racismo es un fenómeno complejo, característico de ideologías de poder, dominación y superioridad racial de un grupo humano sobre otro. (Plan Plurinacional para eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural, 2009-2012:7).

El prejuicio racial y la discriminación no son las únicas formas del racismo. Existen otras formas de racismo contemporáneas: el racismo político partidista, el racismo de costumbre, el racismo de violencia moral o física. Además, la intolerancia cultural, la xenofobia, la segregación, el apartheid y la negación de políticas públicas son otras formas de racismo. (Plan Plurinacional para eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural, 2009-2012: 7)

Como había mencionado antes, mi proyecto se realiza en comunidades netamente afrodescendientes, los cuales son unas de las principales víctimas de racismo en Ecuador, y por medio de esta propuesta se pretende hacer conocer más afondo la cultura y las raíces del pueblo afrochoteño y utilizando al turismo como una estrategia de desarrollo e igualdad.

Las víctimas del racismo y la discriminación racial en Ecuador

Las víctimas de racismo y la discriminación racial son por lo general aquellas personas que conjugan una diferencia racial, un signo fenotípico, con un patrimonio cultural diferenciado, raza con etnicidad. En el caso del Ecuador estas personas corresponden a los afrodescendientes, nacionalidades y pueblos indígenas, montubios, mestizos y el pueblo Rom (gitanos). (Plan Plurinacional para eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural, 2009-2012: 8).

Es claro que el racismo en el Ecuador es muy fuerte, y esto impide que los pueblos y nacionalidades víctimas del racismo tengan menos oportunidades tanto de empleo como de un trato justo por los demás.

Diagnóstico

El racismo y la discriminación racial generan fuertes conflictos de identidad e impiden la concreción de la interculturalidad como proyecto nacional. Pero sobre todo se convierte en un obstáculo para el disfrute de los derechos humanos por parte de sectores históricamente discriminados como indígenas y afrodescendientes. (Plan Plurinacional para eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural, 2009-2012: 9)

2.3 El Patrimonio cultural y el turismo en el Valle del Chota

Dentro del Marco contextual de la propuesta de investigación es necesario conocer la relación entre el turismo y el patrimonio cultural, y a continuación se va a realizar un análisis pero enfocándose específicamente en el patrimonio cultural inmaterial, tanto a nivel mundial, nacional y local.

2.3.1 Patrimonio Cultural Inmaterial y su relación con el Turismo

A continuación se va a analizar por separado en primer lugar al Patrimonio Cultural inmaterial desde varias perspectivas y después se realizará un análisis en el patrimonio cultural inmaterial en conjunto con el turismo.

2.3.1.1 Turismo y Patrimonio Cultural Inmaterial a Nivel Mundial.

Como se mencionó anteriormente se va a realizar un análisis enfocado en el patrimonio cultural inmaterial y el turismo, pero antes de empezar es necesario que conozcamos por forma separada que es patrimonio cultural inmaterial para luego asociarlo con el turismo, y la OMT define al patrimonio cultural inmaterial como “los usos, expresiones, conocimientos y técnicas, así como los objetos y espacios culturales asociados, que las comunidades y en algunos casos los individuos reconocen como parte integrante de su patrimonio cultural”. (UNESCO citado en OMT)

Además menciona que dicha herencia cultural debe ser transmitida de generación en generación para crear un sentimiento de identidad de las comunidades.

El Código Ético Mundial para el Turismo (artículo 4) prescribe la protección del patrimonio natural, artístico, arqueológico y cultural para que los productos culturales, el folclore y los oficios tradicionales sobrevivan y florezcan en lugar de degenerar y acabar por homogeneizarse.

Esto es muy importante señalar, ya que el máximo organismo del turismo a nivel mundial respalda la protección del patrimonio cultural o natural de un territorio específico, con este argumento se puede respaldar los proyectos que tengan como finalidad la recuperación y protección del patrimonio de cualquier pueblo, como es mi caso.

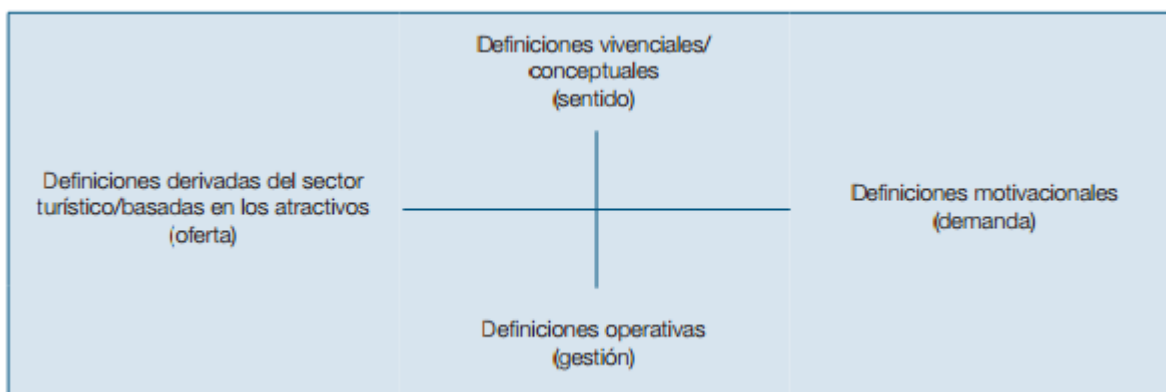
El Instituto nacional de Patrimonio Cultural (INPC) dice:

El patrimonio cultural inmaterial está ligado a la memoria y a la herencia en la medida en que su vigencia y representatividad genera procesos identitarios y de pertenencia en la comunidad. En este sentido, el Patrimonio Inmaterial está conformado por aquellas manifestaciones y expresiones cuyos saberes, conocimientos, técnicas y prácticas han sido transmitidas de generación en generación y tienen vigencia para una comunidad ya que han sido recreadas constantemente en función de los contextos sociales y naturales en un proceso vivo y dinámico que permite la resignificación de los sentidos. (INPC, <http://inpc.gob.ec/component/content/article/26>, visitado junio 13, 2014)

Como se puede apreciar el concepto de patrimonio cultural inmaterial del INPC es muy parecido al de la OMT, debido a que el INPC se basó en la definición emitida por la UNESCO (2003), la cual también sirvió de guía a la OMT.

Sin embargo cabe recalcar que el concepto del INPC está más orientado a la realidad nacional y es un poco más amplio que el de la OMT.

Gráfico 1: Definiciones de patrimonio cultural inmaterial



Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

Este cuadro nos muestra que existen definiciones de turismo cultural desde el sector turístico, los cuales se basan en los atractivos turísticos (oferta), es decir que si un territorio cualquiera cuenta con atractivos culturales, con eso ya se puede realizar turismo cultural dentro del mismo.

Y también existen definiciones derivadas desde lo motivacional, es decir de la demanda que acude a un sitio determinado, esto va más de acuerdo con la motivación que tiene un turista, es decir que también se puede definir al turismo cultural dependiendo de la motivación o de lo que quiera hacer el turista.

También es importante mencionar que el estudio realizado por la OMT tuvo como objetivo principal de identificar los principales retos, riesgos y oportunidades del desarrollo turístico en relación con el patrimonio cultural inmaterial y se proponen medidas prácticas para desarrollar y comercializar productos turísticos basados en él.

El estudio sobre turismo y patrimonio cultural inmaterial, que pone de relieve formas innovadoras de formular políticas, recomienda también medidas específicas a las distintas partes con el fin de fomentar el desarrollo sostenible y responsable del turismo, incorporando y salvaguardando los bienes culturales inmateriales. (<http://ethics.unwto.org/es/content/turismo-y-patrimonio-cultural-inmaterial>, visitado junio 09, 2014).

Tabla 2: Categorías de Patrimonio Cultural Inmaterial

UNESCO	INPC
1. Artesanía y artes visuales basadas en técnicas artesanales tradicionales.	1. Tradiciones y expresiones orales.
2. Gastronomía y artes culinarias.	2. Artes del espectáculo.
3. Prácticas sociales, rituales y festividades.	3. Usos sociales, rituales y actos festivos.
4. Música y artes escénicas.	4. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.
5. Tradiciones y expresiones orales, incluido el lenguaje como vehículo de patrimonio cultural inmaterial.	5. Técnicas artesanales tradicionales.
6. Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo.	

Fuente: UNESCO, INPC.

Elaboración: El autor

Las categorías mostradas en el cuadro anterior son categorías desarrolladas según la UNESCO y según el INPC, cabe recalcar que las categorías del INPC fueron desarrolladas en base a las que presenta la UNESCO, razón por la cual se puede observar que las categorías son las mismas a excepción de una, ya que la UNESCO presenta 6 y el INPC únicamente 5, eso se debe a que si observamos bien la UNESCO muestra a la categoría Música y artes escénicas y la categoría Prácticas sociales, rituales y festividades por separado. En cambio el INPC agrupa esas dos categorías en una sola y la llama Artes del espectáculo.

2.3.1.2 Turismo y Patrimonio Cultural Inmaterial a nivel Nacional.

Con la aprobación de la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial realizada en el 2003 gracias a los esfuerzos de la UNESCO, se alcanzó un hito trascendental porque fue la primera vez que se lanzó un instrumento realizado específicamente para la salvaguardia del PCI. (Pajuelo, 2010).

Sin duda la Convención del 2003 abrió las puertas en América Latina para el desarrollo de la conservación del Patrimonio Cultural Inmaterial, esto ayudó a que en cada uno de los países de la región se observen experiencias de promoción, salvaguardia, investigación y difusión del patrimonio tanto material como inmaterial.

En el caso de Ecuador, la Convención ha permitido visibilizar fuertemente el PCI, con lo que ha contribuido a la acción estatal más destacada, es decir el Ministerio de Cultura a través del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC) promulgar el Decreto de Emergencia del Patrimonio Cultural el año 2007. (Pajuelo, 2010; 51-52).

Además, esto ha permitido que el Ecuador pueda realizar una labor más acelerada de registro del patrimonio tangible monumental e inmaterial (especialmente artístico), que logró cubrir todo el país durante los meses siguientes. Como resultado de este trabajo, el Ecuador cuenta ahora con base de información y catalogación que le permitirá, en los próximos años, impulsar políticas nacionales específicas de salvaguardia y difusión de distintos tipos de patrimonio, incluyendo el PCI. (Pajuelo, 2010:52).

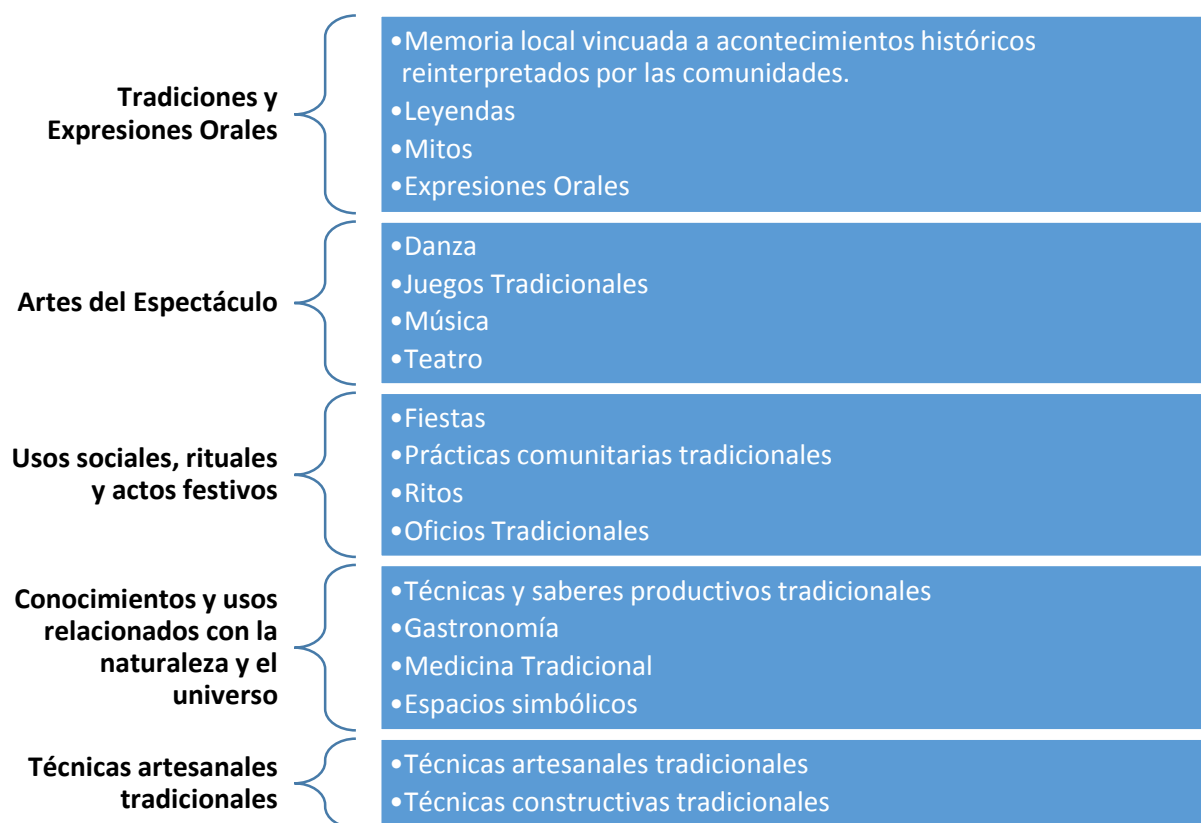
Todo lo antes mencionado por Pajuelo (2010), se refiere básicamente a que al Ecuador como a otros países de Latinoamérica le sirvió mucho la aprobación de la Convención del 2003, porque a partir de ese momento estuvieron claras muchas cosas relacionadas especialmente con el PCI, ya que como se mencionó anteriormente antes de la Convención del 2003, no existía ninguna norma o documento orientado específicamente a la salvaguardia del PCI.

Actualmente, en Ecuador se puede apreciar el cambio respecto a la salvaguardia del PCI, ya que contamos con el INPC, la entidad encargada de velar por el bienestar y conservación del patrimonio cultural del Ecuador, esta entidad gubernamental se encarga de realizar las investigaciones y estudios necesarios para salvaguardar cualquier bien ya sea material o inmaterial, y declararlo como patrimonio nacional, para protegerlo y conservarlo en el tiempo, para el disfrute de las demás generaciones.

Como se mencionó anteriormente, la entidad más importante del Ecuador relacionada con el patrimonio cultural es el INPC, y este menciona que el patrimonio cultural inmaterial está ligado a la memoria y a la herencia de los procesos comunitarios a través de las manifestaciones y expresiones culturales del pueblo, pero teniendo muy en cuenta que para que esta identidad se mantenga, debe ser transmitida de generación en generación.

Para poder reconocer de manera más clara cada ámbito del patrimonio cultural inmaterial, el INPC ha desarrollado categorías más específicas de las manifestaciones y expresiones culturales de los pueblos, mostradas en la siguiente lista:

Gráfico 2: Categorías de manifestaciones y expresiones culturales



Fuente: Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (INPC)

Elaboración: El autor

Es importante resaltar que para el desarrollo de esta categorización se tomó en cuenta la información generada por producto del proyecto de Inventario Nacional de Bienes Patrimoniales (Decreto de Emergencia), se incorporaron y validaron las consideraciones sobre Patrimonio Inmaterial de la UNESCO y del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural del Ecuador.

2.3.1.3 Turismo y Patrimonio Cultural Inmaterial a Nivel Local

Es necesario comenzar diciendo que a nivel local, hablando de la provincia de Imbabura no existen demasiadas experiencias de turismo cultural, por lo cual vamos a plantearlo principalmente como turismo y planificación ya que se va a analizar el documento de planificación de la Provincia de Imbabura, mencionando algunos ejemplos.

Para analizar el contexto del turismo y sus componentes a nivel local, es necesario partir desde el documento de planificación más importante a nivel local, el cual es el Plan Estratégico de Imbabura 2014-2019, desarrollado por el SENPLADES para el Gobierno Autónomo Descentralizado de Imbabura, el cual se explica a continuación:

Se revisó el documento y se identificó que el turismo cultural está priorizado en el plan de trabajo de la Provincia. Debido a que el enfoque principal de esta sección del capítulo es el patrimonio cultural, únicamente se hará referencia al Objetivo 6 de dicho documento, y dice; “Diversificar la oferta turística resaltando la riqueza natural e identidad cultural de los pueblos y nacionalidades de la provincia de Imbabura”. (Plan Estratégico de Imbabura 2014-2019).

Como se puede apreciar este objetivo está orientado específicamente a la riqueza natural e identidad cultural de los pueblos, lo cual es muy importante para esta investigación. Por medio del “Fortalecimiento y Apoyo a las iniciativas Público-Privadas para el Fomento Turístico” lo que se busca es aportar al desarrollo de todos los cantones de la provincia de Imbabura resaltando la riqueza natural e identidad cultural de los pueblos y nacionalidades de la provincia.

Para esto está planificado el diseño, implementación de 6 corredores, 8 rutas, 4 circuitos, que bien podría estar tomado en cuenta esta investigación. También la realización de eventos de difusión cultural y turística.

2.4 Imbabura

La provincia de Imbabura es una de las 24 provincias de la República del Ecuador, conocida como la provincia de los lagos, su capital es la ciudad de Ibarra. De acuerdo al último ordenamiento territorial del Ecuador, Imbabura pertenece a la zona de planificación número uno, junto con las provincias de Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos.

Ubicada en la región sierra al norte del Ecuador, la provincia de Imbabura tiene 6 cantones que son; Antonio Ante, Cotacachi, Ibarra, Otavalo, Pimampiro y San Miguel de Urququí, entre sus agrupaciones étnicas más importantes están los Otavalos, Natabuelas, y los Negros del Chota.

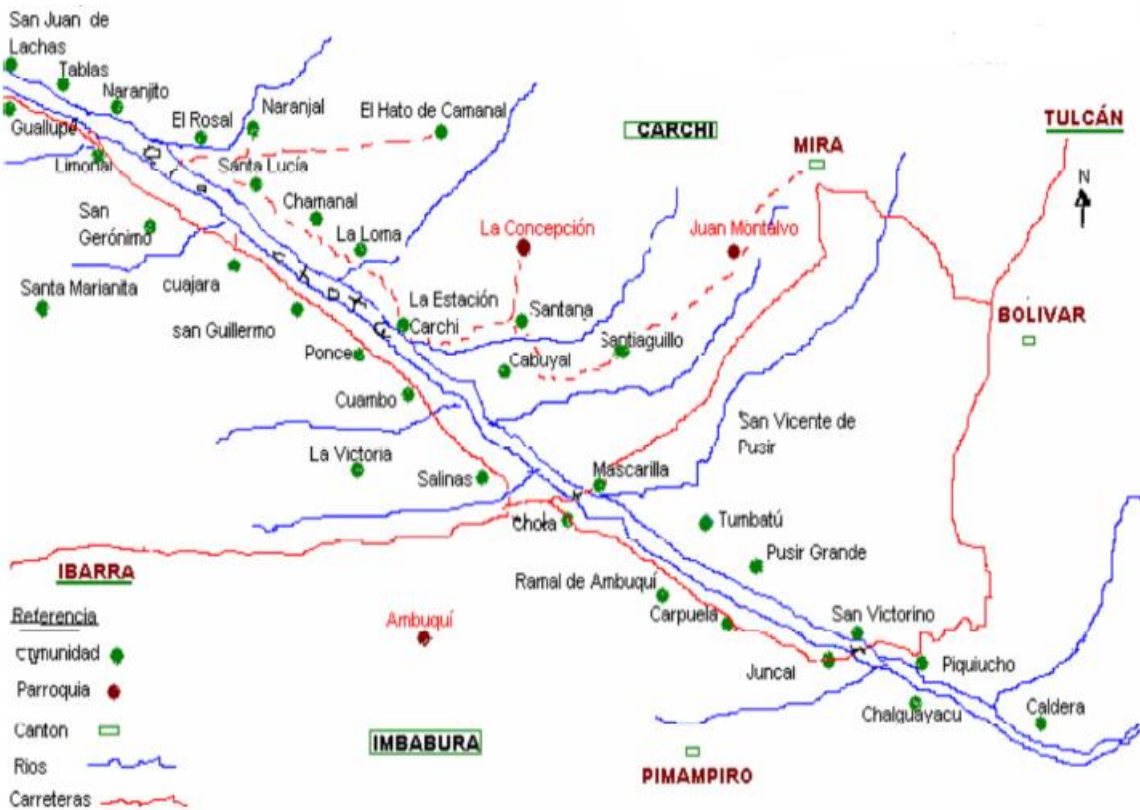
2.4.1 Territorio Ancestral; Chota, Salinas, La Concepción y Guallupe

La presencia de hombres y mujeres afrodescendientes en Ecuador data del año 1526 en el momento mismo que se descubrieron las costas de Esmeraldas cuando fueron traídos del continente africano en calidad de esclavos, su llegada a la provincia de Esmeraldas data de principios del siglo XVI y al Valle del Chota en la segunda mitad del mismo siglo. (Antón, 2010).

“El territorio ancestral Valle del Chota está conformado por más de 38 comunidades afroecuatorianas, distribuidas en 5 cantones y 14 parroquias rurales, pertenecientes a las provincias de Imbabura y Carchi” (Antón, 2010:233).

Las 38 comunidades que conforman el territorio ancestral del Valle del Chota están distribuidas en la provincia de Imbabura y Carchi, entre las cuales se encuentran: Piquiucho, Caldera, **Juncal**, **Chalguayacu**, Carpuela, Ramal de Ambuquí, **Chota**, Cuambo, Ponce, San Guillermo, Cuajara, **Salinas**, La Victoria, Santa Marianita, Limonal, Guallupe, Pimampiro, Ambuquí, San Vitorino, Pusir Grande, Tumbatú, San Vicente de Pusir, **Mascarilla**, Santiaguillo, Cabuyal, Santana, La Estación Carchi, La Loma, Chamanal, Santa Lucía, La Concepción, San Juan de Lachas, Naranjito, El Rosal, El Naranjal, Bolívar, Mira y Juan Montalvo.

Mapa 1: Comunidades del Territorio Ancestral Valle del Chota



Fuente: “Federación de Comunidades y Organizaciones Negras de Imbabura y Carchi (FECONIC)”

2.4.1.1 Valle de Salinas

Salinas forma parte del territorio ancestral del Valle del Chota. Actualmente corresponde a una parroquia rural que se encuentra ubicada en la Sierra Norte del Ecuador en la Provincia de Imbabura, aproximadamente a 80km de la ciudad de Quito y a 30 km de la ciudad de Ibarra. Esta parroquia limita al norte con la provincia del Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos y al oeste con la provincia de Esmeraldas.

La cabecera parroquial de Salinas y los asentamientos de población afro en esta parroquia son, uno de los más antiguos dentro del valle del Chota-La Concepción. En el siglo XVI fue un asentamiento indígena quienes explotaban y comercializaban la sal, más adelante a finales del siglo XVI se conformó con un grupo de españoles y mestizos, años más tarde en el siglo XVII se introdujo un grupo de esclavizados afros para dedicarlos a las faenas agrícolas en el cultivo de caña de azúcar y a la explotación de la sal. (Chalá, 2006; 109).

Las comunidades que comprende el Valle de Salinas son: Santa Catalina de Salinas (Cabecera Parroquial), San Luis, Cuambo, El Consejo, La Victoria y Tapiapamba. Del Valle de Salinas la comunidad Santa Catalina de Salinas es la que forma parte de la ruta turística propuesta.

2.4.1.2 Valle de la Concepción

El Valle de la Concepción es una zona geográfica a en la que se encuentra asentada la parroquia del mismo nombre la cual es la más grande de asentamiento afrodescendiente La concepción forma parte del gran valle interandino ecuatoriano conocido como Chota-La concepción y Salinas, bañado por el Río Chota-Mira. (Chalá, 2006; 114).

El Valle de la Concepción cubre un espacio entre las provincias de Imbabura, Carchi y está ubicado entre los 0° 30' y 0° 45' de Latitud Norte y entre los 78° 50' Longitud Oeste.

2.4.1.3 Valle del Chota

El “Valle del Chota-Mira” o “Valle del Coangue”, se localiza en la sierra norte ecuatoriana; debe su nombre al río que lo atraviesa, conocido como Chota-Mira. Cubre una extensión aproximada de 80 km² desde Pimampiro (Imbabura) hasta La Concepción (Carchi). En su recorrido, el río desciende desde los 3000 m s.n.m., que al juntarse con el río Escudillas forma el Chota (a 1800 m). Una vez que recibe las aguas del Piguchuela se denomina Mira, avanza hasta La Concepción a una altura de 1400 m, cruza Chamanal a 1310 m, Santa Lucía y Cuajara a 1169 m, para perderse en la cordillera occidental rumbo al litoral ecuatoriano (Coronel citado en Mazon, 2011).

Es un valle que posee tierras cálidas y variados microclimas. En la parte baja hay pequeñas llanuras que son atravesadas por varias quebradas que desembocan en el río Chota y sus afluentes, el cual cruza por este valle dando lugar a la formación de grandes orillas. La estructura geológica está constituida por depósitos volcánicos y sedimentarios.

El Valle del Chota comprende nueve comunidades: Caldera, Apaquí, Piquiucho, Juncal, Chalguayacu, Carpuela, Pusir, Tumbatú, Mascarilla, Chota. (Entrevista realizada al Magister Iván Pabón Chalá, el 10 de Marzo del 2015).

Mapa 2: Ubicación del Valle del Chota



Fuente: Municipio de Imbabura

2.4.4 Comunidades de la investigación

El valle del Chota propiamente dicho está comprendido de 9 comunidades que son Caldera, Piquiucho, Juncal, Chalguayacu, Carpuela, Mascarilla, Pusir, Tumbatu y Chota. Todas estas comunidades están ubicadas en las provincias de Imbabura y Carchi, siendo parte del territorio ancestral afrodescendiente de la zona.

Para esta propuesta de ruta de turismo cultural han sido tomadas en cuenta las comunidades de Juncal, Chalguayacu, Chota, Mascarilla además de Salinas, esto se debe a muchos factores que se trataran a continuación:

Esta ruta fue sugerida y aprobada por la Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra, ya que ellos mencionaron que estaban buscando una persona que realizara un propuesta similar con las comunidades antes mencionadas, además se comprometieron a prestar toda su ayuda posible en el proceso de elaboración de la investigación.

Otra razón determinante es el hecho de que estas comunidades de la ruta están ubicadas al margen de la panamericana norte, lo cual facilita el recorrido y visita de los atractivos en menor tiempo.

Los pobladores de estas comunidades son muy abiertos a la hora de colaborar con información o cualquier ayuda necesaria para el cumplimiento de la investigación.

Las comunidades planteadas están muy cerca una de la otra, de hecho la mayor distancia que separa una comunidad de otra es de apenas 15 km, lo cual es muy importante ya que hace posible la visita de todos los atractivos en un solo día si el turista así lo prefiriera.

Todas estas comunidades cuentan con al menos un líder que podría dar continuidad y velar por que la propuesta de ruta turística sea una realidad, ya que además de esto los pobladores de estos sectores mantienen buenas relaciones y son muy unidos a la hora de trabajar por el bien de todos, una clara prueba de esto son las diferentes organizaciones y grupos que han conformado para una mejor comunicación y organización, entre dichas organizaciones están; La Federación de Comunidades y Organizaciones Negras de Imbabura y Carchi (FECONIC) fundada en 1997, La Coordinadora de Mujeres Negras (CONAMUNE) fundada en 1999, entre muchas otras.

La Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra mantiene buenas relaciones con los líderes comunitarios de las comunidades planteadas, de hecho ya se ha trabajado en proyectos turísticos que lamentablemente han tenido éxito por los diferentes cambios de administraciones y otros factores externos que no han permitido que se concreten dichos proyectos, por esta razón es que se sugirió presentar una propuesta con bases y bien sustentada para incluirla dentro de la planificación de la administración actual y más adelante por qué no, la propuesta sea una realidad.

CONCLUSIONES DEL SEGUNDO CAPÍTULO

Sin duda la revisión del contexto del turismo y el patrimonio cultural inmaterial, sirvió para conocer las definiciones de las instituciones más importantes en lo que se refiere a patrimonio cultural tanto a nivel nacional como mundial, esto me ayudó para relacionar y comprender de mejor manera el origen de las normas e instituciones de patrimonio cultural inmaterial en el Ecuador.

Es muy interesante saber que toda la estructura institucional relacionada con el Patrimonio Cultural Inmaterial tiene su origen en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial realizada por la UNESCO en el 2003, a partir de ese momento casi toda Sudamérica tuvo la oportunidad de contar con un documento oficial orientado específicamente a la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.

Pero tal vez lo más provechoso de haber realizado el marco contextual, es haberme dado cuenta que todo lo que las instituciones nacionales e internacionales plantean como patrimonio cultural inmaterial y como aprovecharlo turísticamente, el pueblo afrochoteño lo tiene y definitivamente es una gran oportunidad para ponerlo en valor y plantearlo como un destino turístico cultural fuerte dentro del Ecuador.

CAPITULO III

3. POTENCIAL TURÍSTICO DE LA ZONA

3.1 INTRODUCCIÓN

Generalmente una propuesta de sistema turístico parte de la idea general de que un sistema es una totalidad organizada, compuesta por diferentes elementos cuya función se interrelaciona para alcanzar un fin común. La diferencia entre un sistema y otro, radica en los elementos que lo conforman.

El estudio de los componentes de un turismo sistémico no es nuevo. Desde 1976, Neil Lieper propone su sistema turístico de cinco elementos (Acerenza citado en Ricaurte (2009)), de estos cinco elementos uno es dinámico se refiere al turista, tres son geográficos: el espacio emisor, la ruta o espacio de tránsito y el espacio receptor y un elemento es económico: la industria productora de servicios turísticos. (Ricaurte, 2009: 12-13).

El enfoque de Roberto Boullon desde los años 70 ha sido un enfoque de planificación físico-territorial, donde el sistema turístico “se inicia en el encuentro de la oferta con la demanda a través de un proceso de venta del producto turístico, que junto con la infraestructura forman la estructura de producción del sector”. (Boullon citado en Ricaurte, 2009: 13).

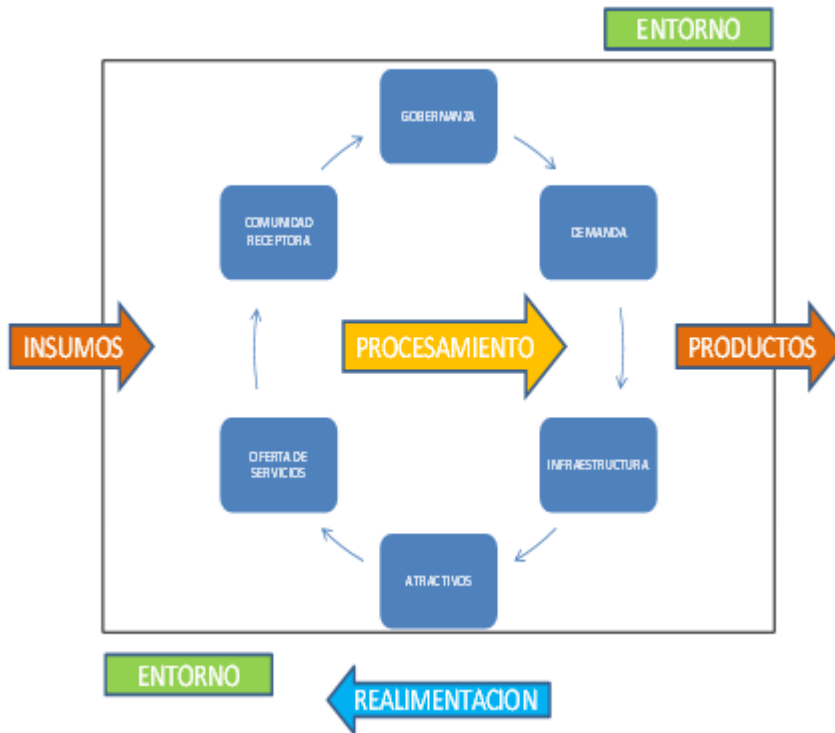
El análisis que se puede hacer de todas las propuestas de sistema turístico planteadas por diferentes autores es que ninguno toma en cuenta una parte fundamental en el campo del desarrollo local del turismo, y esa parte medular es la comunidad local o receptora.

Para suplir este vacío Sergio Molina (2005) concibe al turismo como un sistema abierto relacionado con el medio ambiente con el que establece intercambios: el sistema importa insumos que al ser procesados emergen al entorno en forma de productos. El sistema turístico propuesto está integrado por 6 subsistemas: superestructura, demanda, atractivos, equipamiento, infraestructura y comunidad local los que interactúan entre sí con el fin de alcanzar un objetivo común. (Molina en Ricaurte, 2009: 13)

La propuesta de sistema de Molina (2009) es la más llamada a tomar como base en el diagnóstico del turismo local, su metodología encaja completamente en proyectos de desarrollo local, ya que es el único que toma en cuenta a la comunidad receptora como componente clave del sistema.

Por otra parte, la propuesta de Sergio Molina se asienta en la Teoría General de Sistemas y desde ese punto de vista considera al sistema turístico como un sistema abierto que está inserto en un entorno social, ambiental, político y económico lo que nos proporciona una base teórica para la práctica de un turismo sostenible, responsable con la comunidad receptora y dinámico económica y políticamente. (Ricaurte, 2009: 14).

Figura 1: Sistema Turístico de Sergio Molina



Fuente: Manual para el Diagnóstico Turístico Local

3.2 SISTEMA TURÍSTICO

El sistema turístico es un conjunto de relaciones que giran en torno a la actividad turística, ya que a partir de la necesidad que tiene el turista de movilizarse de un punto hacia otro han surgido una serie de necesidades esenciales que aseguren su confort. Hay que tener en cuenta que un atractivo turístico para ser llamado así tiene que contar con diferentes componentes que complementen, aseguren y justifiquen la visita del mismo por parte de un turista. Boullon (2006) define a un atractivo turístico como la materia prima del turismo, sin la cual un país o una región no podrían emprender el desarrollo (porque les faltaría lo esencial y porque sólo a partir de su presencia se puede pensar en construir una planta turística que permita explotarlo comercialmente).

Partiendo de lo que plantea Boullón, el atractivo turístico es indispensable para desarrollar la actividad turística pero también es importante decir que el atractivo solo no tiene ningún valor si no está acompañado de los otros componentes del sistema turístico, lo cual plantearémos a continuación.

3.2.1 COMUNIDAD RECEPTORA

3.2.1.1 SALINAS

Los Datos que se mencionarán continuación fueron obtenidos del Plan de Desarrollo de Imbabura y el Plan de Ordenamiento Territorial Ambuqui-Chota (2012-2025).

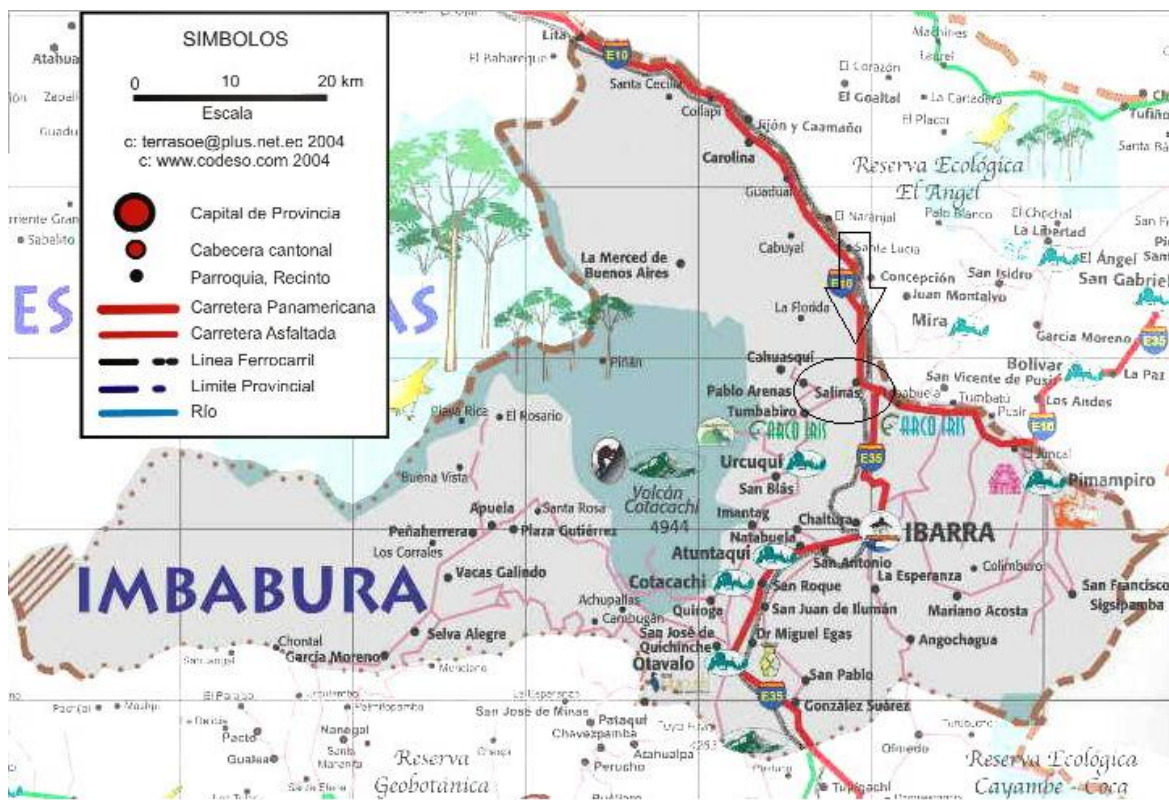
A) Ubicación

Geográficamente la comunidad de Salinas pertenece a la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia Salinas.

Según datos geográficos obtenidos del Plan de Desarrollo Territorial de Imbabura, Santa Catalina de Salinas se encuentra ubicada al norte de la ciudad de Ibarra, a 20 km de distancia, por un ramal de la Panamericana que se conecta con el cantón San Lorenzo.

Según datos de la Comisión Especial de Límites de la República (CELIR) la parroquia de Salinas cuenta aproximadamente con una superficie de 111,27 km², y su altitud oscila entre 1400 y 3150 m.s.n.m

Mapa 3: Ubicación Comunidad de Salinas



Fuente: Ministerio de Transporte y Obras Públicas

B) Información Demográfica

Según el Censo del 2010 la parroquia de Santa Catalina de Salinas, la comunidad tiene una población de 1741 habitantes, de los cuales 887 son hombres y 854 son mujeres. El 37.51% son mestizos, el 1.78% son blancos, el 0.52% son montubios, el 2.24% son indígenas y el 57.95 % son afroecuatorianos.

El nivel de instrucción de los pobladores es en su mayoría primaria, de acuerdo a resultados de las encuestas realizadas en la comunidad el 59% respondieron que únicamente terminaron la escuela ya que la necesidad de llevar dinero a sus hogares tuvieron que trabajar desde muy temprana edad.

C) Actividades Económicas

De acuerdo a datos obtenidos del Plan de Desarrollo de Imbabura y el Plan de Ordenamiento Territorial Ambuqui-Chota (2012-2025), la principal actividad económica de las comunidades del Valle del Chota es la agricultura, y en la comunidad de Salinas no es la excepción. Ya que después de hacer un levantamiento de información se comprobó que definitivamente la agricultura es la primera actividad económica de la comunidad de Salinas seguida del comercio.

También es importante recalcar que debido a que la mayoría de los hombres trabajan en la agricultura, el 80% de las mujeres trabajan como amas de casa cuya ocupación es la siguiente en importancia después de las dos antes mencionadas.

D) Aspectos Culturales

De acuerdo a datos obtenidos del Censo de Población y Vivienda del año 2010, el total de afroecuatorianos auto-identificados representan el 57.95%.

En cuanto a las manifestaciones culturales que sobresalen en Salinas, son la danza y música bomba, la elaboración de artesanías y elaboración de platos típicos, para confirmar estos datos se realizó una encuesta a los pobladores de cuales aspectos consideran que serían más atractivos para el turista el 50% de los encuestados respondieron la danza y la música afro, seguido de la comida típica como otro punto fuerte a ofertar en un paquete turístico.

E) Relación de la Comunidad con el Turismo

Salinas es la comunidad que tiene la mayor relación con el turismo que las demás comunidades de la propuesta, debido a la presencia de importantes atractivos turísticos como son El Tren de La Libertad (principal atracción) que desde la rehabilitación e inauguración en el año 2012 ha sido una de las principales fuentes económicas para muchas familias se benefician directa e indirectamente. De hecho, de acuerdo a datos que maneja la junta parroquial de Santa Catalina de Salinas, gracias a la presencia del tren, la comunidad

recibe alrededor de 2000 turistas a la semana, teniendo en cuenta que el tren opera de miércoles a domingo.

Según datos del GAD de Salinas actualmente alrededor de 20 familias de la comunidad están involucradas en actividades relacionadas con el turismo como la gastronomía (20%), venta de artesanías (30%), comercio (50%).

Las actividades principales que realizan los involucrados en el turismo, son la guianza (40%), preparación de alimentos (35%) y venta de artesanías (25%).

Es importante añadir que el turismo ha sido una alternativa económica muy buena que incluso ha motivado a jóvenes y adolescentes a estudiar carreras relacionadas con turismo, esto se pudo evidenciar en encuestas que se realizó a los jóvenes de 13 a 18 años.

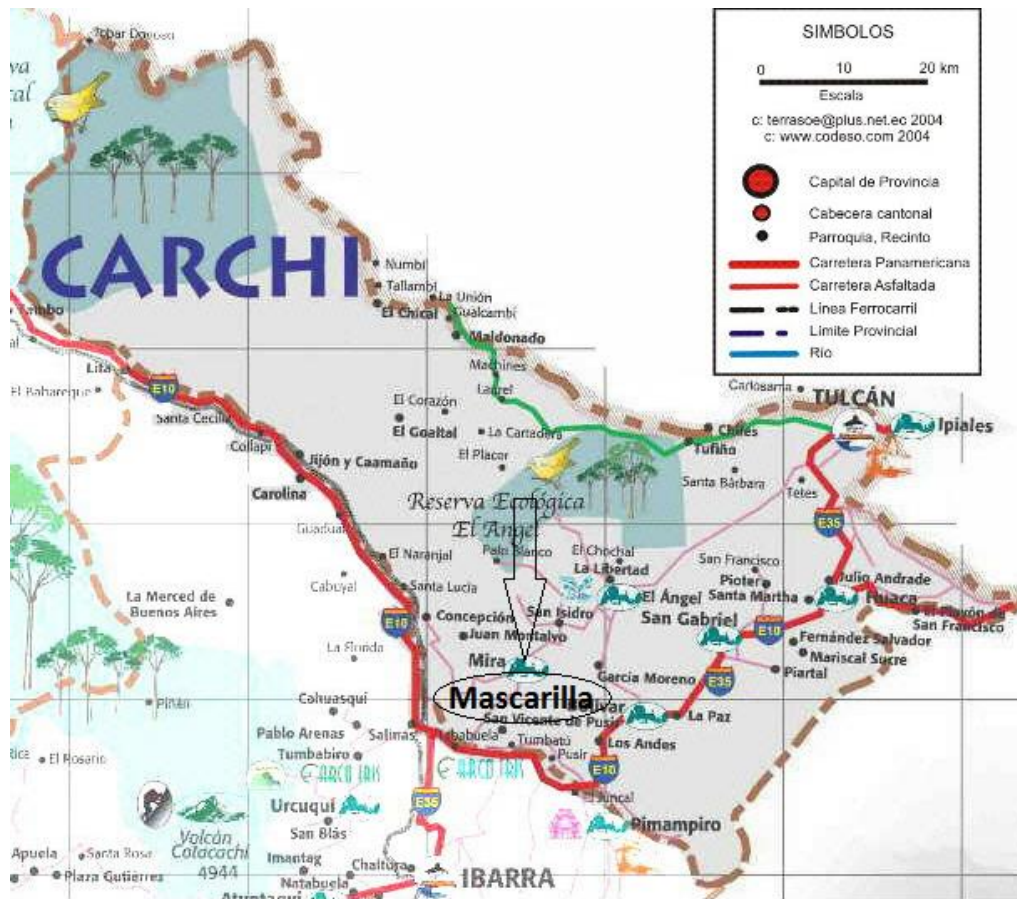
3.2.1.2 MASCARILLA

A) Ubicación

De acuerdo a información registrada en la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario (FEPTCE), la comunidad de Mascarilla está ubicada en la provincia del Carchi, cantón Mira, parroquia Mira al norte de Ecuador en el Valle del Chota formada por un pueblo étnico Afroecuatoriano.

Está ubicada a 85 km de la capital Quito y a 35 km de la ciudad de Ibarra por la vía panamericana norte vía Tulcán.

Mapa 4: Ubicación Comunidad Mascarilla



Fuente: Municipalidad del Cantón Mira

B) Información Demográfica

La comunidad de Mascarilla tiene una población aproximada de 1350 habitantes (Censo 2010) de los cuales 750 son hombres y 600 mujeres, en cuanto al nivel de instrucción según datos obtenidos en las encuestas realizadas al número de pobladores determinada en la muestra, el 40% terminó la escuela seguido del 38% que terminó la secundaria, también cabe recalcar que existe un número considerable de personas que tiene estudios superiores.

Actividades Económicas

Según datos registrados en la FEPTCE las principales actividades económicas de la comunidad son la agricultura con la producción de tomate, pimientas, fréjol, caña de azúcar y muchos productos más, complementario a esta han logrado implementar unos proyectos de desarrollo alternativo muy novedosos como las artesanías en barro.

De acuerdo a datos obtenidos en las encuestas las ocupaciones principales de los habitantes de Mascarilla son la agricultura y quehaceres domésticos realizados por las mujeres.

C) Aspectos Culturales

La población de la comunidad de Mascarilla es afrodescendiente en un 98% (INEC 2010). Las principales manifestaciones culturales de esta comunidad son la elaboración de artesanías, la danza y música bomba y la comida típica.

Su trabajo sobre todo ha sido considerado como una parte muy importante de su pasado y su presente ya que de ahí viene su nombre, según los pobladores más ancianos de la comunidad la palabra Mascarilla quiere decir (los más fuertes).

D) Relación de la Comunidad con el Turismo

Mascarilla es una comunidad que cuenta con experiencia en la actividad turística, principalmente gracias a la elaboración de sus artesanías, esto les ha abierto las puertas para practicar turismo cultural, ya que además de mostrar sus trabajos artesanales, ofrecen recorridos por la comunidad.

Además es importante resaltar la organización que tienen los habitantes de Mascarilla para recibir turistas en su comunidad, ya que un grupo de mujeres se encarga de ofrecer el servicio de hospedaje comunitario para que la estancia del turista sea mayor.

De acuerdo a datos otorgados por la municipalidad del Cantón Mira al que pertenece la comunidad Mascarilla, esta comunidad recibe alrededor de 200 turistas al mes, cantidad que es muy buena comparada con otras comunidades del sector que obviamente no practican turismo.

El mercado de la comunidad Mascarilla es principalmente el mercado extranjero ya que reciben visitantes de países como Alemania, Inglaterra, Italia, Estados Unidos, Rusia, entre otros. (Datos obtenidos de registros estadísticos de la tienda artesanal Arte Negro)

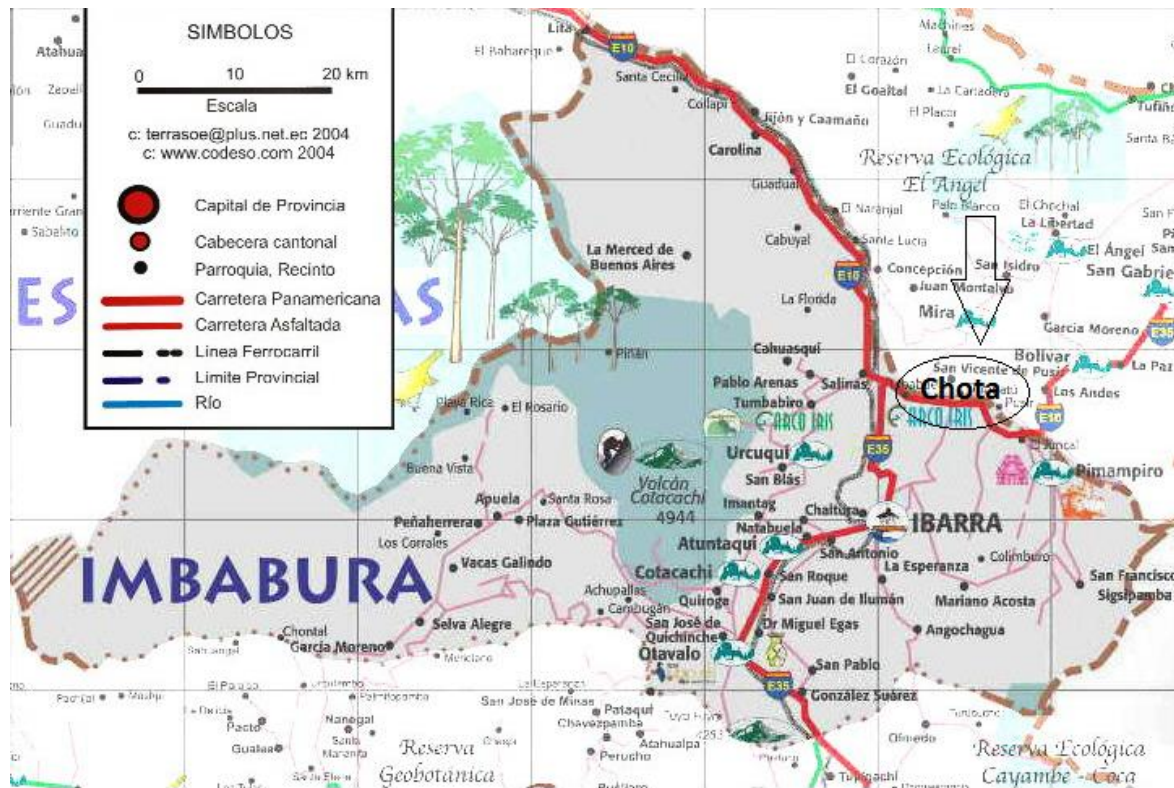
3.2.1.3 CHOTA

A) Ubicación

Geográficamente la comunidad de Chota pertenece a la provincia de Imbabura, en el cantón Ibarra, en la parroquia Ambuquí.

De acuerdo a datos registrados en el Plan de Ordenamiento Territorial (PDOT) del GAD de Ambuquí la comunidad de Chota está ubicada al Nor-Oeste de la ciudad de Ibarra y al Oeste del río Chota, a 1601 msnm (con un clima cálido seco).

Mapa 5: Ubicación Comunidad Chota



Fuente: Ministerio de Transporte y Obras Públicas

B) Información Demográfica

Según datos obtenidos del último censo poblacional (2010), Chota tiene una población aproximada de 1200 habitantes.

Según datos obtenidos en las encuestas realizadas a la comunidad, la mayoría ha terminado únicamente la escuela, debido a necesidades económicas.

Actualmente gracias a la educación gratuita existe un mayor porcentaje de jóvenes que cursan la secundaria lo cual ha hecho que la tasa de analfabetismo disminuya considerablemente en la zona.

C) Actividades Económicas

De acuerdo a resultados obtenidos en las encuestas realizadas en la comunidad de Chota la principal actividad económica es la agricultura, seguido del comercio.

Al igual que en las demás comunidades existe un gran número de amas de casa debido al trabajo de sus esposos y el estudio de sus hijos.

D) Aspectos Culturales

La comunidad de Chota tiene una población afrodescendiente en un 95% (INEC, 2010), y al igual que las otras comunidades de la propuesta comparte la misma identidad cultural.

Según los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a la comunidad las principales manifestaciones culturales de este pueblo, son la danza y música bomba, algo que se puede apreciar en su mejor esplendor en las fiestas de carnaval llamadas Coangue. La gastronomía típica es también parte de su cultura.

E) Relación de la Comunidad con el turismo

Chota es una comunidad que ya cuenta con una participación importante en turismo de aproximadamente 5 años, especialmente comunitario gracias a la autogestión de los pobladores. Actualmente Hospederías comunitarias “Doña Evita” es un proyecto de turismo comunitario que presta todas las facilidades y comodidades al turista.

Una de las mujeres promotoras del proyecto manifestó que el servicio incluye alimentación, hospedaje, recorrido por las fincas agrícolas además de una noche cultural, ella también acotó que cuando el proyecto inició hace aproximadamente 2 años tenían únicamente 3 visitas al año pero que ahora tienen turistas cada dos meses, es decir seis veces al año, y que ahora reciben entre 150 y 200 turistas al mes, siendo el principal mercado estudiantes universitarios de Ibarra, Quito y Cuenca.

Otro puntal importante en lo que respecta al turismo es sin duda el carnaval Coangue que se lo realiza todos los años en el mes de febrero, esto también ha llamado la atención de muchos turistas nacionales y extranjeros, ya que según datos de la fundación piel negra que es una organización sin fines de lucro que año a año organiza este festival, en las fechas de carnaval Chota recibe más de 5000 turistas, en solo 3 días, lo que beneficia a casi todas las familias que conforman esta comunidad.

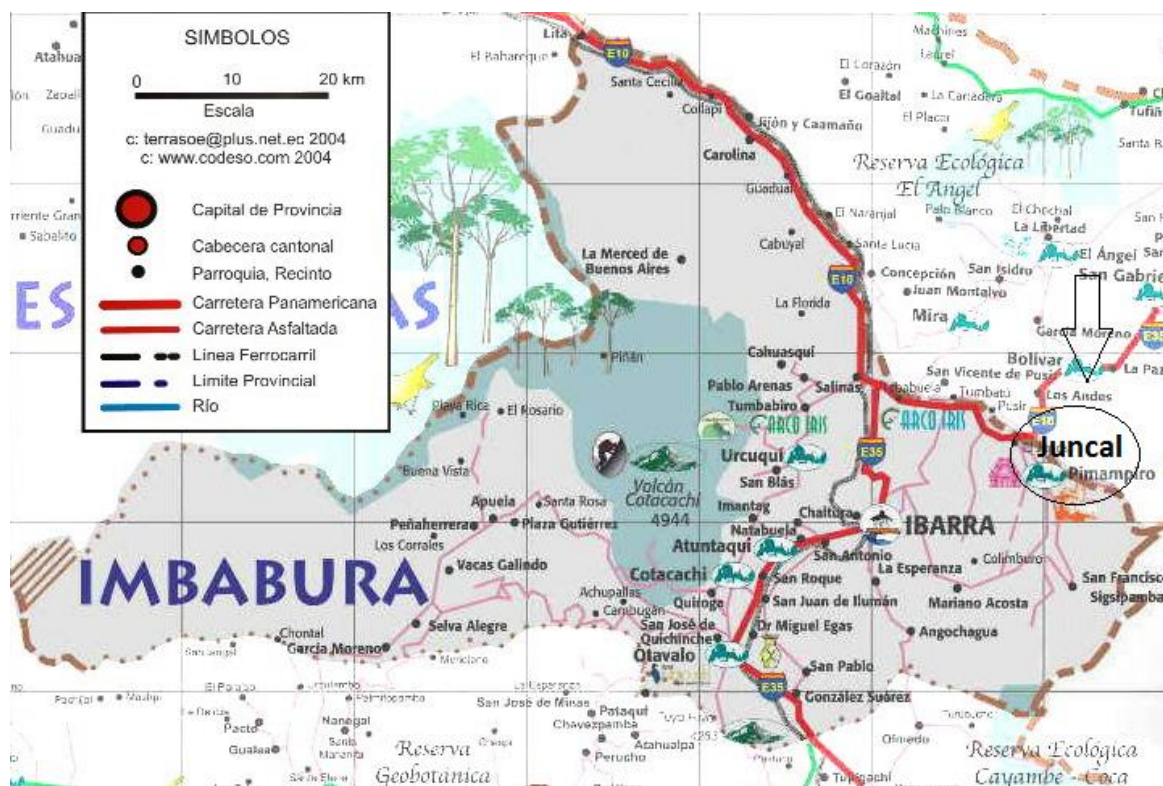
3.2.1.4 JUNCAL

A) Ubicación

Geográficamente la comunidad de Juncal pertenece a la provincia de Imbabura, cantón Ibarra, parroquia Ambuquí.

De acuerdo a datos registrados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Ambuquí-Chota (2012-2025) Juncal se encuentra ubicado al Oeste del río Chota a 1676 msnm. Con un clima cálido seco, en el límite interprovincial entre Imbabura y Carchi; se asienta al borde de la Panamericana Norte y de la vía a Pimampiro, por lo que tiene una muy buena accesibilidad.

Mapa 6: Ubicación Comunidad Juncal



Fuente: Ministerio de Transporte y Obras Públicas

B) Información Demográfica

De acuerdo a resultados obtenidos de las encuestas realizadas en el sector, el mayor porcentaje de habitantes únicamente han terminado la escuela, pero mencionaron que gracias a la situación actual de la educación, muchos jóvenes cursan la secundaria e incluso otros han podido acceder a la universidad.

C) Actividades Económicas

En la comunidad de Juncal la principal actividad económica es la agricultura al igual que en la mayoría de comunidades afro, aunque aquí tiene una importancia similar el comercio, especialmente realizado por las mujeres.

Juncal es una parada obligatoria preferida por muchos de los turistas gracias a la oferta de las famosas fritadas, este plato es reconocido y apetecido por turistas locales y nacionales. Precisamente la oferta de platos típicos es también otra alternativa de ingreso económico.

D) Aspectos Culturales

La comunidad de Juncal tiene una población afrodescendiente en un 95% (INEC, 2010), que comparte la misma identidad cultural de las demás comunidades planteadas en la propuesta.

De acuerdo con datos obtenidos del Ministerio de Cultura (2012) la danza y música bomba son las principales manifestaciones culturales de esta comunidad. En cuanto a la bomba como instrumento, Juncal es una comunidad muy especial ya que allí se encuentra uno de los últimos hacedores del instrumento de la forma tradicional, Don Cristóbal Barahona, que es una persona de edad avanzada que no podrá continuar realizando esta labor por muchos años más.

Juncal también se caracteriza por ser el límite provincial entre Imbabura y Carchi, separados por el puente del Juncal, a cuya construcción se compuso una canción de género bomba.

E) Relación de la Comunidad con el Turismo

Si bien es cierto el Turismo en Juncal no es la principal fuente de ingreso, según datos obtenidos del Plan de Desarrollo de Imbabura, Juncal es una comunidad muy importante para el turismo, ya que es un paradero de turistas tanto hacia el norte como hacia el sur del Ecuador. Esto gracias a las deliciosas fritadas “El Juncal” muchas personas se detienen para almorzar, ese sería el momento adecuado para ofrecer actividades complementarias que extiendan su tiempo de visita.

Además, en las fiestas de carnaval en el mes de febrero al igual que Chota, juncal organiza el carnaval Coangue, la cual atrae una gran cantidad de turistas nacionales y extranjeros atraídos por la belleza de la danza y música de la cultura afrochoteña.

Según datos proporcionados por la Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra, la comunidad de Juncal es una de las comunidades preferidas de los visitantes, debido principalmente a la fama de sus fritadas y también la motivación de conocer la cultura frochoteña, ya que esa zona también es muy conocida por los futbolistas nacionales que han surgido, y precisamente la gente quiere conocer su lugar de origen.

3.2.1.5 CHALGUAYACU

A) Ubicación

Geográficamente la comunidad de Chalguyacu pertenece a la provincia de Imbabura, cantón Pimampiro, parroquia Pimampiro.

De acuerdo a información otorgada en la Dirección de Cultura del Municipio de Pimampiro Chalguyacu está situada en el valle del mismo río Chota, es un terreno completamente bajo, se encuentra al Norte del Poblado de Pimampiro, a 8 kilómetros de distancia.

Se encuentra a una altura de 1.700 metros sobre el nivel del mar, su temperatura media es de 19 grados centígrados. Los terrenos planos de este lugar son propiamente las playas del río Chota, de aquí su cualidad y calidad agrícola es superior a los demás terrenos, se formó por los materiales arrastrados por este río.

Mapa 7: Ubicación Comunidad Chalguyacu



Fuente: Ministerio de Transporte y Obras Públicas

B) Información Demográfica

Chalguayacu pertenece al Cantón Pimampiro y tiene una población cercana de 1350 personas aproximadamente (INEC 2010), de los cuales 823 son hombres y 520 mujeres.

Al igual que en la mayoría de comunidades del Valle del Chota, en Chalguayacu la mayoría de habitantes encuestados tienen instrucción primaria.

C) Actividades Económicas

Según resultados obtenidos en las encuestas realizadas a la comunidad de Chalguayacu, la principal actividad económica es la agricultura, actividad que es realizada especialmente por los hombres, de ahí se deriva la segunda ocupación de la comunidad que es la de ama de casa realizada por las mujeres.

Otra de las actividades económicas importantes es el comercio pero en menor escala que la agricultura.

D) Aspectos Culturales

La población de Chalguayacu es 95% afrodescendiente (INEC, 2010), que comparten la misma identidad cultural que las demás comunidades del Valle del Chota.

De acuerdo a datos obtenidos en las encuestas realizadas a Chalguayacu las manifestaciones culturales que sobresalen en esta comunidad son la danza y música bomba seguidos de la comida típica.

Chalguayacu también guarda una rica historia en cuanto a la música bomba se refiere, ya que de esta comunidad es originaria la Banda Mocha, uno de los grupos tradicionales más importantes de la región del Valle del Chota. De este lugar también son oriundas las Tres Marías, un grupo de hermanas de edad mayor que se dedican a cantar canciones de la cultura africana.

E) Relación de la comunidad con el Turismo

A pesar que la comunidad de Chalguayacu no tiene la cantidad de atractivos turísticos ni recepción de turistas que las demás comunidades de la propuesta, es una comunidad muy rica en lo que a cultura y tradiciones se refiere, un ejemplo muy claro es la presencia de la Banda Mocha que es una de los grupos musicales afrochoteños más importantes de todos los tiempos en la zona del Valle del Chota.

Además es importante mencionar que actualmente Dirección de Turismo y Cultura del Municipio de Pimampiro está trabajando fuertemente en el aspecto turístico, según el Dr. Jaime Pepinós Director de Cultura del Municipio de Pimampiro se vienen momentos muy

buenos para todo el cantón Pimampiro y la comunidad de Chalguyacu es eje clave en los planes a futuro, resalta que la comunidad afro cuenta con mucha riqueza cultural que puede aportar al desarrollo del sector.

3.2.2 ATRACTIVOS TURÍSTICOS

Como se mencionó anteriormente los atractivos turísticos son la materia prima de la actividad turística, y a continuación se presentarán los atractivos turísticos levantados por el MINTUR, INPC y además se tomarán en cuenta atractivos turísticos que no se encuentran registrados en ningún documento oficial pero que son considerados atractivos turísticos por los pobladores del sector.

Tabla 3: MATRIZ DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS NATURALES Y CULTURALES DE LA ZONA DE ESTUDIO.

N.	ATRACTIVO	UBICACION	TIPO	SUBTIPO	FUENTE
1.	Artesanías en Barro	MASCARILLA	CULTURAL	ARTESANIAS	MINTUR
2.	Danza y música Afro	MASCARILLA	CULTURAL	MUSICA Y DANZA	COMUNIDAD
3.	Belleza paisajística	MASCARILLA	NATURAL	PAISAJE	FEPTCE
4.	Turismo Comunitario	MASCARILLA	CULTURAL	TURISMO COMUNITARIO	FEPTCE
5.	Valle de Salinas	SALINAS	NATURAL	VALLES	MINTUR
6.	Trapiche de caña	SALINAS	CULTURAL	ALIMENTOS Y COCINA	INPC
7.	Centro Gastronómico Palenque	SALINAS	CULTURAL	ALIMENTACIÓN	COMUNIDAD
8.	Museo del Tren	SALINAS	CULTURAL	ARTESANIAS	GAD SALINAS
9.	Museo de la Sal	SALINAS	CULTURAL	MUSEOS	GAD SALINAS
10.	Bombódromo Palenque	SALINAS	CULTURAL	ESPARCIMIENTO	GAD SALINAS
11.	Fincas Agroindustriales San Luis	SALINAS	NATURAL	PAISAJE	GAD SALINAS
12.	Parque Central	SALINAS	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
13.	Casa Parroquial	SALINAS	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
14.	Estación de Ferrocarril	SALINAS	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
15.	Campamento de Ferrocarril	SALINAS	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
16.	Iglesia Parroquial	SALINAS	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
17.	Turismo Comunitario	SALINAS	CULTURAL	TURISMO COMUNITARIO	COMUNIDAD
18.	Valle del Chota	CHOTA, MIRA	NATURAL	VALLES	MINTUR
19.	Música Bomba	CHOTA, MIRA	CULTURAL	MUSICA Y DANZA	MINTUR
20.	Playa del Río Chota	CHOTA	NATURAL	RIOS	COMUNIDAD
21.	Puente Vehicular sobre el Río Chota	CHOTA	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
22.	Casco de Mula	CHOTA	NATURAL	PAISAJE	COMUNIDAD
23.	Nariz del Diablo	CHOTA	NATURAL	PAISAJE	COMUNIDAD
24.	Fincas Agroecológicas	CHOTA	NATURAL	PAISAJE	COMUNIDAD
25.	Piedra Grande	CHOTA	NATURAL	PAISAJE	COMUNIDAD

26.	Hospedería Doña Evita	CHOTA	CULTURAL	HOSPEDAJE	GAD IBARRA
27.	Río Chota	CHOTA	NATURAL	RIOS	MINTUR
28.	Grupo étnico afro ecuatoriano	CHOTA, MIRA	CULTURAL	GRUPOS ETNICOS	MINTUR
29.	Construcciones en adobe y madera	CHOTA	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
30.	Iglesia Central	CHOTA	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
31.	Turismo Comunitario	CHOTA	CULTURAL	TURISMO COMUNITARIO	COMUNIDAD
32.	Artesanías en Barro	CARPUELA	CULTURAL	ARTESANIAS	MINTUR
33.	Río Chota	JUNCAL	NATURAL	RIOS	COMUNIDAD
34.	Fritadas El Juncal	JUNCAL	CULTURAL	ALIMENTOS Y COCINA	COMUNIDAD
35.	Carnaval de Coangue	JUNCAL, CHOTA	CULTURAL	FIESTAS	MINTUR
36.	Puente del Juncal	JUNCAL	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	COMUNIDAD
37.	Instrumento musical Bomba	JUNCAL	CULTURAL	ARTESANIAS	INPC
38.	Instrumentos de Pelota Nacional	JUNCAL	CULTURAL	ARTESANIAS	COMUNIDAD
39.	Centro Cultural Comunitario	JUNCAL	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	COMUNIDAD
40.	Construcción de la bomba	JUNCAL	CULTURAL	SABERES ANCESTRALES	COMUNIDAD
41.	Iglesia Central	CHALGUAYACU	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
42.	Parque Central	CHALGUAYACU	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
43.	Las tres Marías	CHALGUAYACU	CULTURAL	MEMORIA ORAL	COMUNIDAD
44.	Construcciones en Adobe y madera	CHALGUAYACU	CULTURAL	BIENES INMUEBLES	INPC
45.	Banda Mocha	CHALGUAYACU, SALINAS	CULTURAL	MEMORIA ORAL	INPC, MINTUR

Elaboración: El autor

3.2.2.1 ATRACTIVOS CULTURALES

3.2.2.1.1 *Patrimonio Cultural Inmaterial*

A) Bomba del chota

La bomba del Chota es una manifestación cultural reconocida como tal por el INPC y que además el MINTUR lo considera un atractivo turístico.

La "**Bomba**", baile típico de las comunidades negras de la cuenca del Río Mira, y de los Valles del Chota y Salinas, cuyos instrumentos principales son: La Bomba, tambor cilíndrico, fabricado del tallo de la cabuya, cubierto los dos extremos de cuero de chivo. El otro instrumento principal es la guitarra que, cuando suena armoniosamente estos instrumentos, produce sensaciones de movimientos exóticos y sensuales, esto es la alegría de la gente de estas comunidades negras, alegría que la llevamos en la sangre. (Nuestra historia, 2008).

Bomba (como instrumento)

La bomba como instrumento es un tambor cilíndrico que tiene dos lados, cubierto por los dos extremos con cuero de chivo, este es un instrumento musical tradicional y autóctono de la zona del valle del Chota, el material principal de este instrumento es el tronco de la cabuya o "carabuche". En la zona de la Concepción cuenca del río Mira en lugar de la cabuya lo que se utiliza es el balso, material más producido en zonas cercanas a la costa ecuatoriana.

Lo que se hace es tallar el tronco de la cabuya o balso hasta dar una forma circular o cilíndrica, después de esto se procede a cubrir los dos extremos con cuero de chivo y por último amarrarlo con sogas.

Es importante añadir que el instrumento bomba dentro de un concierto o presentación musical está acompañado de instrumentos típicos de la zona como son: la hoja de naranja, la quijada de burro y el wiros décadas anteriores, en la actualidad se han incorporado instrumentos contemporáneos como; guitarra, requinto, bajo, piano, guitarras eléctricas, tambores, flautas, entre otros. Sin embargo lo importante es mantener la esencia del ritmo y sobre todo el instrumento principal que es la bomba (INPC, 2011).

Bomba (como danza)

La bomba como danza o baile es una manifestación típica de la zona del valle del Chota, que se caracteriza particularmente por el baile con la botella en la cabeza, tradicionalmente esto ha sido realizado por las mujeres mayores, ya que actualmente muy pocas jovencitas la mantienen, incluso las chicas jóvenes han cambiado el ritmo al bailar la bomba, ya que si

observamos a las mayores ellas mantienen un ritmo suave, lento sin levantar mucho los pies del suelo y más bien moviendo la cadera y la cintura. Ahora las señoritas lo bailan más acelerado, aunque esto también se debe a que las canciones de hoy en día son más rápidas y ellas solo tratan de seguir el ritmo.

El baile de la con la botella en la cabeza tiene dos significados dentro de la cosmovisión afrochoteña; uno de ellos es que la botella es un símbolo de poder y la mujer que la llevaba por lo general es la persona dueña de la fiesta, la que mandaba en su pueblo, y dicha mujer era la que decidía a quien dar o no dar el trago que contenía la botella, mientras la mujer bailaba con la botella invitaba a los demás a que bailen y se diviertan.

La segunda versión dice que la botella en la cabeza era una prueba de dominio, ya que se realizaban retos con otras mujeres para probar el equilibrio, de hecho la mujer que dominaba por completo el baile de la botella se decía que estaba lista para el matrimonio y para formar un hogar, y si la hacía caer tenía que practicar y practicar hasta dominarlo (INPC, 2011).

Bomba (como música)

La bomba como música se refiere a la letra, significado de las cosas, melodía y vocalización. Desde los primeros compositores de la música bomba, se han compuesto letras a la vida, al amor, a la mujer, la naturaleza, entre otras, son una especie de coplas o versos que cantan lo más hermoso de la creación, y en este género aparecen los primeros exponentes de la música bomba en los años 80; Milton Tadeo, La banda mocha, Diego Congo, son los que realmente han logrado difundir y lograr que este género se posicione a nivel local y hasta nacional.

La música bomba es una manifestación cultural que demuestra alegría, felicidad propia de la cultura afro de la zona del valle del Chota (INPC, 2011).

B) Artesanías en Barro – Mascarilla

En la comunidad de Mascarilla existe un grupo de mujeres que se dedican a realizar artesanías que representan a animales, plantas, personas afro, astros, etc.

Las artesanías de Mascarilla se originan gracias a la iniciativa de un voluntario Belga, ya que este voluntario enseñó la técnica inicial para la elaboración de dichas artesanías, aunque con el pasar del tiempo fueron las propias mujeres de la comunidad ya que ellas fueron las que demostraron interés y habilidad para realizarlas. (INPC, 2011).

Actualmente existe un taller ubicado en la calle principal de la comunidad, donde se dedican a la fabricación y comercialización. Se puede adquirir las artesanías en el mismo taller, o también se las puede apreciar y adquirir en el museo del tren ubicado en Salinas, cabe añadir que dichas artesanías también se exportan hacia Canadá (INPC, 2011).

Proceso de elaboración

El proceso de elaboración de las artesanías no es muy complicado sin embargo existen algunos secretos propios de las mujeres que las elaboran sin embargo a continuación se define el procedimiento a realizar:

Se extrae la arcilla de las montañas aledañas al poblado; este material es molido o pisoteado para desmenuzarlo. Posteriormente se tamiza y lo revuelven con agua para iniciar el modelado de máscaras y otros motivos artesanales. Una vez confeccionados, se dejan secar por tres o cuatro días bajo sombra. Cuando ya están bien secos se queman en el horno de leña durante cinco o seis horas, y se deja que se enfríen para sacarlos, pintarlos y dar los acabados. (INPC, 2011).

La Asociación de Mujeres Esperanza Negra conformada por once mujeres está encargada de la elaboración de esta artesanía. También se están integrando los jóvenes del lugar.

C) Medicina Tradicional – Salinas

La medicina Tradicional es una manifestación cultural muy importante y que se está perdiendo poco a poco en las comunidades del Valle del Chota y cuenca del Río Mira, por eso es muy importante poner en valor este tipo de tradiciones para que se mantengan en el tiempo.

En Salinas, se han generado conocimientos importantes para la curación de enfermedades que requieren atención urgente.

Los conocimientos relacionados con la medicina tradicional cumplen la función de dar esperanza, curación y sanación con métodos y elementos naturales.

Plantas como la manzanilla son utilizadas para aliviar el dolor de estómago; aunque Salinas es una zona cálida, para mitigar el frío hacen uso del agua de cedrón; el agua de menta es recomendada cuando las personas tienen problemas de tos; y para la pulmonía, el corazón del zorro molido acompañado de gavilanguigua es lo mejor; enfermedades como la tosferina, eran tratados con cebolla paiteña serenada en tiempos pasados, en la actualidad acuden a los centros de salud en la ciudad de Ibarra por la gravedad del caso.(INPC, Fichas de Patrimonio Cultural Inmaterial, 2011).

D) Grupo étnico afroecuatoriano del Valle del Chota

El grupo étnico afroecuatoriano del Valle del Chota se encuentra ubicado a lo largo del Valle del Chota y Cuenca del Río Mira.

El pueblo afroecuatoriano del Valle del Chota es considerado por el Ministerio de Turismo como un atractivo turístico cultural del Ecuador.

Los afrochoteños como se los conoce se dedican a la agricultura, comercio de productos, elaboración de artesanía en barro, construcción y otras actividades. Actualmente han conformado grupos de música bomba; en igual forma, las nuevas generaciones practican varios deportes, sobre todo el fútbol, campo en el que son muy destacados a nivel local, provincial y nacional (INPC, 2011).

Indumentaria

En el valle, las mujeres conservan algunos detalles tradicionales como el uso de las faldas plisadas y amplias que son elaboradas en telas brillantes de colores vivos; en igual forma, suelen envolverse la cabeza con pañolones y en el cabello llevan adornos como binchas, peinetas, cintas de colores, etc. Las blusas también son ligeras y de tonos muy llamativos.

Los varones, particularmente las personas mayores, visten camisas blancas o de colores claros, sombreros de ala corta y pantalones de paño; en tanto que los jóvenes lucen pantalones blue jean, camisetas y zapatos deportivos. (INPC, 2011).

E) La Banda Mocha de Chalguayacu

La Banda Mocha de Chalguayacu tiene una trayectoria de más de cien años, en la que cada uno de sus miembros ha logrado transmitir sus conocimientos musicales y sus habilidades a las siguientes generaciones. Sus instrumentos son la bomba, el güiro, los puros y las hojas de naranja, entre otros. Actualmente, la banda está conformada por doce integrantes de entre los 25 y los 70 años, siendo la mayoría de avanzada edad al haber cada vez menos personas jóvenes interesadas en aprender a tocar los instrumentos tradicionales.

Es un grupo orquestal compuesto por doce o quince músicos. Su nombre se debe a los instrumentos de soplo que la componen y en especial a la variedad de calabazas llamadas puros, los que son “recortados” o “mochos”. Constituye una versión local (afro) de las bandas de pueblo. Los instrumentos que componen esta banda son: hojas de naranjo, tubos de fibra de cabuya, flautas de carrizo, un tambor, un bombo, platillos y el güiro. Generalmente esta banda está interpretada por hombres mayores de 50 años. (INPC, Fichas de Patrimonio Cultural Inmaterial, 2011).

Instrumentos

Bombo, tambor y platillos comunes a todas las bandas, hojas de naranjo (2 a 3), tubos de fibra de cabuya (2 a 3), puros (especie de calabaza seca) de 3 a 4, flautas de carrizo (1 ó 2), un bombo, una caja o tambor, platillos y un güiro.

F) Música Bomba

La música bomba es una manifestación cultural de tipo musical que identifica a la cultura afrochoteña, la música es un género musical muy alegre y tropical, ya que es producida por el sonido de instrumentos musicales elaborados con materiales de la zona.

En los valles del Chota – La Concepción y Salinas, el instrumento musical, el canto y el baile se llaman bomba y son manifestaciones culturales que confieren identidad a los afrochoteños.

La bomba es un género dancístico – musical de esta población, que incluye también poesía y que da cuenta de generación en generación de los procesos históricos vividos, así como de sus penas, alegrías y esperanzas.

“La bomba” en el Valle del Chota y cuenca del río Mira (provincias de Imbabura y Carchi), es el resultado del proceso de mestizaje cultural que han vivido estos pueblos. En la bomba, los negros fusionaron la armonía pentafónica de la música indígena, el ritmo traído por los españoles y las características propias de la música africana como la fuerza rítmica, el movimiento y la estrofa que son parte de su vida cotidiana. Para ello forman un conjunto instrumental en el que predomina el sonido de la percusión, junto con los cantos alegres y estridentes. (INPC, Fichas de Patrimonio Cultural Inmaterial, 2011).

La música bomba del Valle del Chota y Cuenca del Río Mira se encuentra registrado como patrimonio cultural del Ecuador por el INPC.

G) Carnaval de Coangue

El carnaval Coangue es una práctica cultural nueva que fue creada e institucionalizada por la Fundación Afroecuatoriana, junto con la municipalidad de Ibarra, como una alternativa para generar ingresos económicos a los habitantes de la comunidad El Chota. El principal objetivo es difundir la riqueza cultural y ancestral de sus gentes a través de la gastronomía, la música bomba, la danza, los peinados tradicionales, la artesanía, etc.

Este evento se viene realizando desde hace cuatro años. Se puede presenciar todos los años en el mes de febrero, en la temporada de carnaval.

Se lo realiza en las riveras del Río Chota, junto a la comunidad del mismo nombre.

En el Valle del Chota, desde el 2001, el carnaval “Coangue” ha ido de apoco convirtiéndose en el más atractivo y concurrido de la zona norte del país. Año tras año acoge a miles de turistas nacionales y extranjeros. En el Juncal, desde el 2007, también se desarrolla el carnaval “Olas del Río”. Estos dos carnavales en las comunidades afroecuatorianas, por su clima, el refrescante y mítico río Chota, la cordialidad y la alegría de su gente, son el lugar de encuentro, diversión y distracción de propios y extraños. Se presentan los mejores grupos de música y danza de las comunidades de la zona, hay desfile de modas de trajes africanos, comidas típicas y muchas sorpresas más, e inclusive grupos de música invitados de otros países como Cuba y Colombia.

3.2.2.1.2 Inmuebles

A) Parque Central de Salinas

El parque principal de la parroquia de Salinas, se encuentra ubicado en la parte central de la población. Este inmueble ocupa toda la manzana del terreno.

Está diseñado sobre una planta arquitectónica cuadrada, de forma geométrica, con un busto central y tres esculturas: de la Libertad, la Justicia y un ángel. La jardinería está bien delimitada por bordillos de hormigón. Como elementos funcionales, podemos apreciar bancas de hormigón y hierro y caminaría encementado. El acceso es directo desde las calles que lo delimitan. El inmueble está destinado a espacio recreativo y de esparcimiento (INPC, 2011).

B) Estación de Ferrocarril Salinas

El inmueble se encuentra ubicado en el sector oriental con respecto al parque central, implantado junto a la línea férrea, al final de la calle Eloy Alfaro sobre una área abierta por razones funcionales, está conformado por una planta arquitectónica en forma de rectangular, como elementos funcionales tenemos : planta de oficina, el área de bodega hoy hace de taller de una microempresa se mantienen los andenes cubierto abierto, cada ambiente tiene su acceso independiente y en el caso de la nave principal tres puertas distribuidas simétricamente, estas son de madera y su forma rectangular, sus paredes son de adobe y la estructura de la cubierta de madera con techado de teja, y la protección del andén con árdex. El inmueble está destinado a taller de reciclaje (INPC, 2011).

C) Campamento Ferrocarril Salinas

El inmueble se encuentra ubicado en el sector oriental con respecto al parque central, implantado frente a la línea férrea, en la calle 12 de Octubre y González Suárez, está conformado por una planta arquitectónica rectangular esquinera con retiro al costado izquierdo y adosamiento posterior, como elementos funcionales tenemos:

Soportal y dos bloques dispuestos lateralmente cada uno de ellos con acceso independiente, en el soportal como elemento de descanso se complementa con una banca construida en

piedra y enlucida, el área de campamento como los ambientes laterales están en abandono, las cuatro puertas son de madera y su forma rectangular, sus paredes son de adobe y la estructura de la cubierta de madera con techado de zinc, soportal de madera, piso empedrado en deterioro, al igual que su cielo raso. El inmueble está en abandono razón por la que hay faltantes como puerta (INPC, 2011).

D) Iglesia Parroquial de Salinas

El inmueble con respecto a la urbe se encuentra ubicado en la zona central junto al parque de la población. Está constituido por un solo cuerpo de forma rectangular y ocupa los linderos frontal y laterales del predio. Tiene muros de piedra, tapial y ladrillo, puertas y ventanas de madera y hierro, y está rematada con cubierta de fibrocemento. Como elementos funcionales podemos apreciar el atrio de acceso desde la calle Velasco Ibarra, un nártex de acceso bajo el coro y una nave única en cuyos fondos se ubican la sacristía y dependencias de apoyo. El inmueble está destinado al culto con advocación a San Martín de Porres. Sus elementos funcionales están dispuestos de forma compacta (INPC, 2011).

E) Casa Parroquial de Salinas

El inmueble con respecto a la urbe se encuentra ubicado en el núcleo alrededor del parque central de la población, es un solo volumen y ocupa los linderos frontal y lateral izquierdo del predio. Está diseñado sobre una planta arquitectónica rectangular, su acceso se ubica hacia la calle Velasco Ibarra; está destinado a vivienda y se presta servicios parroquiales. Interiormente sus elementos están dispuestos de manera compacta, con la siguiente distribución: un ingreso frontal al lado izquierdo a un hall que distribuye al lado izquierdo al despacho parroquial y al lado derecho a un dormitorio con baño interno, tiene una salida posterior a soportal que distribuye a la derecha a una cocina y comedor delantero. Tiene cimentación de piedra, muros de tapial, estructura, soportal, puertas de madera, marmetone y tablón de gress en pisos, hierro y ventanas de hierro, yeso y cartón en cielo raso y está cubierto con teja. Como elemento funcional destaca un soportal posterior de madera (INPC, 2011).

F) Iglesia del Chota

El inmueble se encuentra ubicado en el núcleo central de la población, junto a la vía o calle principal, y está implantado sobre una forma rectangular, en forma aleatoria junto a la misma. Tiene muros de tapial/adobe, puertas y ventanas de hierro y cubierta de fibrocemento. Sus elementos funcionales son compactos, destacándose un atrio de acceso con escalinata de cemento, su nave única con piso de baldosa. Adjunto una construcción moderna de bloque y hormigón sirve de sacristía y similares. El inmueble está destinado al

culto católico (INPC, 2011).

G) Puente Vehicular sobre el Río Chota

El inmueble se encuentra ubicado en el extremo occidental de la población El Chota, y junto a la vía Panamericana; en la intersección con la vía que conduce a San Vicente de Pusir; y sirve para cruzar el encañonado sobre el Río Chota. Es un puente cuyos muros de contención son de piedra, sus arquerías de descarga también de piedra, y el arco central de ladrillo revestido. Dispone también de pretilas laterales de mampostería de piedra, y capa superficial de rodadura también empedrada. El inmueble se encuentra actualmente en desuso, y junto a este se ha construido un puente moderno con estructura de hormigón armado (INPC, 2011).

H) Capilla de Chalguayacu

El inmueble se encuentra ubicado en el centro del poblado, en el costado norte del parque central, su edificación está emplazada sobre línea de fábrica en la calles Mons. Luis Pérez y Francisco Javier, adosada al costado lateral izquierdo.

El uso está destinado al culto, de acuerdo a la siguiente distribución: tiene el único acceso directo desde la calle que conduce a la nave central y remata en el altar que se encuentra sobre una plataforma de tres peldaños, desde aquí se comunica con otro ambiente que se lo describe por razones volumétricas en otra ficha.

Los materiales usados en ésta edificación son: piedra en cimentación, madera en estructura, puertas, cielo raso; paredes de ladrillo, adobe; baldosa en piso, teja en cubierta, hierro en ventanas (INPC, 2011).

I) Parque Central de Chalguayacu

El inmueble se encuentra ubicado en la zona central de Chaguayaco Parroquia de Pimampiro su edificación está emplazada sobre línea de fábrica a las calles Luis Pérez ,Francisco Javier , ocupa parte de una manzana adentro del trazado reticular del centro poblado, ya que comparte el espacio con una cancha múltiple, y la presencia de viviendas dentro de esta manzana .

El uso está destinado a recreación, de acuerdo a la siguiente distribución: cuenta con una circulación peatonal perimetral conformada por las aceras, escalinatas ,peldaños y desde estos espacios por medio de pasos diagonales ,perpendiculares y radiales nos conduce hasta el centro donde se levanta un pedestal sobre una base circular y un segundo volumen cónico (INPC, 2011).

Los materiales usados en ésta edificación son:

Piedra en cimentación; adoquinado en piso; hormigón en bordillos y gradas, hierro en mobiliario, barandales.

3.2.3 SERVICIOS TURÍSTICOS

Los servicios turísticos son una parte esencial del sistema turístico, ya que los servicios turísticos son el complemento del atractivo turístico. A continuación se muestran los equipamientos y servicios turísticos de la parroquia de Ambuquí.

3.3.3.1 Equipamientos Turísticos en las Parroquias de Ambuquí – Salinas.

Tabla 4: Equipamientos turísticos Ambuquí – Salinas.

NOMBRE		ACTIVIDAD TURÍSTICA	SUB-ACTIVIDAD	CATEGORÍA	PARROQUIA
Don Vickytha	de	Comidas Bebidas	y Restaurante	Cuarta	SALINAS
Café del Tren		Comidas Bebidas	y Cafetería	Segunda	SALINAS
Centro Gastronómico Palenque		Comidas Bebidas	y Restaurante	Tercera	SALINAS
El Fogón del paisa #3		Comidas Bebidas	y Restaurante	Tercera	AMBUQUI
El Fogón Express		Comidas Bebidas	y Restaurante	Cuarta	AMBUQUI
Luna y Turqueza		Comidas Bebidas	y Fuente de Soda	Tercera	AMBUQUI
Zona Fría		Comidas Bebidas	y Fuente de Soda	Tercera	
Ven y Verás		Comidas Bebidas	y Restaurante	Tercera	AMBUQUI

Las Peñas del Juncal	Comidas y Bebidas	Restaurante	Cuarta	AMBUQUI
El Fogón del Paisa #4	Alojamiento	Pensión	Segunda	AMBUQUI
Aruba	Alojamiento	Hostería	Segunda	AMBUQUI
Palmira	Alojamiento	Hostería	Segunda	AMBUQUI
Tierra del Sol	Alojamiento	Hostería	Tercera	AMBUQUI
Arco Iris	Alojamiento	Hostería	Segunda	AMBUQUI
La Playa	Alojamiento	Hostal	Segunda	AMBUQUI
Fabricio's	Alojamiento	Hostería	Tercera	AMBUQUI
El Kibutz	Alojamiento	Hostería	Segunda	AMBUQUI
El Oasis	Alojamiento	Hostería	Primera	AMBUQUI

Fuente: MINTUR

Elaboración: El Autor

3.2.4 Infraestructura Turística

SALINAS (Parroquia)

A) Servicio de Luz Eléctrica

Tabla 5: Servicio de luz eléctrica de Salinas.

El servicio de energía eléctrica de la vivienda proviene principalmente			
Servicio de energía eléctrica	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Red de empresa eléctrica de servicio público	457	98,7	98,7
Generador de luz (Planta eléctrica)	1	,2	98,9
Otro	1	,2	99,1
No tiene	4	,9	100,0
Total	463	100,0	
Sistema	149		
TOTAL	612		

En la parroquia de Salinas al igual que en la mayoría de las comunidades del valle del Chota el servicio de luz eléctrica proviene Red de energía eléctrica pública EMELNORTE, la empresa pública de la ciudad de Ibarra.

Como se puede apreciar en el cuadro anterior existen casos que cuentan con un generador de luz propio o en otros casos no cuentan con luz eléctrica, pero en general un 98% de la población de la parroquia de Salinas cuenta con energía eléctrica que proviene de la empresa pública EMELNORTE.

B) Servicio de Agua Potable

Tabla 6: Servicio de Agua potable en Salinas.

De donde proviene principalmente el agua que recibe la vivienda			
Agua	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
De red pública	336	72,6	72,6
De pozo	12	2,6	75,2
De río, vertiente, acequia o canal	104	22,5	97,6
De carro repartidor	5	1,1	98,7
Otro (Agua lluvia/albarrada)	6	1,3	100,0
Total	463	100,0	
Sistema	149		
	612		

Fuente: GAD Salinas

En el caso del agua potable de la parroquia de Salinas, es un poco diferente, que si bien es cierto un gran porcentaje (73%) de agua es proporcionada por la empresa pública EMAPA, existen otros casos que por ejemplo obtienen el agua de pozos, o agua de los ríos, vertientes, acequias o canales.

Hace algunos años el acceso de agua potable por parte de las comunidades era muy escasa, por lo que era necesario que un carro repartidor llamado “tanquero” supla con agua a los pobladores de las comunidades, lo cual era un gran problema, ya que en muchos casos el agua que el tanquero dejaba no era suficiente y existían riñas por coger más agua.

Actualmente, existen lugares de la parroquia de Salinas aún obtienen el agua potable por medio del tanquero.

C) Servicio de Telecomunicaciones

La tecnología de las telecomunicaciones está presente en las comunidades afro del Valle del Chota y cuenca del Río Mira, tal es así que casi en todas las comunidades existe servicio de teléfono convencional.

Tabla 7: Servicio de Telecomunicaciones en Salinas.

Dispone este hogar de servicio de teléfono convencional			
	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	190	40,2	40,2
No	283	59,8	100,0
Total	473	100,0	

Fuente: GAD Salinas

El internet es otro servicio que ahora es accesible por parte de las comunidades, aunque no es tan común como el teléfono, sin embargo en algunas comunidades tienen acceso a internet y la parroquia de Salinas no es la excepción. A continuación se muestra el cuadro de frecuencia de servicio de internet en la parroquia de Salinas.

Tabla 8: Servicio de Internet en Salinas.

Dispone este hogar de servicio de internet			
	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	23	4,9	4,9
No	450	95,1	100,0
Total	473	100,0	

Fuente: GAD Salinas

D) Viabilidad y Transporte

En el cuadro que se muestra a continuación se puede apreciar el tipo de vías presentes en la parroquia de Salinas, además del material de la que está construidas, entre otros.

Tabla 9: Sistema de Viabilidad y Transporte en Salinas.

VIABILIDAD Y TRANSPORTE		
JERARQUIA DE VIAS	Vías de primer orden	Vía Ibarra-Salinas-San Lorenzo Vía Salinas-Tumbabiro
	Vías de segundo orden	Vía Salinas-La Victoria
	Vías de tercer orden	Vías Salinas-Haciendas de alrededores
	Expresas	
	Arteriales	
	Colectoras	
	Locales	Calles internas de la parroquia
MATERIAL EN VIA	Asfaltadas	Vía Ibarra-Salinas-San Lorenzo Vía Salinas-Tumbabiro
	Adoquinadas	Calles de la Cabecera parroquial
	Lastradas	
	Empedradas	Vía Salinas-La Victoria
	Tierra	Vías Salinas-Haciendas de alrededores
EQUIPAMIENTO DE TRANSPORTE	Estación de ferrocarril	Transporte turístico en autoferros
	Cooperativas	Camionetas RUSAL-Parada La Y de Salinas
MEDIOS	Línea de buses interprovincial	Trns Esmeraldas, Pulman Carchi, Valle del Chota, Espejo, Cita Expres
	Línea de buses intercantonales	Valle del Chota, Urcuquí, Buenos Aires
	Línea de buses interparroquia	Vlle del Chota, Urcuquí, Buenos Aires
SISTEMA PEATONAL	Vías peatonizadas	Tramo de la calle Velasco Ibarra entra Angel Aguirre y Vivente Rocafurte (Frente a la iglesia)
	Vías semipeatonizadas	Todas las calles de la parroquia
CICLOVÍAS	Vías reservadas	
	Vías segregadas	
	Vías compartidas	

Fuente: GAD Salinas

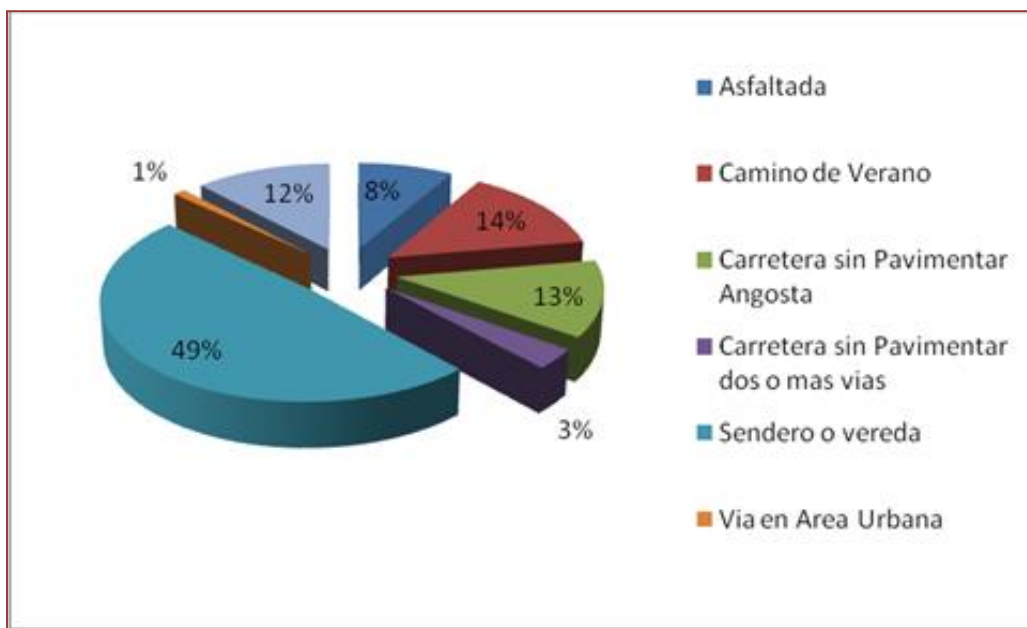
Tipo de vías en la parroquia de Santa Catalina de Salinas

A continuación en el cuadro se presenta un resumen del tipo de vías de la parroquia de Salinas, las vías asfaltadas, sin asfaltar, senderos, vías urbanas, etc.

Tabla 10: Tipo de vías en Salinas

TIPO DE VIAS EN LA PARROQUIA DE SANTA CATALINA DE SALINAS	METROS
Asfaltada	17,013.15
Camino de Verano	28,259.64
Carretera sin Pavimentar Angosta	25,384.27
Carretera sin Pavimentar dos o más vías	6,713.87
Sendero o vereda	99,121.70
Vía en Área Urbana	2,184.37
línea férrea	24,438.73

Gráfico 3: Porcentaje del estado de las vías en Salinas



Fuente: Gobierno Parroquial de Salinas

Como resultado del cuadro anterior se aprecia que la mayoría de las vías de la parroquia de Salinas son senderos o veredas, apenas un 8% se encuentra asfaltada, aunque en la comunidad de Salinas casi todas las calles se encuentran en buen estado y es garto para la vista, en otros sectores de la parroquia existe una falta de atención para mejorar las vías por parte de la junta parroquial.

Ambuquí

Las condiciones de vivienda y de saneamiento ambiental (servicios básicos) definen, en gran medida, la forma de vida de la población e influyen sobre la satisfacción de otras necesidades básicas como salud y educación. El bienestar y la salud de los miembros del hogar dependen de las condiciones sanitarias de la vivienda (SISE, 2010).

El artículo 66 de la Constitución del Ecuador establece el derecho a una vida digna, que asegure la salud, alimentación y nutrición, agua potable, vivienda, saneamiento ambiental, educación, trabajo, empleo, descanso y ocio, cultura física, vestido, seguridad social y otros servicios sociales necesarios.

A) Acceso de las viviendas a los servicios básicos en la Parroquia de Ambuquí

Tabla 11: Servicios básicos en Ambuquí.

Acceso de las viviendas de la Parroquia Rural de Ambuquí a los servicios básicos	
ACCESO DE LAS VIVIENDAS A SERVICIOS BASICOS	%
Viviendas con acceso al agua por red pública	45,47 %
Viviendas con acceso a red de alcantarillado	50,55 %
Viviendas con acceso a la eliminación de basura por carro recolector	65,42 %
Viviendas con acceso a electricidad por red pública	94,88 %
Hogares con acceso a servicio telefónico convencional	26,32%

Fuente: PDOT Ambuquí-Chota 2012-2022

En el cuadro anterior se puede observar un resumen del porcentaje de viviendas que tienen acceso a los diferentes servicios básicos en la parroquia de Ambuquí.

Como se puede ver el acceso al agua de red pública es del 45.47%, el servicio básico con mayor acceso por parte de las viviendas es la luz eléctrica con un 94.88% y el servicio con menos acceso es el teléfono convencional con un 26.32%.

Tabla 12: Procedencia del agua para consumo humano, en relación a la forma de consumo en los hogares de la Parroquia de Ambuquí.

Procedencia del agua para consumo humano en relación a la forma de consumo en el hogares de la Parroquia Rural de Ambuquí						
Procedencia del agua recibida en la Vivienda	Procedencia agua para tomar en el hogar					TOTAL
	1. La beben tal como llega al hogar	2. La hierven	3. Le ponen cloro	4. La filtran	5. Compran agua purificada	
1. De red pública	34,37 %	7,65 %	0,81 %	0,34 %	2,30 %	45,47 %
2. De pozo	4,47 %	0,47 %	0,14 %	0,07 %	0,34 %	5,48 %
3. De río, vertiente, acequia o canal	37,55 %	5,35 %	1,22 %	0,14 %	1,56 %	45,81 %
4. De carro repartidor	0,20 %	0,14 %	-	0,07 %	-	0,41 %
5. Otro (Agua lluvia/albarrada)	2,44 %	0,14 %	-	0,07 %	0,20 %	2,84 %
TOTAL	79,03 %	13,73 %	2,17 %	0,68 %	4,40 %	100,00 %

Fuente: PDOT Ambuquí-Chota 2012-2022

Según los datos del Censo de población y vivienda del 2010, el 45,47% de las viviendas de la parroquia de Ambuquí reciben el agua para consumo humano a través de la red pública (los datos del Censo no proporciona información sobre las condiciones del agua que llega a la vivienda) y el 45,81% se abastecen mediante un río, vertiente acequia o canal. Además como se observa en la tabla N° 83 el 79,03 % de los hogares beben el agua tal como llega al hogar, el 13,73% la hierven y un 4,40% toman agua purificada.

Causa preocupación, el hecho de que, casi la mitad de la población consume agua cuya procedencia es un río o acequia (45,81%) y que la beben tal como llega al hogar (37,55%) sin ningún tipo de tratamiento; lo que constituye la causa principal del alto índice de enfermedades gastrointestinales.

B) Acceso, Cobertura y Calidad del Agua para Consumo Humano en las Comunidades de la Parroquia de Ambuquí.

Tabla 13: Acceso a servicios de agua en Ambuquí.

Acceso y cobertura de servicios de Agua para consumo humano y servicio de alcantarillado en las comunidades de la Parroquia Rural de Ambuquí								
ZONAS	VARIABLES	Agua de Consumo Humano				Alcantarillado		
	COMUNIDADES	Disponibilidad	Tipo	% Cobertura	Calidad servicio	Disponibilidad	% Cobertura	Calidad servicio
ZONA BAJA	CHOTA	SI	Tratada	100	Bueno	SI	80	Regular
	CARPUELA	SI	Tratada	50	Malo	SI	90	Malo
	JUNCAL	SI	Tratada	80	Malo	SI	50	Malo
ZONA MEDIA	LA PLAYA Y EL RAMAL DE AMBUQUI	SI	Entubada	100	Bueno	SI	70	Regular
	AMBUQUI	SI	Potable	95	Bueno	SI	85	Bueno
	SAN CLEMENTE	SI	Entubada	70	Regular	NO	0	Ausente
ZONA ALTA	PEÑAHERRERA	SI	Entubada	60	Malo	NO	0	Ausente
	CHAUPI GUARANGUI	SI	Entubada	60	Malo	NO	0	Ausente
	APANGORA	SI	Entubada	50	Malo	NO	0	Ausente
	RUMIPAMBA	SI	Entubada	60	Malo	NO	0	Ausente
	RANCHO CHICO	SI	Entubada	100	Bueno	NO	0	Ausente

Fuente: PDOT Ambuqui-Chota 2012-2022

Como ya se mencionó anteriormente la parroquia de Ambuquí se encuentra dividida en 3 zonas: baja, media y alta, la zona de interés en este caso es la zona baja y en el cuadro anterior se puede apreciar que en las comunidades de Chota, Carpuela y Juncal existe disponibilidad de agua y alcantarillado, teniendo en cuenta que Chota es la única comunidad que tiene el 100% de cobertura y además la calidad del servicio es bueno. En las comunidades de Carpuela y Juncal apenas existe un 50 y 80% de cobertura respectivamente y la calidad del servicio es Mala.

En lo que respecta al alcantarillado en Chota la calidad del servicio es Regular y en Carpuela y Juncal es Mala, lo cual dice que si bien es cierto las condiciones de servicio de agua y alcantarillado son mejores que antes, todavía no se ha logrado llegar a un estado óptimo en las comunidades involucradas en la propuesta.

Tabla 14: Procedencia de la energía eléctrica en las viviendas de la parroquia de Ambuquí.

Procedencia de la energía eléctrica en las viviendas de la Parroquia Rural de Ambuquí		
Procedencia de luz eléctrica	Casos	%
1. Red de empresa eléctrica de servicio público	1.391	94,88 %
3. Generador de luz (Planta eléctrica)	3	0,20 %
4. Otro	4	0,27 %
5. No tiene	68	4,64 %
TOTAL	1.466	100,00 %

Fuente: PDOT Ambuquí-Chota 2012-2022

En el cuadro anterior se puede ver que la mayoría de procedencia de energía eléctrica de las viviendas es de la Red pública de energía eléctrica EMELNORTE, con excepción de algunos casos que poseen generador de luz propia u otros. También se aprecia que en 68 casos no reciben energía eléctrica de ningún medio.

C) Acceso, Cobertura y Calidad del Servicio de Energía Eléctrica y Alumbrado Público en las Comunidades de la Parroquia de Ambuquí.

Tabla 15: Acceso a energía eléctrica en Ambuquí.

Acceso, Cobertura y Calidad de del Servicio de Energía Eléctrica y Alumbrado Público en las Comunidades de la Parroquia de Ambuquí							
ZONAS	COMUNIDADES	Energía Eléctrica			Alumbrado Público		
		Disponibilidad	% Cobertura	Calidad servicio	Disponibilidad	% Cobertura	Calidad servicio
ZONA BAJA	CHOTA	SI	100	Regular	SI	70	Regular
	CARPUELA	SI	98	Regular	SI	98	Regular
	JUNCAL	SI	70	Malo	SI	30	Malo
ZONA MEDIA	LA PLAYA Y EL RAMAL DE AMBUQUI	SI	80	Bueno	SI	50	Bueno
	AMBUQUI	SI	98	Bueno	SI	90	Bueno
	SAN CLEMENTE	SI	70	Regular	SI	50	Malo
ZONA ALTA	PEÑAHERRERA	SI	50	Regular	NO	0	Ausente
	CHAUPI GUARANGUI	SI	80	Regular	SI	70	Regular
	APANGORA	SI	100	Bueno	NO	0	Ausente
	RUMIPAMBA	SI	90	Regular	SI	50	Malo
	RANCHO CHICO	SI	100	Regular	NO	0	Ausente

Fuente: PDOT Ambuqui-Chota 2012-2022

El acceso de energía eléctrica por parte de las comunidades de la zona baja, y en el caso de Chota existe una cobertura del 100% aunque la calidad del servicio es Regular, en el caso de Carpuela la cobertura es del 98% y calidad Regular y en Juncal la cobertura es apenas del 70% y la calidad es Mala.

En el caso del alumbrado público Chota tiene una cobertura del 70% y calidad Regular, Carpuela una cobertura del 98% y calidad Regular y Juncal que es la comunidad en peores condiciones de las 3 apenas tiene una cobertura del 30% y su calidad es Mala.

D) Viabilidad y Transporte

La viabilidad consiste en toda la infraestructura física como: caminos, carreteras, autopistas y puentes que permiten al ser humano trasladar bienes y mercancías de un lugar a otro, cuyo rol fundamental es la integración de las comunidades de un territorio permitiendo el desarrollo económico, social y cultura de la población.

Identificación y priorización de ejes viales rurales en la parroquia de Ambuquí.

A continuación se muestran los diferentes caminos y vías de la parroquia de Ambuquí, con su respectiva longitud, estado en el que se encuentran y quien está a cargo del mantenimiento.

3.2.4.2.5 Telecomunicaciones

En lo que a las Telecomunicaciones respecta, cabe decir que casi toda la zona de la parroquia de Ambuqui tiene acceso a teléfono celular, internet e incluso televisión por cable, como e muestra en el cuadro siguiente:

Tabla 16: Conectividad de los Hogares en la Parroquia de Ambuquí.

Hogares con disponibilidad de tecnologías de comunicación e internet en la Parroquia Rural de Ambuqui						
	Casos			%		
	Si	No	Total	Si	No	Total
Disponibilidad de teléfono convencional	389	1.089	1.478	26,32 %	73,68 %	100,00 %
Disponibilidad de teléfono celular	940	538	1.478	63,60 %	36,40 %	100,00 %
Dispone de computadora	175	1.303	1.478	11,84 %	88,16 %	100,00 %
Disponibilidad de internet	47	1.431	1.478	3,18 %	96,82 %	100,00 %
Dispone de televisión por cable	238	1.240	1.478	16,10 %	83,90 %	100,00 %

Fuente: PDOT Ambuqui-Chota 2012-2022

Como se puede apreciar en el cuadro anterior el servicio de comunicación con más acceso por parte de las personas es el de teléfono celular con un 63.60% y el servicio con menos acceso es el de internet con un 3.18%.

Como resultado se tiene que en la parroquia de Ambuqui existe un bajo nivel de acceso a la tecnología del internet y las computadoras lo cual debe ser tratado por las autoridades del sector público respectivas.

Acceso cobertura y calidad del servicio de telefonía fija, móvil e internet en las comunidades de la Parroquia de Ambuquí.

En el siguiente cuadro se muestra el acceso al uso de las tecnologías de comunicación identificado por zonas:

Tabla 17: Acceso al servicio telefónico

Acceso, cobertura y calidad del servicios de conectividad en las comunidades de la Parroquia Rural de Ambuquí													
VARIABLES		TELEFONO FIJO			INTERNET			TELEFONIA CELULAR MOVISTAR			TELEFONIA CELULAR CLARO		
ZONAS	COMUNIDADES	Disponibilidad	% Cobertura	Calidad servicio	Disponibilidad	% Cobertura	Calidad servicio	Disponibilidad	% Cobertura	Calidad servicio	Disponibilidad	% Cobertura	Calidad servicio
ZONA BAJA	CHOTA	SI	70	Bueno	NO	0	Ausente	SI	80	Bueno	SI	70	Bueno
	CARPUELA	SI	60	Bueno	SI	10	Bueno	SI	80	Bueno	SI	100	Bueno
	JUNCAL	SI	80	Bueno	SI	5	Malo	SI	20	Regular	SI	80	Bueno
ZONA MEDIA	LAPLAYA Y EL RAMAL DE AMBUQUI	SI	50	Bueno	SI	65	Regular	SI	30	Bueno	SI	100	Bueno
	AMBUQUI	SI	90	Bueno	SI	70	Solo en el Infocentro	SI	15	Malo	SI	100	Bueno
	SAN CLEMENTE	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente	SI	90	Malo
ZONA ALTA	PEÑAHERRERA	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente
	CHAUPI GUARANGUI	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente	SI	90	Malo
	APANGORA	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente	SI	60	Regular	NO	0	Ausente
	RUMIPAMBA	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente
	RANCHO CHICO	NO	0	Ausente	NO	0	Ausente	SI	5	Solo en la Escuela	NO	0	Ausente

Fuente: PDOT Ambuqui-Chota 2012-2022

Como resultado se puede ver que el servicio de telefonía celular en la zona baja es buena, ya que en Chota existe una cobertura del 80% con una calidad buena dependiendo de la

operadora, en este caso se han tomado a las operadoras claro y movistar, cabe añadir que en todos los casos la señal de claro es mejor que la de movistar. Igualmente en el caso de Carpuela existe una buena calidad del servicio de celular, lo que no pasa en Juncal ya que la calidad del servicio es regular y buena dependiendo de la operadora.

El caso es muy diferente en lo que a internet respecta.

3.2.5 Superestructura Turística

Según Roberto Boullón (1993), la superestructura turística está integrado por las entidades públicas y privadas que funcionan con el objetivo de armonizar la producción, comercialización y venta de los servicios turísticos.

También se la puede definir como la organización que en los diferentes niveles de la administración Nacional, Departamental o Municipal, interviene directa o indirectamente en la planeación, fomento y control de la actividad turística. (JIMÉNEZ en boletín turístico)

A continuación se detallarán las entidades tanto públicas como privadas que tienen relación directa con la propuesta de la investigación:

3.2.5.1 Organismos de carácter público

A) Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra

La Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra es la principal entidad pública en respaldar la propuesta planteada, ya que en principio la idea fue aprobada allí, en la conversación con la Ing. María Augusta Salazar funcionaria del Dirección de Turismo, ella manifestó el interés y la necesidad de que existan propuestas turísticas relacionadas con el Valle del Chota; “anteriormente había una propuesta de ruta turística en la zona del Valle del Chota, pero la persona que la estaba realizando la dejó ahí y no la terminó y precisamente nosotros tenemos la necesidad de un proyecto dentro del Valle del Chota, así que me parece una excelente idea y nosotros respaldaremos tu propuesta y la pondremos en marcha si existe el apoyo necesario” (Ing. María Augusta Salazar).

Además la Dirección de Turismo tiene muy buena relación con los presidentes de las Juntas Parroquiales de Salinas y Ambuquí, lo cual facilitaría la gestión cuando se trate de llegar a acuerdos institucionales.

La Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra actualmente la única gestión que realiza en beneficio del Vale del Chota es la promoción turística a través de la página web <http://www.touribarra.gob.ec/> la Ing María Augusta Salazar manifestó que no se han realizado más proyectos dentro de la zona debido a la falta de presupuesto asignado a la dirección de Turismo, lo cual no ha permitido aportar más al sector. Tambien mencionó que estaba en marcha un proyecto de señalética turística para todo el sector, pero debido al

proyecto de ampliación de la panamericana norte el proceso se detuvo, y que lo retomaran en el año 2016.

B) Junta Parroquial Santa Catalina de Salinas

La junta parroquial de Salinas con su presidente Don Raúl Maldonado a la cabeza, ha realizado una labor estupenda en todos los sentidos, en el aspecto turístico especialmente se han hecho muchas cosas buenas para la comunidad, empezando con el proyecto de reactivación del Tren de la Libertad de Ferrocarriles del Ecuador en conjunto con el municipio de Ibarra.

LA gestión del Don Raúl también ha permitido que se integren otros proyectos de índole turística, como el Bombódromo inaugurado hace un año atrás además de la inclusión de la cultura afro en proyectos turísticos.

Actualmente en Salinas se existen proyectos de turismo comunitario, hospedaje, alimentación, entretenimiento, etc.

En la entrevista realizada a la secretaria de la Junta Parroquial de Salinas, manifestó que Don Raúl siempre estará encantado de apoyar proyectos dentro de su comunidad, lo que hace que la propuesta tenga muchas posibilidades de ponerse en marcha.

C) Junta Parroquial Ambuquí

La junta parroquial de Ambuquí no tiene mucha incidencia turística en las comunidades afro del Valle del Chota, su principal labor está dirigida a los establecimientos turísticos de la zona urbana de la comunidad de Ambuquí, lo cual hace que se descuiden otros aspectos también importantes. La razón fundamental de esto es porque la principal actividad económica y de ingresos de las comunidades de la parroquia de Ambuquí son la agricultura y el comercio, por lo que los proyectos están mayor orientados a esas actividades que al turismo.

Sin embargo en el aspecto de planta turística está muy bien organizado lo cual es muy importante ya que dentro de la propuesta de la ruta turística la planta turística es esencial para satisfacer al visitante.

D) Departamento de Cultura del Municipio de Pimampiro

La comunidad de Chalguyacu pertenece al Cantón Pimampiro y por eso tal vez es la comunidad menos favorecida de proyectos o emprendimientos turísticos gestionados por las autoridades competentes, actualmente en Chalguyacu no existe ningún

emprendimiento turístico formal todo lo que se realiza ahí es por iniciativa de los pobladores.

En la entrevista realizada al Ing. Jaime Pepinós Director del Departamento de Cultura del Ilustre Municipio de Pimampiro, manifestó que no existen proyectos turísticos que incluyan a Chalguayacu debido a que tienen otras prioridades, ya que en casi todas las comunidades de su jurisdicción la actividad económica principal es la agricultura y la ganadería. Sin embargo acotó que para el futuro se piensan implementar proyectos turísticos que involucren la cultura e identidad de la población afro de Chalguayacu.

3.2.5.2 Organismos de carácter privado

A) Agencias de Viajes

Las agencias de viajes son empresas privadas claves para la operación de la Ruta Turística ya que ellas serán nuestro principal canal de distribución de la publicidad, por lo tanto es importante mantener venas relaciones y convenios para la promoción de la ruta dentro de sus empresas.

En las entrevistas realizadas a las agencias de viajes, se descubrió que ninguna agencia promociona tours al Valle del Chota, ellos consideran que la razón es la falta de emprendimiento y preocupación de la gente por hacer algo para ofertar al turista y que además no tienen conocimiento de que hay y que se puede visitar a hacer ahí, lo que falta es que alguien nos venga a proponer algo para ofertar al turista.

B) Planta Turística

Los establecimientos que prestan servicios turísticos también son un componente clave para la operación de la ruta turística, actualmente a lo largo del recorrido del Valle del Chota existe una gran cantidad de establecimientos turísticos, especialmente en Salinas y la zona de Ambuquí, lo cual permite contar con las facilidades para la satisfacción del visitante.

En las demás comunidades existen emprendimientos turísticos que no están adecuadamente para atender al turista con calidad, sin embargo se puede cubrir las necesidades básicas del visitante, por ejemplo Juncal y Chota.

3.2.6 DEMANDA TURÍSTICA

Como ya se mencionó antes el modelo de sistema turístico propuesto por Sergio Molina tiene seis componentes, y ahora es el momento de referirse a la demanda turística, componente muy importante dentro del análisis del Sistema Turístico, ya que antes de implementar cualquier proyecto es necesario conocer la factibilidad en cuanto a posibles visitantes, es decir, conocer a qué grupo de personas les interesaría visitar el proyecto propuesto.

Para determinar la demanda turística de la propuesta se hará uso de encuestas y entrevistas a grupos claves como; agencias de viajes, turistas nacionales y extranjeros, también se utilizarán como base bibliográfica documentos institucionales como el PLANDETUR 2020 y el PIMTE 2014.

En este capítulo únicamente se hará referencia de los puntos a revisar en la demanda turística, ya que lo estudiará más a fondo en el capítulo del Estudio de Mercado, donde se presentarán datos estadísticos de las encuestas y entrevistas realizadas a los grupos claves, para poder definir el perfil del visitante que sería nuestro potencial cliente.

CONCLUSIONES DEL TERCER CAPÍTULO

Desarrollar el sistema turístico propuesto por Sergio Molina me permitió topar todos los temas claves en el desarrollo de la investigación ya que este sistema incluye a la comunidad la cual es la parte medular de la propuesta.

Este capítulo es la base de toda la investigación ya que aquí se definió entre otras cosas la oferta tanto de atractivos turísticos como de planta turística, es por eso que a través del análisis de cada elemento del sistema turístico se definió el potencial de la zona para ofertar turismo cultural.

El aporte más importante de este capítulo es la aplicación del sistema de Molina y la coordinación que debe existir entre todos los elementos del sistema para que la propuesta sea viable, todos los elementos juegan un papel importantísimo a la hora de que el proyecto se ponga en marcha.

CAPITULO IV

4 ESTUDIO DE MERCADO

4.1 INTRODUCCIÓN

Dentro de la propuesta este capítulo es muy necesario para conocer el estado actual de la oferta y la demanda existente en la zona de estudio. Por medio del estudio de mercado se logrará establecer la factibilidad que tiene la propuesta de una ruta turística en las comunidades del Valle del Chota (Mascarilla, Salinas, Chota, Juncal y Chalguayacu), y sobre todo determinar si la introducción del turismo a la zona podría constituirse como una alternativa económica fuerte para el desarrollo colectivo de todas las comunidades.

La oferta es aquella que muestra los diferentes recursos y servicios turísticos con el que un destino cuenta para ofrecer a los visitantes. El turismo cultural es uno de los productos turísticos priorizados a nivel nacional, el PIMTE lo plantea como producto clave y por lo tanto las propuestas que incluyan a productos clave como enfoque tendrán un mayor grado de interés para las instituciones relacionadas con el turismo tanto del sector público como privado.

Por otra parte demanda permitirá conocer el mercado real de la zona, además determinar el perfil de turista que visita ese tipo de destinos, para satisfacer las necesidades del consumidor, y cubrir la demanda insatisfecha. La propuesta de ruta turística de este trabajo tiene un enfoque netamente cultural para lo cual es válido respaldar que el PIMTE 2009-2014 cita que el turismo cultural en Ecuador es el cuarto producto turístico más consumido con el 7%. (PIMTE 2009-2014, 17).

4.2 OBJETIVO GENERAL

- Realizar un estudio de mercado para definir el nivel de aceptación de los turistas y las comunidades receptoras para implementar una ruta de turismo cultural en la zona del Valle del Chota.

4.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir si los pobladores de las comunidades, están de acuerdo con que el turismo ingrese a su territorio como una alternativa de desarrollo económico.
- Conocer las necesidades y perfil del turista que realiza turismo cultural en el país.
- Identificar la oferta y la demanda existente para aprovechar los recursos y servicios turísticos con los que cuenta el destino.

4.4 METODOLOGÍA

4.4.1 TÉCNICAS

La técnica es indispensable en el proceso de la investigación científica, ya que integra la estructura por medio de la cual se organiza la investigación

Las técnicas, son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas. (Rodríguez Peñuelas, 2008:10)

A) La encuesta

La encuesta constituye una herramienta que permite la recolección de información necesaria para la demostración de la hipótesis y el estudio de las variables (Luzuriaga, 2008: 71)

Según Sierra Bravo, la encuesta o cuestionario es un conjunto de preguntas, preparadas cuidadosamente, sobre los hechos y aspectos que interesan en una investigación para su contestación por la población o la muestra.

Para este estudio se realizaron tres tipos de encuestas, la primera dirigida hacia la población ya que son los beneficiarios directos de la propuesta, la segunda está dirigida hacia los turistas nacionales y extranjeros para conocer si el sector donde se plantea la propuesta es visitada por turistas tanto nacionales y extranjeros, y la tercera encuesta está dirigida hacia las agencias de viajes ya que es necesario conocer si estas empresas promocionan o venden tours al lugar donde se plantea la propuesta.

Las preguntas planteadas en las encuestas fueron cerradas y de opción múltiple, se evitó en lo posible incluir preguntas abiertas ya que este tipo de preguntas pueden causar confusión en las personas además de complicar la tarea de tabulación e interpretación de resultados.

B) La entrevista

Para Jorge Luzuriaga (2008), la entrevista es la obtención de información mediante una conversación de naturaleza profesional.

La conversación en la entrevista se la realiza de manera personal, en donde los cuestionarios son aplicados a los sujetos investigados por personas especializadas, quienes realizan preguntas a los encuestados y anotan sus respuestas.

A diferencia de la encuesta la entrevista ofrece algunas ventajas, una de ellas es que puede ser aplicada a personas analfabetas también se pueden aclarar las dudas relacionadas con las preguntas y repuestas tanto por el entrevistador como por el entrevistado.

Para el estudio de esta investigación se realizaron encuestas a funcionarios del departamento de turismo del municipio de Ibarra, presidentes de juntas parroquiales y por supuesto a pobladores de las comunidades.

4.4.2 PLAN DE MUESTREO

Población de Estudio

Para identificar la población de estudio se tomó en cuenta la cantidad de habitantes de las parroquias de Salinas y Ambuquí, para la población e turistas se tomó en cuenta el número de turistas nacionales y extranjeros que visitan la ciudad de Ibarra y para la población de agencias de viajes se tomó en cuenta el número total de agencias de viajes existentes en la ciudad de Ibarra.

Marco Muestral

Una vez definido la población de estudio, se procede a establecer las unidades de muestreo a utilizar:

- Población económicamente activa de las parroquias de Ambuqui y Salinas pertenecientes a la provincia de Imbabura
- Número de turistas nacionales y extranjeros que visitan Ibarra anualmente
- Número de agencias de viajes que operan en Ibarra.

Procedimiento Muestral

El procedimiento probabilístico que se seleccionó para el estudio de este caso fue el tipo de muestra aleatoria simple, debido a que este procedimiento permite que cualquier miembro de la población de estudio sea seleccionado.

4.4.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA

El total de la población económicamente activa de las parroquias de Salinas y Ambuqui pertenecientes a la provincia de Imbabura es de 2956 habitantes según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), del censo realizado en el año 2010.

Muestra

Población Local

$$n = Z^2 * P * Q * N / e^2 (N-1) + Z^2 * P * Q$$

Leyenda:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

Z² = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido: siempre se opera con valor sigma. Véase la tabla de valores de Z.

E = Margen de error o de imprecisión permitido (lo determinará el director del estudio).

$$n = 1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 2956 / 0.07^2 (2956 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5$$

$$n = 3.8416 * 0.25 * 2956 / 0.0049 (2955) + 3.8416 * 0.25$$

$$n = 2838.94 / 15.10$$

$$n = 188$$

4.4.4 ANÁLISIS, INTERPRETACIÓN Y REPRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.4.4.1 Interpretación de los resultados de la Población Local

Las encuestas dirigidas hacia la población local fueron realizadas en cada una de las comunidades de la propuesta que son, Salinas, Mascarilla, Chota, Juncal y Chalguyacu, los días 8,9,10,11,12 y 13 de agosto del año 2014, el trabajo de recolección de información tomó aproximadamente 6 horas por día de la investigación.

Todo el trabajo de investigación y recolección de la información para las encuestas fueron realizados por el autor de este proyecto.

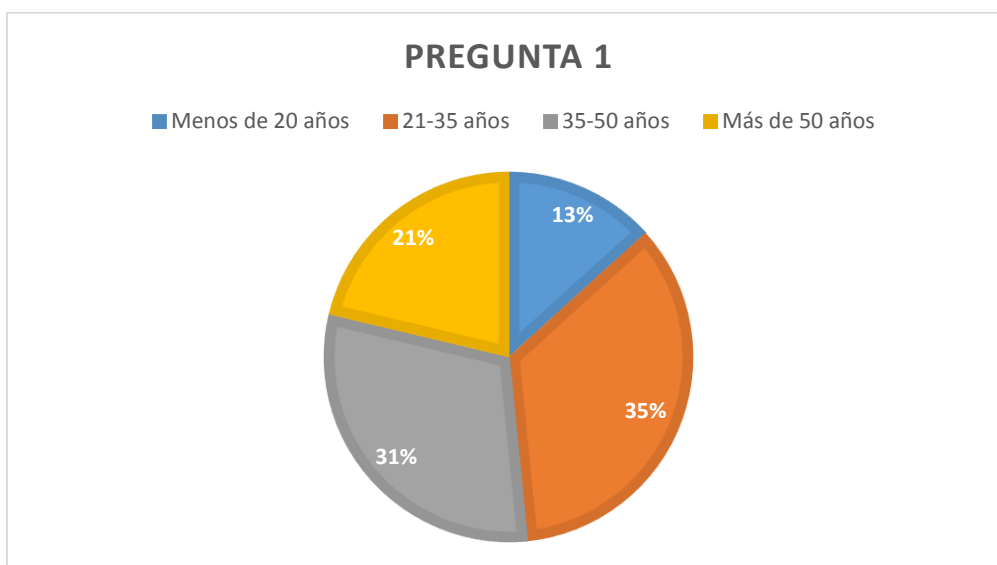
Después de haber realizado las 188 encuestas como resultado de la muestra de la población económicamente activa de las comunidades de Salinas, Mascarilla, Chota, Juncal y Chalguyacu. Se obtuvieron los siguientes resultados.

Pregunta 1: Por favor indique en que rango se ubica su edad

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de 20 años	25	13%
21-35 años	66	35%
35-50 años	57	31%
Más de 50 años	40	21%
TOTAL	188	100%

Tabla 18: Tabulación-Pregunta 1 a la población local.

Gráfico 4: Porcentajes de la Pregunta 1 a la población local.



INTERPRETACIÓN

El mayor número de encuestas se realizó a personas entre 21 y 35 años de edad con un 35%, seguida de las personas entre 35 y 50 años de edad con un 31%, la razón es que las personas entre estos rangos de edades eran las más dispuestas a colaborar con las encuestas, además se puede determinar que la mayoría de las encuestas fueron realizadas a las personas que están trabajando o estudiando, esto permite que den un juicio real de lo que el turismo puede llegar a significar para ellos en un futuro.

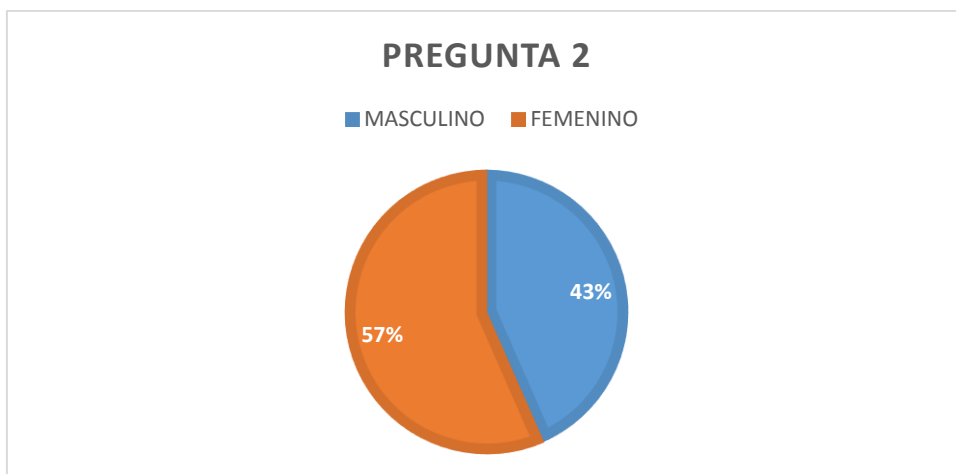
Las encuestas realizadas a personas de más de cincuenta años tienen un porcentaje del 21%, estas personas colaboraron con la condición de que se les ayude a llenar dichas encuestas ya que en su mayoría no podían leer y escribir. Por último las personas de menos de 20 años representan el 13% de las encuestas realizadas, las cuales en su mayoría fueron realizadas a estudiantes.

Pregunta 2: Por favor indique su género

Tabla 19: Tabulación-pregunta 2 a la población local.

GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
MASCULINO	86	43%
FEMENINO	112	57%
TOTAL	188	100%

Gráfico 5: Porcentajes de la Pregunta 2 a la población local.



INTERPRETACIÓN

El mayor número de encuestas realizadas fue destinado al género femenino con un 57%, en cambio el género masculino tuvo una participación del 43%, a pesar de que la diferencia no es demasiada, vale la pena recalcar que el mayor número de encuestas fueron llenadas por las mujeres debido a que una gran parte de las encuestas fueron realizadas en la mañana y a esa hora por lo general los hombres se encuentran trabajando en las huertas.

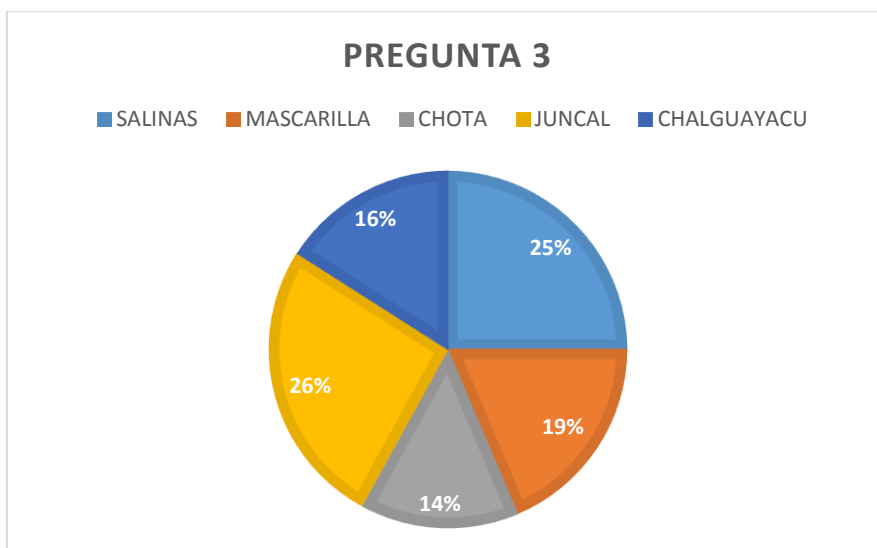
Por otra parte en algunas comunidades se realizaron encuestas en domingo, días en el cual por lo general se encontraban todos los miembros de la familia en su hogar, lo cual de alguna manera equiparó el número de encuestas realizadas a cada género.

Pregunta 3: Indique a qué comunidad pertenece

Tabla 20: Tabulación-Pregunta 3 a la población local.

COMUNIDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
SALINAS	47	25%
MASCARILLA	35	19%
CHOTA	27	14%
JUNCAL	49	26%
CHALGUAYACU	30	14%
TOTAL	188	100%

Gráfico 6: Porcentajes de la pregunta 3 a la población local.



INTERPRETACIÓN

El total de encuestas determinadas en la muestra para realizarlas en las respectivas comunidades se dividió de acuerdo al número de habitantes de cada núcleo poblado, la comunidad de Juncal es la que tiene mayor población por lo que en esta comunidad se realizó el mayor número de encuestas (26%), seguido muy de cerca por la comunidad de Salinas (25%), de esta manera se podía obtener un resultado más cercano a la realidad.

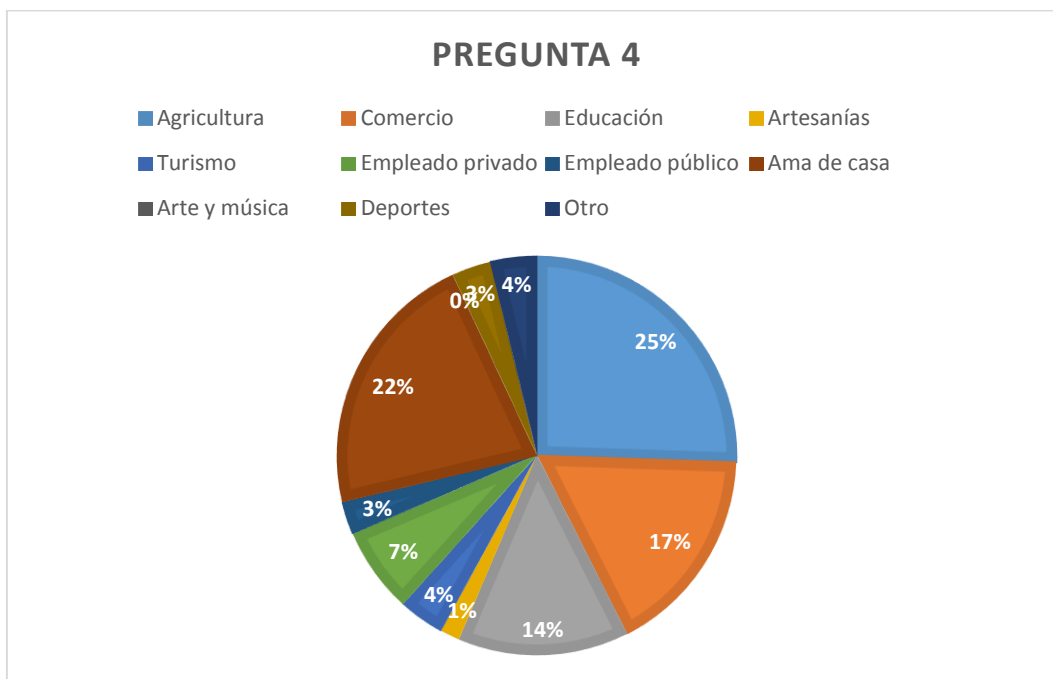
Vale decir que el número de encuestas realizadas a cada comunidad no fue exacto, esto se debe a que hubieron personas en comunidades que estuvieron más dispuestos a ayudar que en otras, sin embargo se cumplió el número de la muestra realizando el número de encuestas de acuerdo a las comunidades más pobladas. Tal es así que en las comunidades menos pobladas como Chota (14%), Mascarilla (19%) y Chaguayacu (16%) se realizaron un menor número de encuestas con relación a las demás, siempre basando ese criterio al número de la muestra.

Pregunta 4: Indique el sector de su ocupación principal

Tabla 21: Tabulación-Pregunta 4 a la población local.

OCUPACIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
Agricultura	48	25%
Comercio	32	17%
Educación	26	14%
Artesanías	3	1%
Turismo	7	4%
Empleado privado	13	7%
Empleado público	5	3%
Ama de casa	41	22%
Arte y música	0	0%
Deportes	6	3%
Otro	7	4%
TOTAL	188	100%

Gráfico 7: Porcentajes de la pregunta 4 a la población local.



INTERPRETACIÓN

El mayor número de encuestas fue realizado a personas cuya ocupación principal es la agricultura con un porcentaje del 25%, seguido de las amas de casa con un 22%, esto se debe a que la mayoría del universo masculino de las comunidades trabaja en la agricultura principal fuente de ingreso para estas comunidades, en cambio las mujeres si bien es cierto fueron las más encuestadas, sus actividades son varias, pero en su mayoría son amas de casa como muestran los resultados.

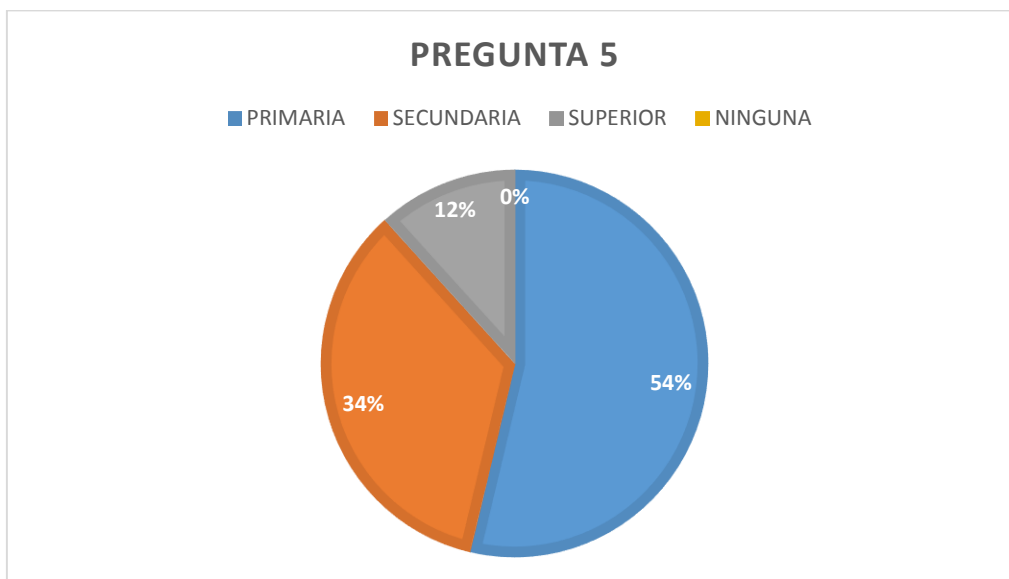
Las ocupaciones que siguen son el comercio con el 17% y educación con el 14% de los encuestados, como resultado se puede determinar que se comprueba que la principal fuente de ingreso d estas comunidades es la agricultura ya que los hombres salen a trabajar y por lo general las mujeres (amas de casa) se quedan preparando realizando las actividades del hogar.

Pregunta 5: Cuál es su nivel de instrucción

Tabla 22: Tabulación-Pregunta 5 a la población local.

INSTRUCCIÓN	CANTIDAD	PORCENTAJE
PRIMARIA	101	54%
SECUNDARIA	65	34%
SUPERIOR	22	12%
NINGUNA	0	0%
TOTAL	188	100%

Gráfico 8: Porcentajes de la pregunta 5 a la población local.



INTERPRETACIÓN

En lo que respecta al nivel de instrucción, el mayor número de encuestados tienen una instrucción primaria con un 54%, esto demuestra que más de la mitad del universo encuestado no asistieron al colegio o a la universidad.

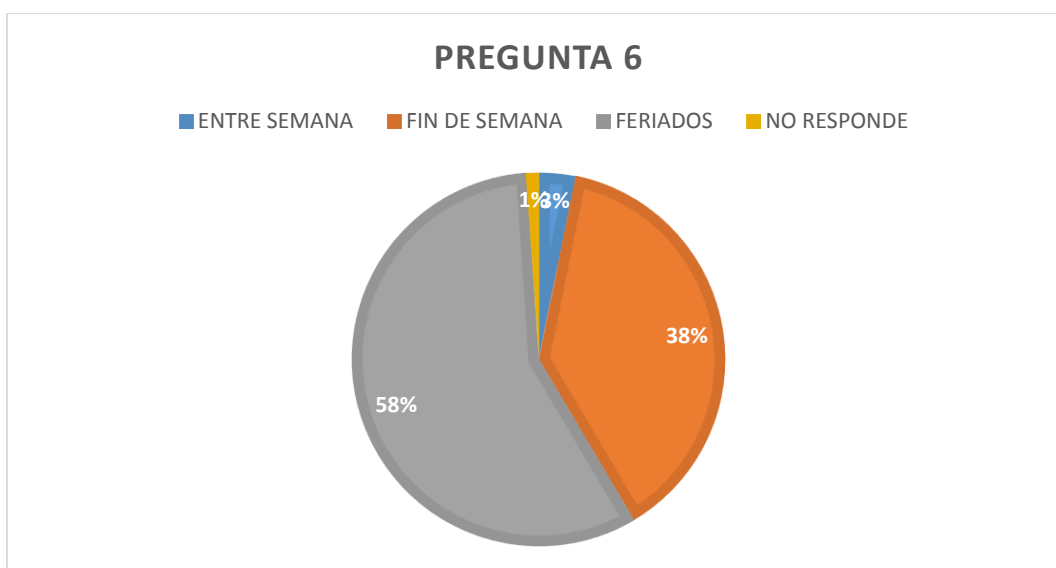
Los encuestados que tienen una instrucción secundaria son el 34% y apenas un 12% están cursando o han terminado la universidad. Se puede determinar que debido a que la mayoría de pobladores no tienen los estudios necesarios no tienen la oportunidad de aspirar a trabajos mejor remunerados.

Pregunta 6: Cuándo usted observa que llegan más turistas a su comunidad? ELIJA UNA RESPUESTA

Tabla 23: Tabulación-Pregunta 6 a la población local.

DIAS	CANTIDAD	PORCENTAJE
ENTRE SEMANA	6	3%
FIN DE SEMANA	72	38%
FERIADOS	108	58%
NO RESPONDE	2	1%
TOTAL	188	100%

Gráfico 9: Porcentajes de la pregunta 6 a la población local.



INTERPRETACIÓN

Es muy importante conocer los días en que más turistas visitan las diferentes comunidades, y de acuerdo al número a las encuestas realizadas un 58% de los encuestados dicen que los feriados son los días en que más turistas visitan su comunidad, seguido de los fines de semana con el 38% de encuestados.

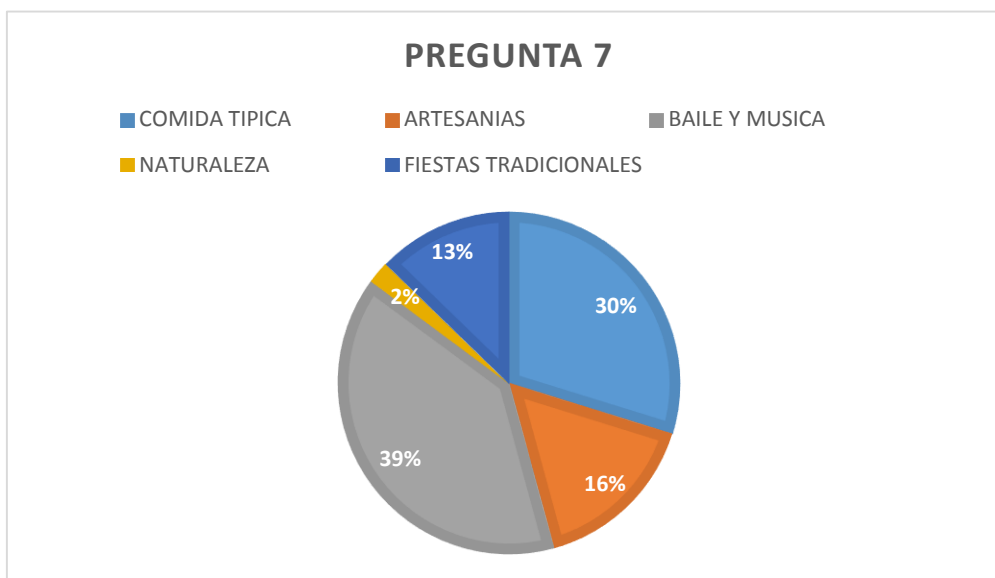
Esto confirma el hecho de que en las comunidades no existe una oferta de turismo permanente con excepción de Salinas que tiene el Tren de la Libertad, en lo que respecta a las demás comunidades únicamente en los feriados o en fines de semana se prepara algo para ofrecer al turista.

Pregunta 7: Qué elementos de su comunidad considera usted que podrían incluirse en la visita turística?

Tabla 24: Tabulación-Pregunta 7 a la población local.

ELEMENTOS	CANTIDAD	PORCENTAJE
COMIDA TÍPICA	56	30%
ARTESANÍAS	30	16%
BAILE Y MÚSICA	74	39%
NATURALEZA	4	2%
FIESTAS TRADICIONALES	24	13%
TOTAL	188	100%

Gráfico 10: Porcentajes de la pregunta 7 a la población local.



INTERPRETACIÓN

Cada comunidad tiene diferentes elementos que ofertar a los turistas, pero todas tienen algo en común y es la música bomba y la comida típica del lugar, es por eso que la mayoría de los encuestados dijo que lo que ofertarían al turista sería el baile y música con un 39% y la comida típica con el 30%.

Sin embargo existen otros elementos que sería importante incluir en la visita como las artesanías que representan el 16% y las fiestas tradicionales el 13%.

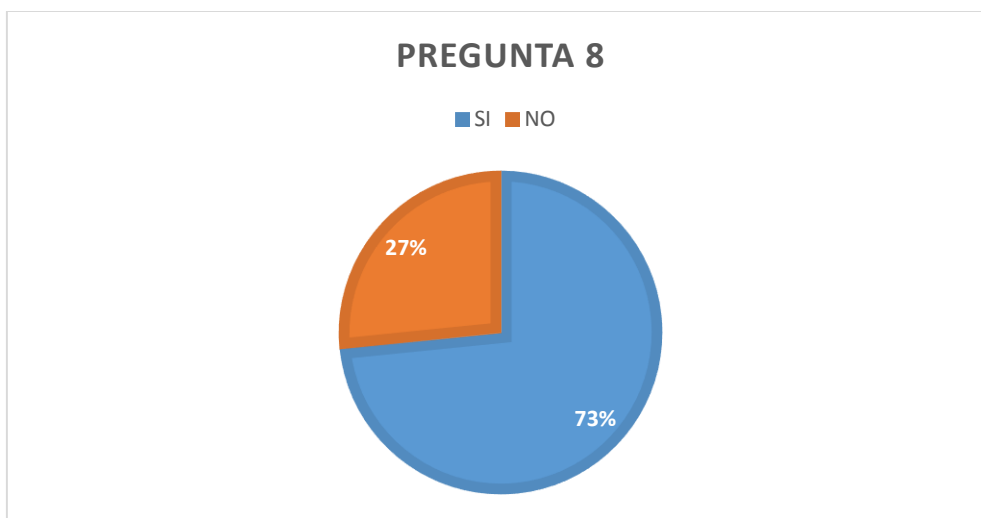
Los resultados de esta pregunta es crucial, ya que esto demuestra que el fuerte de las comunidades del Valle del Chota es el aspecto cultural, ya que dentro de las opciones de respuesta se puso Naturaleza y esta respuesta apenas tuvo un 2% de aceptación, lo cual respalda esta propuesta de una ruta de turismo cultural en la zona.

Pregunta 8: ¿Le gustaría trabajar en turismo?

Tabla 25: Tabulación-Pregunta 8 a la población local.

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	138	73%
NO	50	27%
TOTAL	188	100%

Gráfico 11: Porcentajes de la pregunta 8 a la población local.



INTERPRETACIÓN

Aunque en un principio pensé que esta pregunta sería obvia debido a que cualquiera iba a querer trabajar en turismo para diversificar su economía, los resultados me han desmentido.

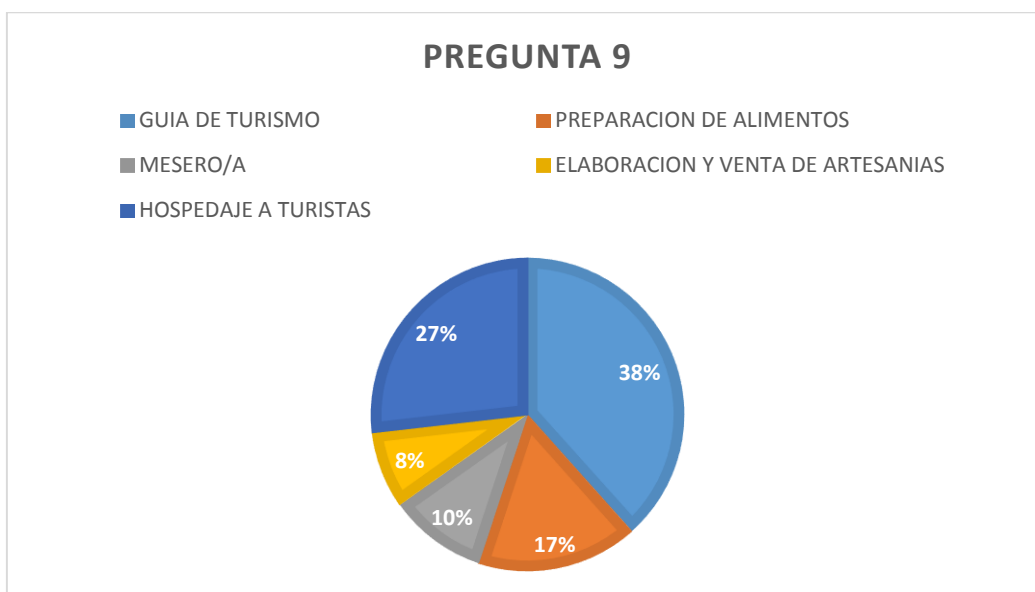
Si bien es cierto la mayoría de los encuestados dijeron que les gustaría trabajar en turismo (73%), un porcentaje considerable (27%) que dijeron que no les gustaría trabajar en la actividad turística y esto se debe a que las personas que dijeron que no ya tienen un trabajo fijo y no les gustaría arriesgar en una actividad nueva. Sin embargo, estas personas gran parte de estas personas trabajan indirectamente para el turismo ya que son tenderos, transportistas, comerciantes, etc.

Pregunta 9: Elija DOS actividades donde usted trabajaría en turismo?

Tabla 26: Tabulación-Pregunta 9 a la población local.

ACTIVIDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
GUIA DE TURISMO	53	38%
PREPARACIÓN DE ALIMENTOS	23	17%
MESERO/A	14	10%
ELABORACIÓN Y VENTA DE ARTESANIAS	11	8%
HOSPEDAJE A TURISTAS	37	27%
TOTAL	188	100%

Gráfico 12: Porcentajes de la pregunta 9 a la población local.



INTERPRETACIÓN

Desde esta pregunta en adelante el universo encuestado cambia ya que las siguientes preguntas son únicamente para las personas que respondieron si en la pregunta anterior.

De las personas encuestadas 38% dijo que de darse la oportunidad de trabajar en turismo le gustaría trabajar de guía, seguido de un 27% que le gustaría ofrecer hospedaje a los turistas, las dos respuestas son muy positivas para la propuesta ya que si bien es cierto esta propuesta está hecha para un día, se puede ampliar a más días y existen muchas personas

que estarían dispuestas a ofrecer el servicio de hospedaje, además de guianza por las comunidades.

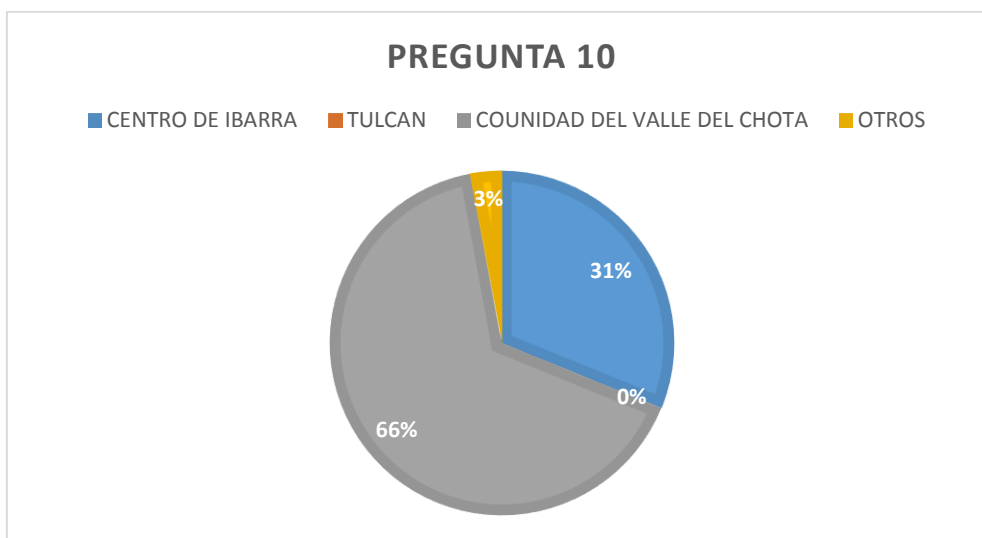
También existen personas que estarían dispuestas a preparar los alimentos (17%) y trabajar como meseros (10%).

Pregunta 10: En caso de que tenga la oportunidad para capacitarse en turismo. Elija el lugar apropiado para hacerlo?

Tabla 27: Tabulación-Pregunta 10 a la población local.

LUGAR	CANTIDAD	PORCENTAJE
CENTRO DE IBARRA	43	31%
TULCÁN		0%
COUNIDAD DEL VALLE DEL CHOTA	91	66%
OTROS	4	3%
TOTAL	138	100%

Gráfico 13: Porcentajes de la pregunta 10 a la población local.



INTERPRETACIÓN

Debido a que el turismo sería una propuesta nueva para la mayoría de las comunidades, la capacitación es un aspecto fundamental para que el proyecto tenga éxito, por eso se planteó una pregunta de donde estarían dispuestos a acudir a una capacitación en servicios turísticos.

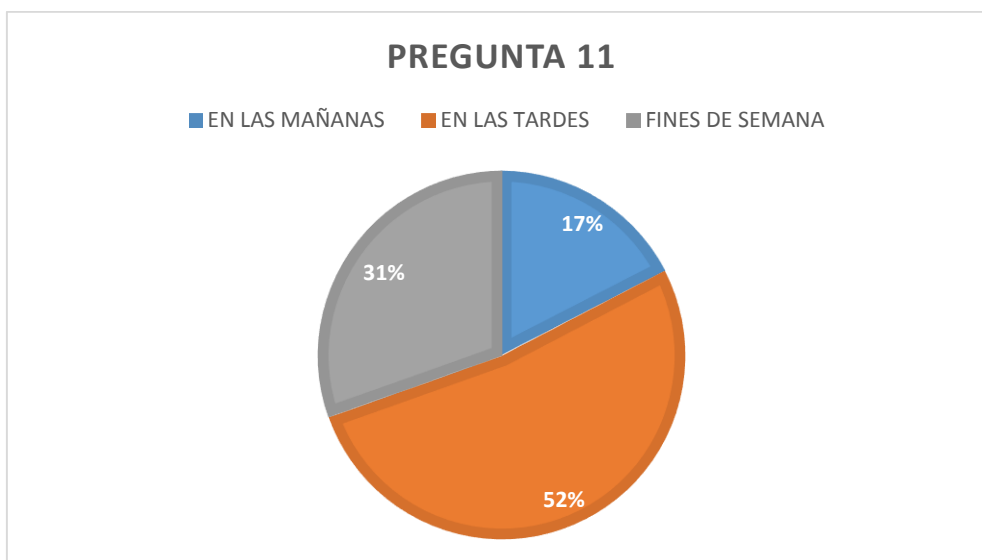
El 66% de los encuestados dijo que les gustaría capacitarse en una comunidad del Valle del Chota, seguido del 31% que dijo que le gustaría acudir a la ciudad de Ibarra. Estos porcentajes se deben principalmente a la comodidad de cada poblador dependiendo de la comunidad e la que viven, por ejemplo las comunidades de Salinas y Mascarilla están más cerca de Ibarra, por lo que ellas fueron en su mayoría las que respondieron que estarían dispuestas a capacitarse en Ibarra.

Pregunta 11: En que horario es mejor capacitarse en turismo?

Tabla 28: Tabulación-Pregunta 11 a la población local.

HORARIO	CANTIDAD	PORCENTAJE
EN LAS MAÑANAS	24	17%
EN LAS TARDES	72	52%
FINES DE SEMANA	42	31%
TOTAL	138	100%

Gráfico 14: Porcentajes de la pregunta 11 a la población local.



INTERPRETACIÓN

En lo que respecta al horario en el que estarían dispuestos a asistir a la capacitación el 52% de los encuestados respondió “En las tardes”, seguido del 31% que dijo “los fines de semana” esto se debe principalmente a que en las mañanas por lo general los hombres están trabajando en las huertas, los estudiantes en sus instituciones educativas y las mujeres se quedan realizando las actividades del hogar. Por lo tanto el tiempo en el cual están libres es las tardes y en algunos casos los fines de semana.

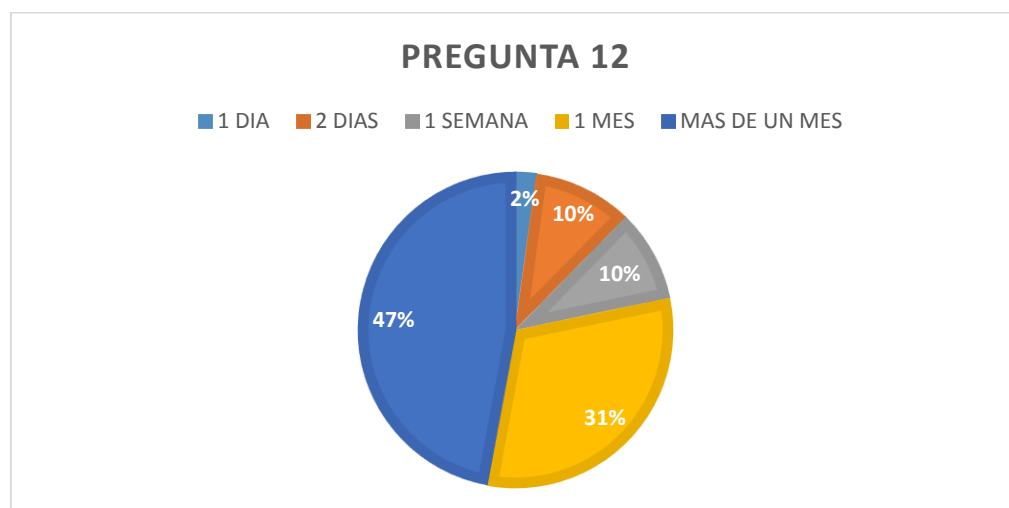
Sin embargo, hubieron personas que respondieron “en las mañanas” (17%), estas personas son las que su actividad les permite asistir a cualquier hora, por ejemplo los comerciantes.

Pregunta 12: Cuánto tiempo usted estaría dispuesto a capacitarse?

Tabla 29: Tabulación-Pregunta 12 a la población local.

TIEMPO	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 DIA	3	2%
2 DIAS	14	10%
1 SEMANA	13	10%
1 MES	43	31%
MAS DE UN MES	65	47%
TOTAL	138	100%

Gráfico 15: Porcentajes de la pregunta 12 a la población local.



INTERPRETACIÓN

En lo que respecta al tiempo que estarían dispuestos a invertir en la capacitación, el 47% de los encuestados respondió que invertiría más de un mes en la capacitación, seguido del 31% que dijo que invertiría un mes capacitándose.

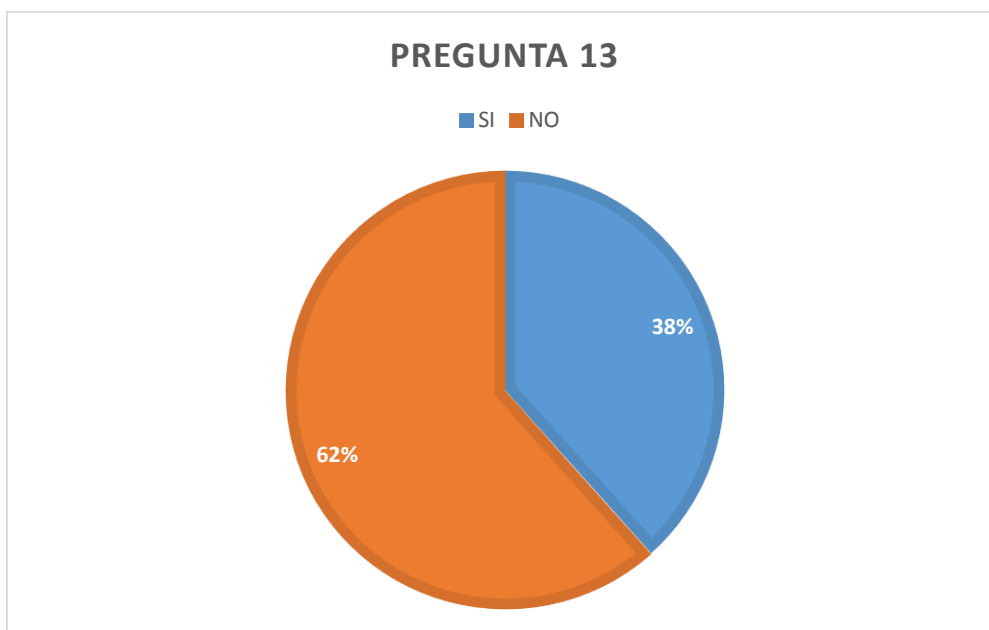
Estos resultados son muy buenos ya que esto nos dice que las una gran parte del universo encuestado está dispuesto a capacitarse en turismo y además a invertir un tiempo prudente en el mismo.

Pregunta 13: Ha participado antes en algún curso de turismo.

Tabla 30: Tabulación-Pregunta 13 a la población local.

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
SI	53	38%
NO	85	62%
TOTAL	138	100%

Gráfico 16: Porcentajes de la pregunta 13 a la población local.



INTERPRETACIÓN

También es importante conocer si los encuestados han tenido algún tipo de capacitación previa en el sector turismo, por lo cual se planteó esta pregunta.

El 38% de los encuestados respondió que SI y el 62 % que No había participado en ninguna capacitación en turismo, como se puede apreciar existe un gran número de personas que no han tenido algún tipo de capacitación en turismo, lo cual es lógico ya que el turismo no es una fuente de dinero considerable.

Sin embargo, existe un porcentaje de personas que dijeron que si han participado en algún curso de turismo, pero estas personas son en su mayoría personas que ya se encuentran trabajando en el sector turístico, por ejemplo Salinas (El Tren), y el resto son los jóvenes que han participado en campamentos juveniles y dentro de éste recibieron algunas clases relacionadas con el turismo.

Muestra

Según datos otorgados por el Ministerio de Turismo (2014) el número de visitantes que tuvo el Cantón Ibarra en el último año fue 55870, cuyo número se ha tomado como universo para el cálculo y la determinación de la respectiva muestra que se presentará a continuación:

Turistas Nacionales y Extranjeros

$$n = Z^2 * P * Q * N / e^2 (N-1) + Z^2 * P * Q$$

Leyenda:

n = Número de elementos de la muestra.

N = Número de elementos del universo.

P/Q = Probabilidades con las que se presenta el fenómeno.

Z² = Valor crítico correspondiente al nivel de confianza elegido: siempre se opera con valor sigma.

E = Margen de error o de imprecisión permitido.

$$n = 1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 55870 / 0.07^2 (55870 - 1) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5$$

$$n = 3.8416 * 0.25 * 55870 / 0.0049 (55869) + 3.8416 * 0.25$$

$$n = 53657,55 / 274,72$$

$$n = 195$$

4.4.4.2 Interpretación de resultados de turistas nacionales y extranjeros

Las encuestas a turistas nacionales y extranjeros fueron realizadas los días 4, 5, 9 y 10 de Mayo del 2015, una parte se la hizo en Ibarra y la otra a las afueras de las hosterías Oasis y Aruba ubicadas en Ambuquí, se escogió éstos lugares ya que en estos existe la mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros que visitan la zona del Valle del Chota.

La recolección de la información tomó 6 horas de cada uno de los 4 días invertidos en la investigación y fue realizada por el autor de este proyecto.

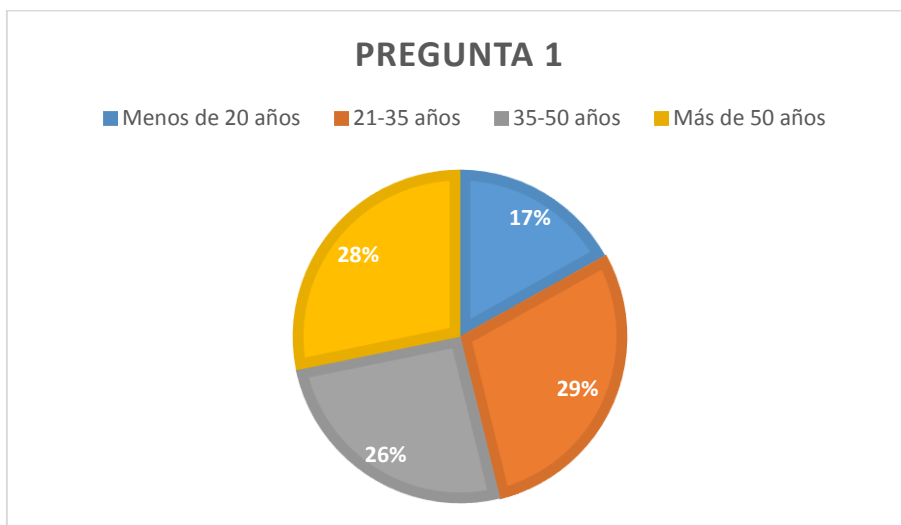
Después de haber realizado las 195 encuestas como resultado de la muestra del número de turistas nacionales y extranjeros que visitaron la ciudad de Ibarra el año 2014. Se obtuvieron los siguientes resultados.

Pregunta 1: Mencione cuál es su edad

Tabla 31: Pregunta 1 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD	PORCENTAJE
Menos de 20 años	33	17%
21-35 años	57	29%
35-50 años	50	26%
Más de 50 años	55	28%
TOTAL	195	100%

Gráfico 17: Pregunta 1 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

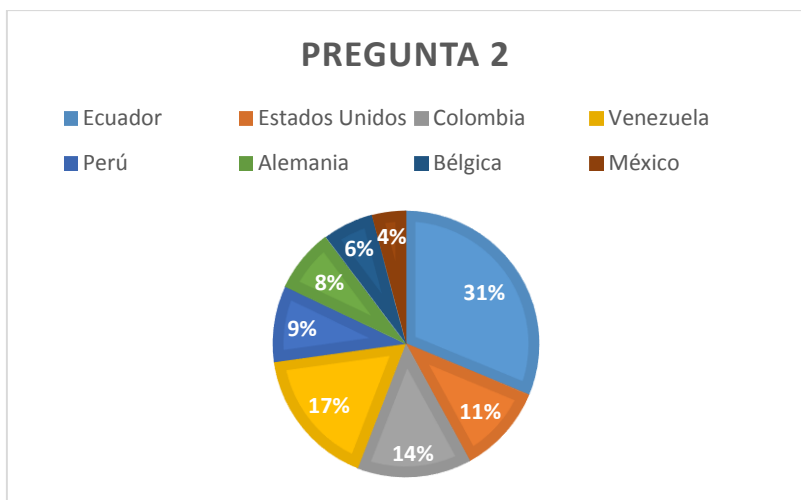
La mayor parte de los encuestados están en el rango de 21 a 35 años de edad (29%), seguido de los de más de 50 años (28%), los de menos de 35 a 50 años (26%) y por último los de menos de 20 años (17%).

Pregunta 2: Ciudad o País de Origen

Tabla 32: Pregunta 2 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD
Ecuador	61
Estados Unidos	21
Colombia	27
Venezuela	33
Perú	18
Alemania	15
Bélgica	12
México	8
TOTAL	195

Gráfico 18: Pregunta 2 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

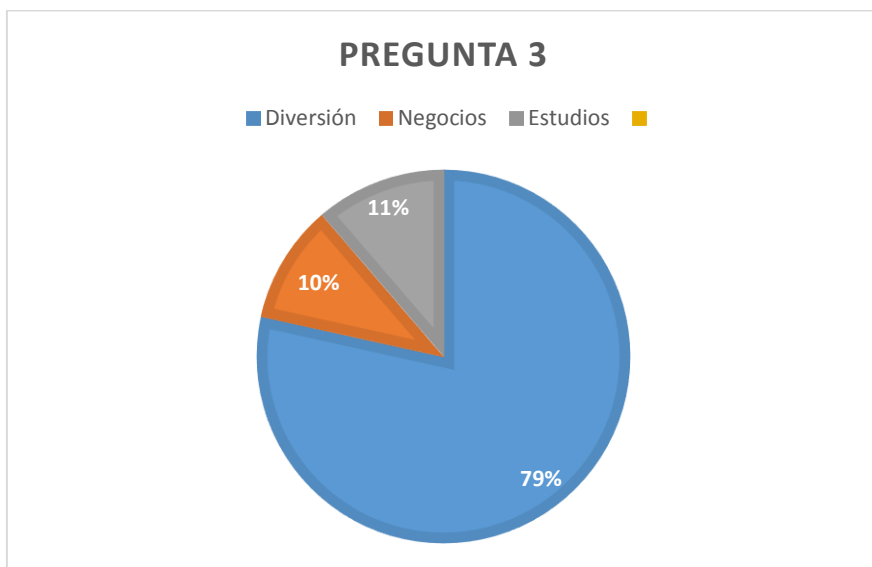
Los turistas encuestados fueron de diferentes nacionalidades y la mayoría de ellos fueron turistas nacionales es decir de Ecuador (31%), seguidos de los venezolanos (17%) y los colombianos (14%).

Pregunta 3: Cual es la motivación de su visita

Tabla 33: Pregunta 3 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD
Diversión	153
Negocios	20
Estudios	22
TOTAL	195

Gráfico 19: Pregunta 3 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

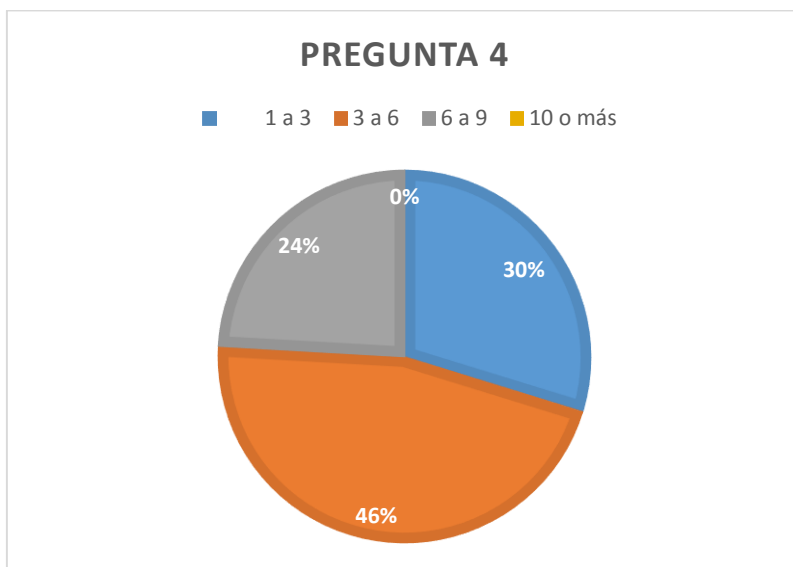
Del total de turistas encuestados como resultado se obtuvo que el 79% de ellos viajaron con una motivación de ocio o diversión, seguido de una motivación de estudios ya que también se encuestó a estudiantes (11%), y al final un 10% viajaron por negocios entre estos están empresarios, funcionarios públicos entre otros.

Pregunta 4: Con cuantas personas se encuentra de visita

Tabla 34: Pregunta 4 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD
1 a 3	58
3 a 6	90
6 a 9	47
10 o más	0
TOTAL	195

Gráfico 20: Pregunta 4 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

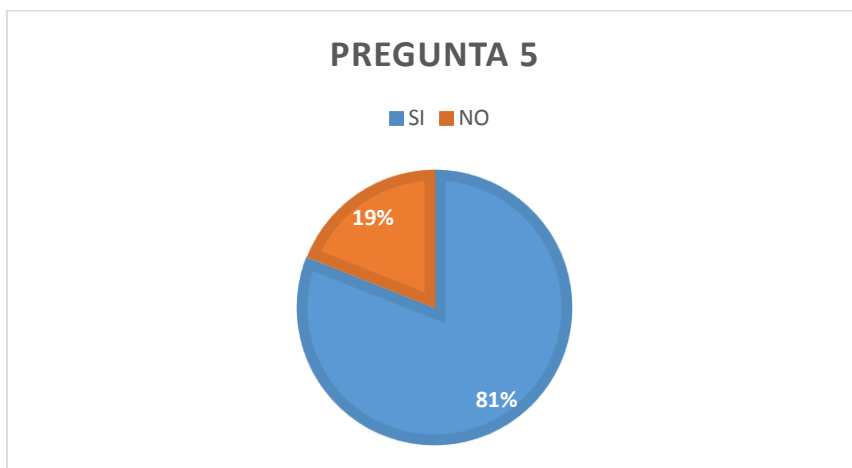
La mayoría de personas encuestadas se encontraban de viaje con de 3 a 6 personas más (46%), seguido del 30 % de personas que viajaban con 1 a 3 personas más, lo cual dice que los viajes los realizaban en grupos, ya sea familiares o amigos.

Pregunta 5: ¿Ha visitado el Valle del Chota?

Tabla 35: Pregunta 5 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD
SI	162
NO	38
TOTAL	195

Gráfico 21: Pregunta 5 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

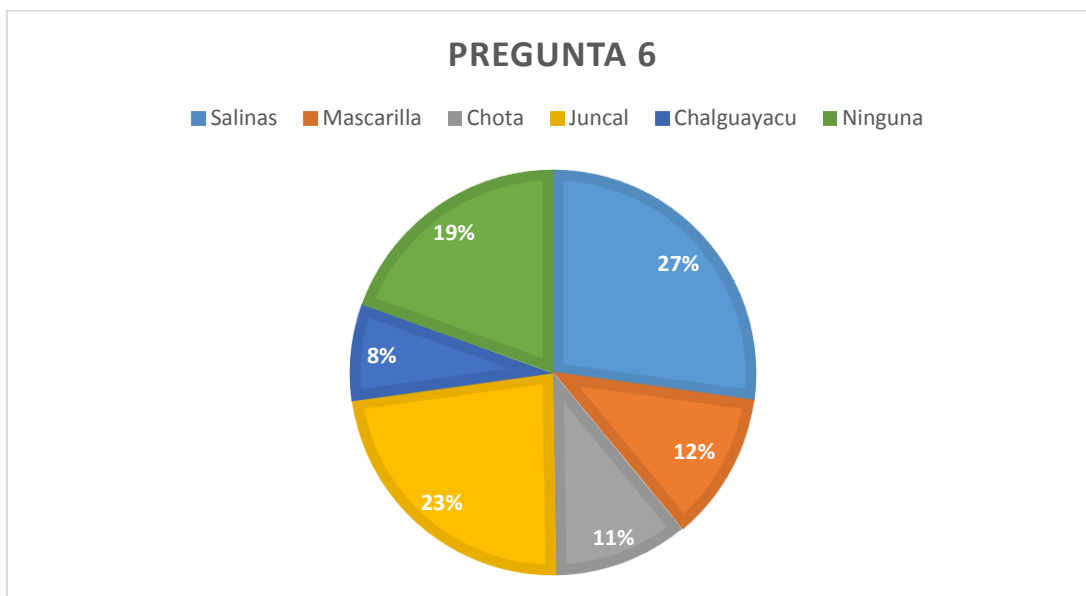
El 81% de los encuestados respondieron que si han visitado o conocen el Valle del Chota, esto se debe a que las encuestas fueron realizadas en Ibarra y Ambuqui por lo cual la mayoría si lo conoce, versus un 19% que respondió nunca haber visitado el Valle del Chota.

Pregunta 6: ¿Conoce alguna de las siguientes comunidades del Valle del Chota?

Tabla 36: Pregunta 6 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD
Salinas	53
Mascarilla	23
Chota	21
Juncal	45
Chalguayacu	15
Ninguna	38
TOTAL	195

Gráfico 22: Pregunta 6 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

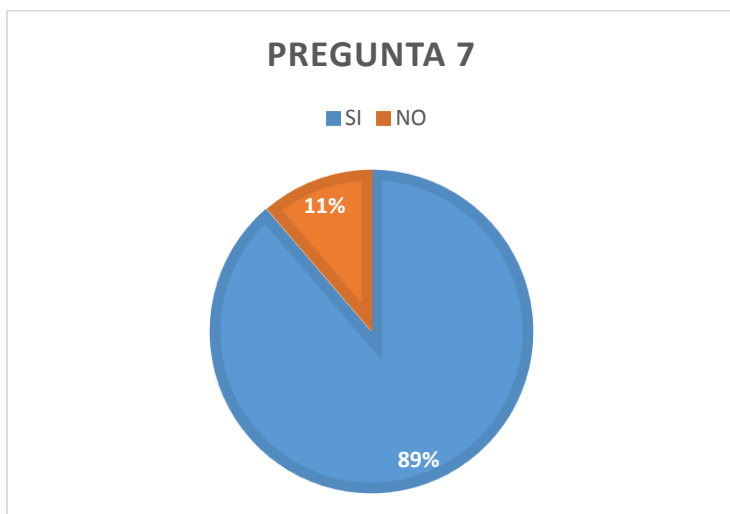
De acuerdo a los resultados que arrojaron las encuestas la comunidad más conocida es Salinas con un 27%, seguida de Juncal 23% y la comunidad menos conocida es Chaguayacu con el 8% de los resultados.

Pregunta 7: Le gustaría adquirir un paquete turístico cultural en el Valle del Chota. Si su respuesta es no, gracias por su colaboración. Fin de la encuesta

Tabla 37: Pregunta 7 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD
SI	173
NO	22
TOTAL	195

Gráfico 16: Pregunta 7 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

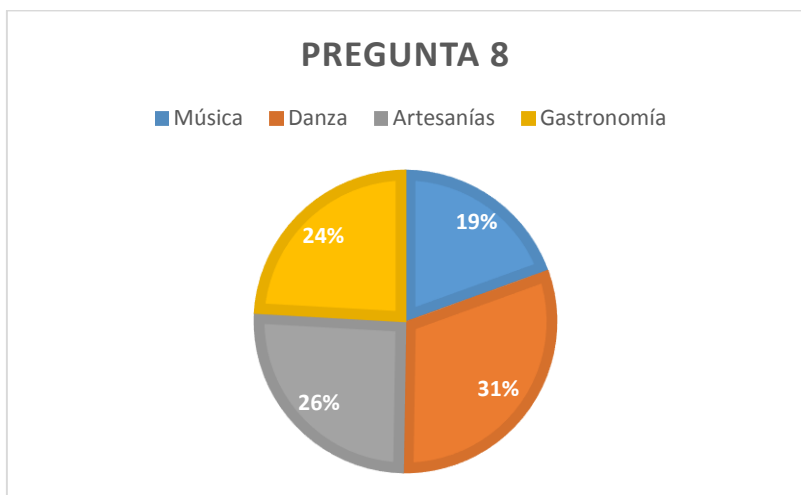
El 89% de los encuestados si estarían interesados en adquirir un paquete turístico cultural en el Valle del Chota, y el 11% no lo estaría, lo cual es muy bueno ya que esto demuestra que el proyecto tendría una gran aceptación y acogida por los turistas.

Pregunta 8: Qué le gustaría conocer del Valle del Chota (Elija máximo 2 opciones)

Tabla 38: Pregunta 8 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD
Música	33
Danza	53
Artesanías	45
Gastronomía	42
TOTAL	173

Gráfico 17: Pregunta 8 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

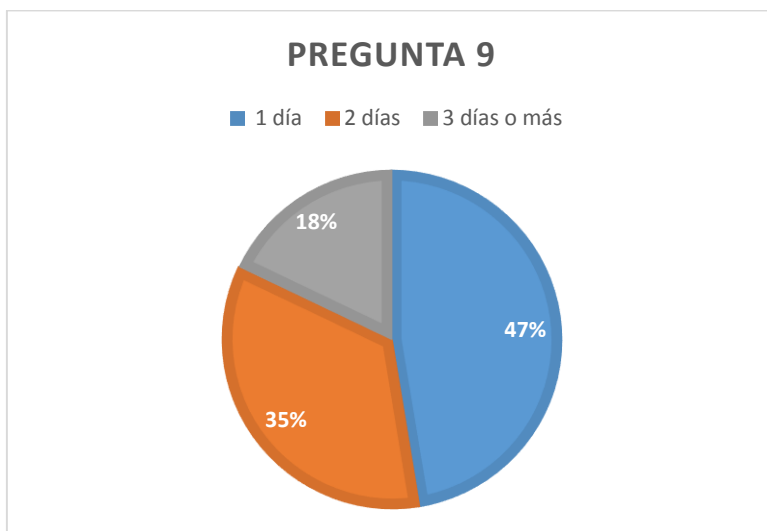
Las manifestaciones culturales del Valle del Chota son muy interesantes para los encuestados, sin embargo, la manifestación que más les gustaría disfrutar son la danza (31%), seguido de las artesanías (26%), la gastronomía (24%) y por último la música (19%). A pesar que la danza lleva la delantera se puede distinguir que las diferencias no son muy amplias, así que todas las manifestaciones culturales planteadas son una buena opción a incluir en el paquete turístico cultural.

Pregunta 9: Cuánto tiempo le gustaría que dure el recorrido turístico (Elija 1 opción)

Tabla 39: Pregunta 9 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD
1 día	82
2 días	60
3 días o más	31
TOTAL	173

Gráfico 18: Pregunta 9 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

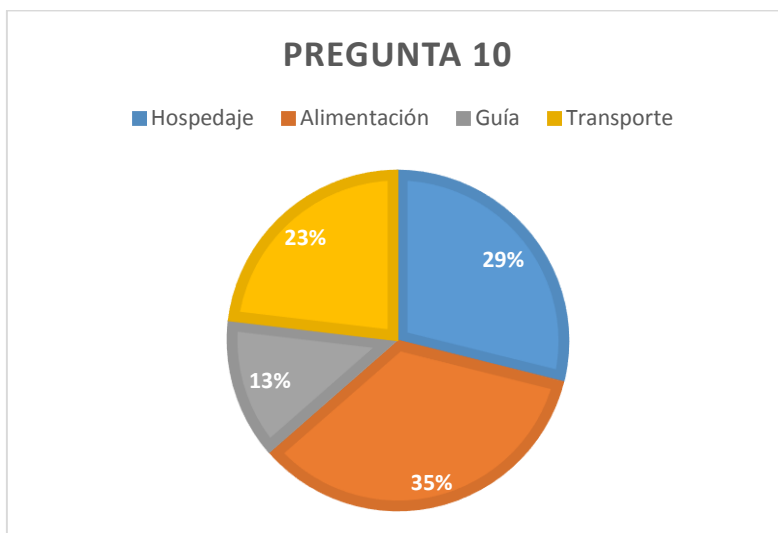
El 47% de los encuestados quisieran que el tour tenga una duración de 1 día, mientras que el 35% quisiera que dure dos días, por lo cual habrá que tomar en cuenta que si bien es cierto la mayoría lo quisiera realizar en un día, también se debe ofertar un paquete de dos días o más.

Pregunta 10: Qué servicios le gustaría que ofrezca el tour turístico en el Valle del Chota (Elija máximo 2 opciones)

Tabla 40: Pregunta 10 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD
Hospedaje	50
Alimentación	60
Guía	23
Transporte	40
TOTAL	173

Gráfico 19: Pregunta 10 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

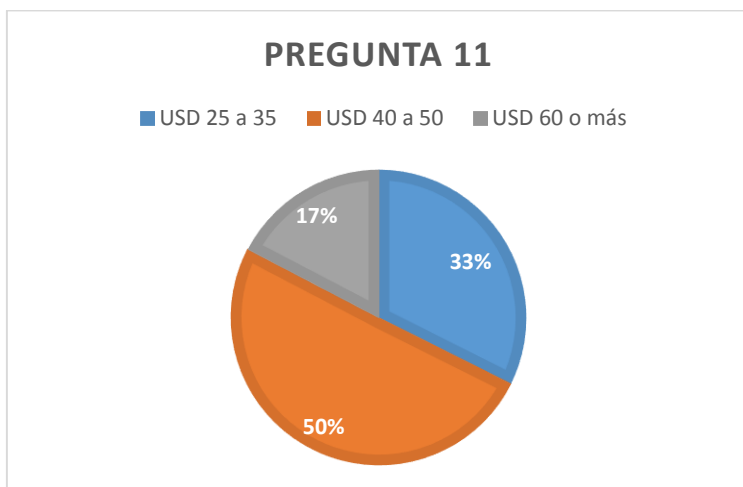
Para el 35% de los encuestados la prioridad es que el tour incluya la alimentación, ya que desean probar comida típica de la zona, seguido del 29% que quieren que incluya hospedaje, para los que quisieran quedarse 2 días o más.

Pregunta 11: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un tour turístico en el Valle del Chota? (Elija 1 opción)

Tabla 41: Pregunta 11 a turistas nacionales y extranjeros

VARIABLES	CANTIDAD
USD 25 a 35	56
USD 40 a 50	87
USD 60 o más	30
TOTAL	173

Gráfico 20: Pregunta 11 a turistas nacionales y extranjeros



INTERPRETACIÓN

La mitad de los encuestados estarían dispuestos a pagar entre 40 y 50 dólares por un tour turístico por el Valle del Chota, seguido del 33% de los que pagarían entre 25 a 35 dólares, esto se deberá tomar en cuenta al momento de la propuesta con precios por persona.

4.4.5 INFORME DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LAS AGENCIAS DE VIAJES Y OPERADORAS

4.4.5.1 INFORME DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LAS AGENCIAS DE VIAJES DE LA CIUDAD DE IBARRA

De acuerdo a datos registrados en la base de datos del Ministerio de Turismo 2014, en la ciudad de Ibarra existen 21 agencias de viajes clasificadas en agencias operadoras, agencias duales, agencias, agencias mayoristas y agencias internacionales.

Es importante mencionar que para esta obtener los datos en esta parte de la investigación se tomó la decisión de realizar entrevistas en lugar de encuestas ya que por medio de la entrevista se pueden recopilar información más exacta y directa, por esta razón se han seleccionado únicamente 3 agencias de viajes de la ciudad de Ibarra, las personas entrevistadas son profesionales en el área de turismo. Si bien es cierto el número de agencias es muy pequeño, los resultados obtenidos han sido apoyados y sustentados con datos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 y el PLANDETOUR 2020.

A continuación se muestran los resultados de las entrevistas realizadas a agencias y operadoras de la ciudad de Ibarra.

Agencias y Operadoras entrevistadas: IMBAVIAJES, METROPOLITAN TOURING y YURATOURS

1. ¿Su agencia vende paquetes turísticos a la provincia de Imbabura?

IMBAVIAJES: Imbaviajes es una Operadora que si vende paquetes turísticos dentro de la provincia de Imbabura.

METROPOLITAN TOURING: En la entrevista realizada a la contadora de la agencia, ella supo manifestar que no venden paquetes turísticos a la provincia de Imbabura.

YURATOURS: Yuratours tampoco vende paquetes turísticos a la provincia de Imbabura, esta operadora únicamente vende paquetes a nivel internacional y Galápagos.

RESULTADO

De las tres agencias solo una vende tours dentro de la provincia de Imbabura (Imbaviajes), las demás se especializan en vender paquetes para Galápagos e internacionalmente.

2. ¿Qué destinos de la ciudad de Imbabura promociona su agencia?

IMBAVIAJES: Dentro de la provincia de Imbabura nuestra agencia promociona los destinos de Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi y Salinas (Tren de la Libertad)

METROPOLITAN TOURING: Ninguno

YURATOURS: Ninguno

RESULTADO

Únicamente Imbaviajes ofrece tours en la provincia de Imbabura y los destinos turísticos más ofertados son Ibarra, Atuntaqui, Cotacachi y Salinas.

3. ¿Cuáles considera USTED que son los aspectos por los cuales no se visita el Valle del Chota?

IMBAVIAJES: Atractivos turísticos, vías de acceso y falta de gestión por las autoridades competentes.

METROPOLITAN TOURING: Falta de gestión por las autoridades competentes, servicios turísticos y falta de publicidad.

YURATOURS: Atractivos turísticos, falta de gestión por las autoridades competentes y servicios turísticos.

RESULTADO

Las personas entrevistadas de las diferentes agencias consideran que la razón por la que no se visita el Valle del Chota es por desconocimiento de los atractivos turísticos, la mala gestión de las autoridades, falta de servicios turísticos y vías de acceso.

La contadora de Metropolitan Touring considera que el Valle del Chota tiene muchos atractivos turísticos pero no han sido desarrollados correctamente.

4. ¿Qué tipo de turismo promociona su agencia?

IMBAVIAJES: Cultural, naturaleza, sol y playa, aventura y religioso.

METROPOLITAN TOURING: En Ecuador únicamente promocionamos Galápagos y turismo de aventura pero muy poco, a nivel internacional si promocionamos turismo cultural, naturaleza y sol y playa.

YURATOURS: Cultural, naturaleza, aventura y sol y playa.

RESULTADO

Las agencias entrevistadas promocionan turismo cultural, de naturaleza, de aventura, sol y playa y turismo religioso. Sin embargo, cabe mencionar Metropolitan Touring en Ecuador solo promociona Galápagos y turismo de aventura pocas veces, la demás oferta está destinada para el extranjero.

5. ¿Si existieran todas las facilidades turísticas y administrativas, incluiría al Valle del Chota dentro de su oferta?

IMBAVIAJES: Si existieran todas las facilidades por supuesto que incluiría al Valle del Chota en mi oferta, ya que es una zona muy rica en cultura y además son gente muy amable.

METROPOLITAN TOURING: Si tuviéramos una propuesta y las facilidades adecuadas, si la incluiríamos dentro de nuestra oferta ya que han venido personas preguntando acerca de que pueden visitar en el Valle del Chota, pero como no sabemos que se ofrece ni cuando se ofrece, les decimos que únicamente es un lugar de paso para el Tulcán, aunque pueden apreciar el Río Chota desde el puente de Juncal.

YURATOURS: Por el momento no ofrecemos paquetes dentro de la provincia de Imbabura, así que de nada serviría que el Valle del Chota cuente con todas esas facilidades.

RESULTADO

Tanto en Imbaviajes como en Metropolitan Touring, sus trabajadores están de acuerdo que si existieran todas las condiciones y facilidades turísticas en el Valle del chota sin duda lo incluirían dentro de su cartera de productos.

6. ¿Si el Valle del Chota se posicionara como un destino turístico cultural. Qué servicios o actividades de éste destino, USTED incluiría en sus paquetes?

IMBAVIAJES: Gastronomía tradicional, compra de artesanías y presentación de grupos de danza y música.

METROPOLITAN TOURING: Gastronomía tradicional, compra de artesanías, hospedaje y presentación de grupos de danza y música.

YURATOURS: Ninguno

7. ¿Cuál sería el valor que usted cotizaría para el siguiente servicio en el Valle del Chota?

Tour de 6 horas en el Valle del Chota.

Actividades:

Visita al Centro Artesanal en Mascarilla.

Presentación de música y danza afrochoteña

Visita al Museo de Sal en Salinas

Almuerzo tradicional en Salinas

Guianza temática identidad afrochoteña por guía comunitarios.

INCLUYE: entradas, guía, alimentación.

IMBAVIAJES: 40 dólares

METROPOLITAN TOURING: 60 dólares

YURATOURS: No responde

RESULTADO

Las personas entrevistadas de Imbaviajes y Metropolitan Touring cotizaron el tour con los servicios incluidos en \$60, haciendo énfasis en que lo más costoso es el transporte, además que hay que pagar al chofer.

También agregaron que es mejor cuando el guía tiene su propio medio de transporte y es el chofer, eso abarata costos.

8. ¿Qué mercado cree usted que estaría más interesado en comprar un circuito al Valle del Chota?

IMBAVIAJES: Yo pienso que los turistas nacionales estarían más interesados en visitar el Valle del Chota porque actualmente el turismo interno está creciendo y esta sería una buena propuesta para los ecuatorianos.

METROPOLITAN TOURING: En mi opinión los extranjeros son los que estarían más dispuestos a comprar un tour de este tipo al Valle del Chota porque a los extranjeros les

gusta más la experiencia cultural, los turistas nacionales por lo general prefieren sol y playa, aventura y naturaleza.

YURATOURS: Yo creo que el mercado más interesado en visitar el Valle del Chota serían los extranjeros porque a ellos les gusta más compartir experiencias directamente con comunidades y su cultura.

RESULTADO

Dos de las tres personas entrevistadas en las diferentes agencias opinan que los turistas extranjeros serían el mercado potencial para un tour en el Valle del Chota.

4.4.5.2 INFORME DE LAS ENTREVISTAS REALIZADAS A LAS AGENCIAS DE VIAJES DE LA CIUDAD DE QUITO

De acuerdo a datos registrados en la base de datos del Ministerio de Turismo 2014, en la ciudad de Quito existen 640 Agencias de Viajes, clasificadas en agencias operadoras, agencias duales, agencias internacionales y agencias mayoristas.

Es importante mencionar que para esta obtener los datos en esta parte de la investigación se tomó la decisión de realizar entrevistas en lugar de encuestas ya que por medio de la entrevista se pueden recopilar información más exacta y directa, por esta razón se han seleccionado únicamente 3 agencias de viajes del sector La Mariscal de la ciudad de Quito, las personas entrevistadas son profesionales en el área de turismo. Si bien es cierto el número de agencias es muy pequeño, los resultados obtenidos han sido apoyados y sustentados con datos del Plan Nacional del Buen Vivir 2013-2017 y el PLANDETOUR 2020.

A continuación se muestran los resultados de las entrevistas realizadas a agencias y operadoras de la ciudad de Quito.

Agencias de viajes entrevistadas: ECOMONTES TOUR, ECUADORIAN TOURS, TROPI ECUADOR

1. ¿Su agencia vende paquetes turísticos a la provincia de Imbabura?

ECOMONTES TOUR: SI

ECUADORIAN TOURS: SI

TROPI ECUADOR: Si vendemos paquetes a Imbabura pero muy poco porque no es muy demandado.

RESULTADO

Todas las agencias entrevistadas en la ciudad de Quito manifestaron que si venden paquetes turísticos a la provincia de Imbabura.

2. ¿Qué destinos de la ciudad de Imbabura promociona su agencia? CUÀNTAS OPCIONES PUEDE MARCAR?

ECOMONTES TOUR: Otavalo, Cotacachi, Yahuarcocha, San Pablo, Volcanes

ECUADORIAN TOURS: Otavalo, Cotacachi, San Pablo, Cuicocha

TROPI ECUADOR: Ibarra

RESULTADO

Ninguna agencia de viajes promociona el Valle del Chota, la mayoría vende paquetes turísticos que incluyen Otavalo, Cotacachi y las Lagunas.

3. ¿Cuáles considera USTED que son los aspectos por los cuales no se promociona el Valle del Chota?

ECOMONTES TOUR: El agente counter opina que lo que hace falta para promocionar el valle del Chota principalmente es la falta de información sobre las actividades que se podrían realizar ahí y que además las vías de acceso no son buenas.

ECUADORIAN TOURS: El agente counter cree que lo que realmente falta es planta turística, ya que yo ha estado muchas veces por allá y manifiesta que faltan servicios turísticos, además de la falta de información acerca de los atractivos y actividades que se pueden realizar en la zona, también considera que las autoridades juegan un papel fundamental y que la falla es de ellos.

TROPI ECUADOR: La agente counter internacional de esta agencia manifestó que la principal causa por la que no se promociona el valle del chota es la falta de información, ya que ella opina que la gente es un factor clave y que las personas no hacen nada por ofrecer lo que tienen ya que el sector tiene potencial pero ninguna agencia sabe de lo que se oferta ahí, también agregó que las vías de acceso no están en óptimas condiciones y falta de gestión de las autoridades, por lo tanto el valle del Chota no está listo para vender un producto turístico.

RESULTADO

En conclusión la mayoría de las personas entrevistadas opinan que la falta de información es la razón principal por la que no se oferta el Valle del Chota ya que si no conocen que hay y que se puede hacer allí es imposible promocionarlo, además de otros factores como la gestión de las autoridades y la condición de las vías de acceso.

4. Qué tipo de turismo promociona su agencia?

ECOMONTES TOUR: Aquí promocionamos toda clase de turismo pero los principales y más demandados son Turismo cultural, de aventura, sol y playa, comunitario y ecoturismo.

ECUADORIAN TOURS: Los principales tipos de turismo que promociona mi agencia es cultural, de naturaleza, ecoturismo, sol y playa, de aventura.

TROPI ECUADOR: Lo que se promociona aquí es turismo de naturaleza, sol y playa, aventura y religioso.

RESULTADO:

Todas las agencias de viajes tienen una gran variedad en su oferta y la mayoría de ellas promocionan turismo cultural.

5. ¿Si existieran todas las facilidades turísticas y administrativas, incluiría al Valle del Chota dentro de su oferta?

ECOMONTES TOUR: Por supuesto que sí, no estaría mal agregar más opciones de oferta y si el Valle del Chota e prepara bien sería una excelente opción.

ECUADORIAN TOURS: Si tuvieran todas las facilidades y servicios turísticos por supuesto que sería un excelente producto para ofrecer.

TROPI ECUADOR: Si claro que sí, la cultura afro del Valle del Chota tiene mucho que ofrecer solo es cuestión de que se hagan bien las cosas.

RESULTADO

Todas las personas entrevistadas están de opinan que si el Valle del Chota tuviera todas las facilidades turísticas y administrativas, la incluirían en su oferta si dudarlo.

6. ¿Si el Valle del Chota se posicionara como un destino turístico cultural. Qué servicios o actividades de éste destino, USTED incluiría en sus paquetes?

ECOMONTES TOUR: Lo que yo incluiría en una oferta en del Valle del Chota es la gastronomía y la presentación de grupos de danza y música.

ECUADORIAN TOURS: Yo incluiría la gastronomía, artesanías, presentación de grupos de danza y música y visitas a museos de identidad afrochoteña.

TROPI ECUADOR: Yo incluiría la gastronomía, presentación de grupos de baile y música y visitas a museos de identidad afrochoteña.

RESULTADO:

En conclusión, lo que las agencias de viajes consideran más importante ofrecer en una visita al Valle del Chota es la gastronomía y la presentación de grupos de danza y música bomba.

7. ¿Cuál sería el valor que usted cotizaría para el siguiente servicio en el Valle del Chota?

Tour de 6 horas en el Valle del Chota.

Actividades:

Visita al Centro Artesanal en Mascarilla.

Presentación de música y danza afrochoteña

Visita al Museo de Sal en Salinas

Almuerzo tradicional en Salinas

Guianza temática identidad afrochoteña por guía comunitarios.

INCLUYE: entradas, guía, alimentación.

ECOMONTES TOUR: Saliendo desde Quito y visitando algunos atractivos antes de llegar al Valle del Chota el precio sería de 60 dólares.

ECUADORIAN TOURS: Pues si incluye todo eso yo creo que el valor saliendo de la ciudad de Quito es de 80 dólares.

TROPI ECUADOR: Todo depende del número de pasajeros que vayan en el bus pero para un promedio de 15 personas es precio sería 60 dólares.

RESULTADO

La mayoría de los entrevistados consideran que el precio depende mucho de la cantidad de personas que compren el tour, pero el valor aproximado para este tipo de circuito sería de \$60.

8. ¿Qué mercado cree usted que estaría más interesado en comprar un circuito al Valle del Chota?

ECOMONTES TOUR: Definitivamente los extranjeros, a los ecuatorianos no les gusta mucho comprar ese tipo de productos, ellos prefieren más la playa y la aventura.

ECUADORIAN TOURS: Yo creo que los turistas extranjeros estarían más interesados en comprar este tipo de producto ya que Imbabura es un circuito ya posicionado, además de que los extranjeros les gusta la fusión de la culturas y les encantaría conocer la cultura indígena y afro.

TROPI ECUADOR: El mercado más interesado en visitar el Valle del Chota serían los extranjeros, porque los ecuatorianos pocos ecuatorianos están interesados en conocer lo nuestro y la mayoría prefieren la playa.

RESULTADOS

Todos los entrevistados opinan que el mercado más interesado en productos como el que se propone en el Valle del Chota son los extranjeros, ya que ellos disfrutan compartir con comunidades y culturas diferentes.

4.4.4.1 PERFIL DEL TURISTA

Variables

Geográfico.- Las entrevistas realizadas a las agencias de viajes dieron como resultado que las personas que más realizan turismo cultural en el cantón Ibarra son principalmente extranjeros provenientes de Estados Unidos, Europa y Argentina. En cuanto a los turistas nacionales ellos provienen de Quito, Cuenca, Esmeraldas, Guayaquil.

Demográfico.- Las edades de los turistas que visitan Ibarra está entre 25 y 50 años, la mayoría de los visitantes tienen instrucción superior, su ocupación principal varía entre

estudiantes y profesionales. Los estudiantes muchas veces vienen por voluntariado o intercambio.

Psicográfico y económico.- El mercado principal de Ibarra son extranjeros que por lo general son profesionales, esto hace que tengan poder adquisitivo y una buena posición económica en condiciones de satisfacer sus necesidades básicas de turistas.

Espacial.- De acuerdo a los resultados obtenidos en las entrevistas, los turistas extranjeros se quedan aproximadamente un lapso 3 días, especialmente en fines de semana, feriados y en vacaciones se quedan hasta 2 semanas.

Conductual.- De acuerdo a las entrevistas las razones por las que los turistas visitan Ibarra es diversión, vacaciones, descanso y turismo. Dentro de las actividades que realizan se encuentran principalmente relacionadas con turismo cultural y turismo de naturaleza, de acuerdo a las características de la provincia de Imbabura.

4.4.5 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

De acuerdo a los resultados obtenidos en las encuestas y entrevistas realizadas en este capítulo, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- El turismo se puede convertir en una alternativa de ingreso económico para las comunidades ya que un gran porcentaje de los pobladores están dispuestos a trabajar en turismo si hubiera la oportunidad.
- De acuerdo a las entrevistas realizadas a las agencias de viajes existen turistas que han solicitado visitar el Valle del Chota pero no se lo han ofrecido ya que no existen las condiciones ni propuestas adecuadas.
- Los turistas que estarían más interesados en visitar proyectos con esta propuesta son los extranjeros,
- Aunque en la parroquia de Ambuqui cuenta con una planta hotelera bien equipada, en las comunidades todavía no hay los servicios y facilidades turísticas para complacer al visitante.
- El tren de la libertad de Salinas es un proyecto muy exitoso y cuenta con un gran número de visitantes. Los turistas del Tren son un mercado potencial para la propuesta planteada.
- Todas las agencias de viajes entrevistadas ofertan turismo cultural, además dentro del PIMTE 2009-2014 el turismo cultural está considerado como un producto estrella y con el 22% del presupuesto turístico asignado.

4.4.5.1 DEMANDA HISTÓRICA

El objetivo de la demanda histórica es conocer el comportamiento del consumo en el tiempo pasado, es decir, la demanda del producto o servicio que hubo en años anteriores. Este análisis solo se efectúa para productos que existen en el mercado.

Tabla 42: Demanda Histórica

AÑOS	NUMERO DE TURISTAS
2009	142068
2010	160060
2011	120544
2012	173581
2013	163023

Fuente: Dirección de Turismo de Ibarra

4.4.5.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Proyectar la demanda es estimar lo que sucederá a futuro con la población potencial y objetivo del proyecto.

Para la proyección se utiliza la tasa de crecimiento anual de la población del área de influencia.

Las respectivas proyecciones se han hecho tomando datos de estadísticos de la demanda turística de los años 2009 y 2010 mediante la aplicación de la siguiente formula:

$$I = \sqrt[2]{\frac{S}{P}} - 1$$

Donde

S= Valor Final

P= Valor Inicial

I= Tasa de Incremento

N= Número de años

$$I = \sqrt[2]{\frac{160060}{142068}} - 1$$

$$I = 0,06$$

Después de haber obtenido la tasa de incremento se procede a realizar la proyección de la demanda, reemplazando en la ecuación de mínimos cuadrados se determina lo siguiente:

Tabla 43: Proyección de la demanda turística de Ibarra al año 2019

AÑO	VALOR INICIAL	TASA DE INCREMENTO (I+1)	PROYECCION DE LA DEMANDA
2013	163023	1,06	172804
2014	172804	1,06	183172
2015	183172	1,06	194162
2016	194162	1,06	205812
2017	205812	1,06	218160
2018	218160	1,06	231250
2019	245125	1,06	245125

Fuente: Dirección de Turismo de Ibarra

Realizado por: El autor

4.4.5.3 Tendencia de la Demanda Futura

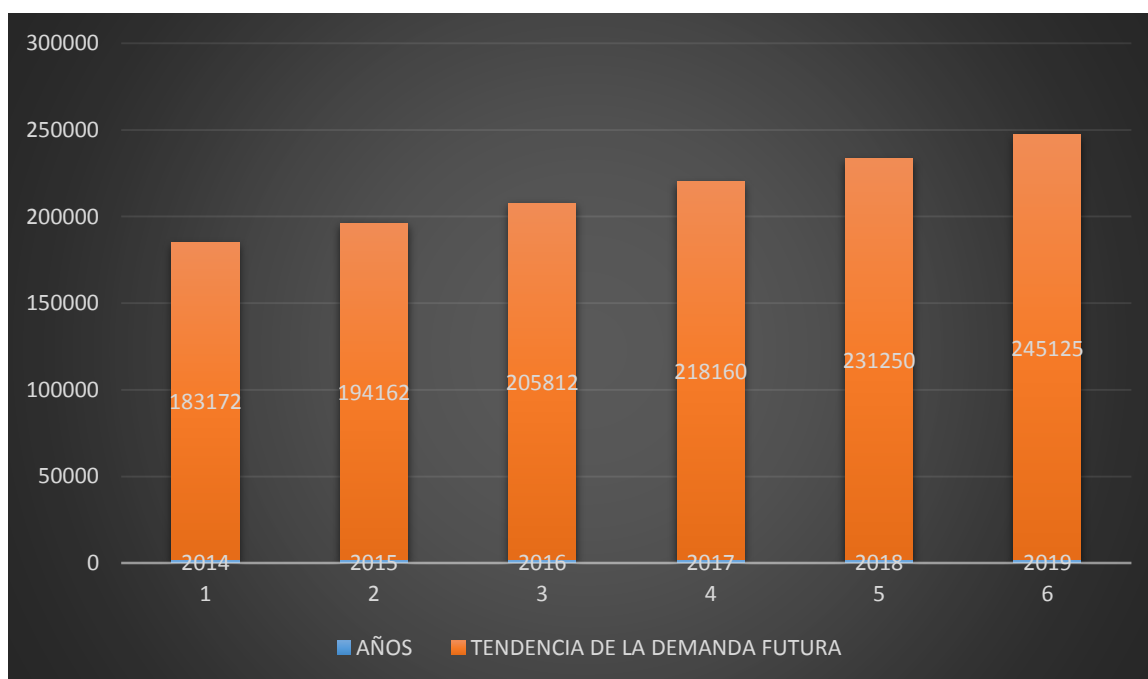
Las proyecciones realizadas entre los años 2011 y 2013 tienen un crecimiento positivo, pero para conocer cuál será la demanda en los años posteriores se ha realizado una proyección a de 5 años adelante partiendo desde el año 2014, ese decir hasta 2019; los resultados indican que para el año 2019 la demanda turística del Cantón Ibarra incrementara más del doble de lo que es actualmente.

Estos son resultados muy buenos para todas las parroquias que comprende el Cantón Ibarra; como se muestra a continuación:

Tabla 44: Tendencia de la demanda futura.

N.-	AÑOS	TENDENCIA DE LA DEMANDA FUTURA
1	2014	183172
2	2015	194162
3	2016	205812
4	2017	218160
5	2018	231250
6	2019	245125

Gráfico 22: Porcentajes de la tendencia de la demanda futura



Tal como se puede observar en el grafico la tendencia de la demanda se incrementará en un aproximadamente un 6% según la tasa de incremento determinada en la fórmula anterior, se puede observar que para el año 2019 el cantón Ibarra tendrá 245125 turistas lo que

representa un crecimiento del 25,27% de turistas en relación a 2014, sin duda alguna, esto beneficiará a todas las parroquias del cantón Ibarra.

Si bien es cierto los datos estadísticos son muy alentadores, para que esto sea una realidad depende mucho de la calidad y variedad de los servicios que se le ofrezca al turista, y la Ruta de la Bomba es una propuesta que puede cumplir con todas las exigencias y expectativas del turista nacional y extranjero.

4.4.5.4 Demanda Potencial

Para el cálculo de la demanda potencial se ha tomado en cuenta los datos de la preferencia de los turistas que visitan el cantón ciudad de Ibarra, datos proporcionados por la Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra. De acuerdo a esos datos, las personas que realizan turismo cultural representan el 35,5% del total de visitantes del cantón Ibarra.

Tabla 45: Demanda potencial del Cantón Ibarra al año 2019

N.-	AÑO	DEMANDA FUTURA	DEMANDA POTENCIAL (35,5%)
2	2014	183172	64110
3	2015	194162	68927
4	2016	205812	73063
5	2017	218160	77446
6	2018	231250	75703
7	2019	245125	87019

La demanda potencial inicia en el año 2014 con un número aproximado de 64110 turistas y para el año 2019 se proyecta un número aproximado de 87019 turistas; lo cual representa un crecimiento muy positivo y sustenta la propuesta de la ruta de la bomba en el Valle del Chota.

CAPITULO V

5 PROPUESTA DE LA RUTA DE LA BOMBA

La propuesta de la ruta de la Bomba es una ruta con enfoque netamente cultural, que tiene como objetivo primordial la puesta en valor de las tradiciones materiales y no materiales de la cultura afro del Valle del Chota. La ruta de la bomba comprende 5 comunidades afro pertenecientes geográficamente a 2 provincias (Imbabura y Carchi), pero que comparten a una misma identidad y cultura, la ruta comprende las comunidades de Salinas, Mascarilla, Chota, Juncal y Chalguayacu, todas estas comunidades comparten actividades en común, ya que además de pertenecer al mismo grupo étnico sus actividades económicas principales son las mismas, son agricultores, comerciantes, músicos.

5.1 JUSTIFICACIÓN

La idea de realizar La ruta de la bomba, nace de la identidad de la cultura afro ya que la bomba es una manifestación cultural propia de toda la región del Valle del Chota, todas las comunidades pertenecientes al Valle del Chota y Cuenca del río Mira de alguna forma u otra realizan actividades donde está inmersa la bomba ya sea en su expresión musical, dancística o instrumental.

La razón por la que se toman en cuenta las comunidades antes mencionadas es porque estas comunidades además de aún conservar la tradición de la bomba, la mayoría ya ha tenido experiencias y contacto con el turismo y no nos podemos olvidar que si bien es cierto es una propuesta para abrir otra posibilidad de fuente de empleo, también se debe tener en cuenta la preparación previa que puedan tener los pobladores respecto al turismo.

Sin duda alguna, el ejemplo sobresaliente es Salinas ya que de todas las comunidades participantes es la más desarrollada turísticamente debido a la presencia del Tren de la Liberta, la inclusión del turismo a Salinas, ha permitido que se generen fuentes de empleo ya que la mayoría de personas que trabajan en el Tren son de la misma comunidad. Las condiciones turísticas de Salinas son muy buena ya que no solo se ofrece el servicio del Tren sino también se han complementado otros servicios como el alojamiento, alimentación, recreación, baile, música, etc.

Por ejemplo en Salinas existe una asociación de mujeres que se dedican a prestar el servicio de hospedaje para aquellos visitantes que van a extender su visita a más de un día.

Otro claro ejemplo de experiencia en Turismo es la comunidad de Mascarilla, esta comunidad viene trabajando en el tema del turismo hace muchos y esto ha permitido que los pobladores se familiaricen en cómo recibir y tratar a un turista, en una entrevista

realizada a Héctor Lara (habitante de Mascarilla) ex trabajador como chofer en turismo, supo manifestar que cuando él trabajaba en turismo hace aproximadamente 5 años, los turistas después de visitar Salinas lo que más pedían es visitar Mascarilla porque ellos decían que Mascarilla es muy limpio y que además la gente es muy amable.

La comunidad de Chota es la comunidad símbolo de la región ya que lleva el nombre del Valle del Chota, aquí también se ha tomado a la actividad turística como una alternativa de ingreso económico, al igual que en Salinas en Chota también existe una organización de mujeres que presta el servicio de alojamiento y alimentación que lleva el nombre de Hospedería Doña Evita.

En la entrevista realizada a Doña Irina Méndez (hija de Doña Evita) manifestó que en Chota el turismo ha tomado una gran importancia, ya que poco a poco se ha ido incrementando las visitas por ejemplo exclamó que al principio sólo tenían tres visitas al año, ahora tienen visitas cada 2 meses lo que significa 6 veces al año es decir, el doble de lo que era antes.

La comunidad de Juncal es una comunidad tradicional del Valle del Chota, además de ser el límite norte de la provincia de Imbabura es conocida por muchos por los grandes futbolistas que han surgido ya también por las Fritadas famosas en todo el Ecuador, pero además existen otras cualidades por las cuales vale la pena visitarla, por ejemplo la bomba, en Juncal se encuentra uno de los últimos fabricantes del instrumento bomba Don Cristóbal Barahona que lamentablemente no heredó ese maravilloso talento a ninguno de sus descendientes, también está el centro cultural donde encontramos la historia de la diáspora africana. Y sin duda uno de los eventos por el cual es muy conocido Juncal es el Carnaval Coangue el cual se lo realiza todos los años en el feriado de Carnaval.

Y por último pero no menos importante está la comunidad de Chalguayacu, una comunidad que guarda una historia musical muy rica ya que de aquí es oriunda la tradicional Banda Mocha que actualmente está conformada por la tercera generación desde que se fundó hace más de 90 años, en Chalguayacu también encontramos a un trio de hermanas muy talentosas y referentes de la cultura afrochoteña me refiero a las “Tres Marías”, mujeres que han recorrido el país mostrando su talento e identidad incluso han participado en eventos internacionales.

Cabe añadir que en todas las comunidades inmersas en la propuesta existen grupos de danza y música bomba que están dispuestos a aportar en el tema turístico, la música bomba es algo que la cultura afro lo lleva en la sangre y lo demuestra en cada celebración o evento cultural, y por eso es necesario que esta riqueza cultural sea conocida y reconocida a nivel nacional e internacional.

Por todo lo antes dicho la ruta de la bomba es una propuesta que abre la posibilidad de que la cultura afrochoteña practique el turismo de una manera formal y así sea beneficiada de lo que la historia y la naturaleza les otorgó.

5.2 PARTICIPACIÓN COMUNITARIA

Como ya se mencionó anteriormente una de las finalidades de esta propuesta de una ruta turística es crear una fuente de ingreso a las comunidades del Valle del Chota, y los principales beneficiarios son los pobladores de las comunidades involucradas. Después de realizar las encuestas en las 5 comunidades un gran porcentaje de ellos consideran que el turismo es una buena alternativa laboral y que además estarían dispuestos a trabajar directa o indirectamente en turismo.

La participación comunitaria es esencial ya que si ellos no ponen el interés y las ganas necesarias este proyecto de ninguna forma funcionaría, por eso en cada comunidad se han identificado actividades en las cuales los pobladores tienen más experiencia o conocen un poco más que las otras comunidades.

Si bien es cierto la actividad principal de todas las comunidades del Valle del Chota es la agricultura seguido por el comercio, los pobladores tienen otras capacidades que podrían ser perfeccionadas para su propio beneficio, ya que el turismo es una actividad multiplicadora donde absolutamente todos obtienen beneficios de una u otra manera. Tal es el caso que en salinas por ejemplo, el turismo se ha convertido en una fuente muy importante de ingreso económico y lo mejor de todo esto es que esta comunidad una gran cantidad de habitantes de Salinas trabajan en la actividad.

Las encuestas realizadas en las comunidades fueron claves ya que de esa manera se pudo identificar cuantas personas y en que actividades estarían dispuestas a trabajar de presentarse la oportunidad de trabajar en turismo, los resultados fueron muy alentadores ya que más del 50% de las personas dijeron que si les gustaría trabajar en Turismo y además mencionaron las labores que estarían dispuestos a desempeñar.

A continuación se enuncian las actividades en las cuales los pobladores de las comunidades estarían dispuestas a realizar dentro de la ruta turística:

Hospedaje:

El hospedaje es tal vez el factor más importante al momento de visitar un lugar desconocido, ya que en muchos casos los atractivos turísticos no cuentan con el complemento del hospedaje y acuden a otros lugares para pernoctar, esto no es bueno ya que esos recursos bien pueden quedarse dentro de la comunidad.

Aunque la propuesta de la ruta de la bomba es inicialmente para realizarla en un día, no se ignora la posibilidad de en un futuro extenderla a más días dependiendo de la demanda de visitantes, por eso el factor hospedaje es indispensable para comodidad del turista.

De las 5 comunidades de la propuesta al menos 3 están dispuestas a prestar el servicio de alojamiento a los turistas, estas 3 comunidades precisamente ya tienen experiencia en este servicio ya que practican el turismo de una manera muy responsable. Salinas como es

conocido es una comunidad muy desarrollada en el tema turístico y dentro de la comunidad existe una organización de mujeres que se dedican a prestar el servicio de hospedaje. Mascarilla también es una comunidad que cuenta con experiencia en el servicio de hospedaje. Chota es una comunidad que está desarrollando de muy buena manera el tema de turismo comunitario ya que al igual que en Salinas existe un grupo de mujeres dedicadas a ofrecer el servicio de hospedajes para turistas que se quedan más de 1 día.

Alimentación:

Los resultados de las encuestas también comprobaron que una gran parte de los pobladores están dispuestos a prestar el servicio de alimentación, servicio que no puede faltar dentro de una propuesta de turismo especialmente teniendo en cuenta que el tour tendrá incluido el almuerzo lo que obliga a prestar un servicio excelente a los visitantes.

La gastronomía es uno de los puntos fuertes de la cultura afro y es uno de los atractivos más importantes dentro de la propuesta, además contando con el plus de que muchos de los platos típicos de la cultura afro están reconocida como patrimonio inmaterial del Ecuador por el INPC.

Uno de los lugares más conocidos a nivel nacional son las fritadas de Juncal debido a la forma especial de prepararlas y su sabor incomparable, esto sin duda es un lugar para alimentarse que no se puede dejar pasar dentro de la ruta de la bomba. Además en todas las comunidades existen lugares donde se prepara comida típica de la zona para el disfrute de los turistas.

Guianza:

El número de pobladores que estaría dispuesto a participar como guía turístico es impresionante ya que a una gran parte de personas les gustaría trabajar como guías, esto es muy bueno ya que la guianza es una parte esencial en una ruta turística y que mejor si la puede realizar un guía nativo que aunque no tenga los estudios ni la preparación adecuada tiene toda la voluntad y disposición para dar a conocer su comunidad.

La capacitación es un aspecto muy importante a la hora de la guianza ya que aunque los pobladores conozcan al revés y al derecho su comunidad y cultura, es necesario que tomen cursos de atención al turista y también que conozcan más a fondo la historia de la cultura afro.

Elaboración y venta de artesanías:

Otra de las tradiciones de la cultura afrochoteña es la elaboración de artesanías de barro, es una técnica que heredaron de sus antepasados y que la expresan en figuras de barro, cuyas figuras representan a personas, animales, astros, etc. Esta tradición es muy atractiva especialmente para los turistas extranjeros.

Las comunidades especialistas en esta industria son Mascarilla y Carpuela, en Mascarilla encontramos las artesanías gaen que son muy importantes en la provincia de Imbabura, este pequeño taller es propiedad de un grupo de mujeres artesanas que se dedican a la elaboración y venta al por mayor y menor, en la entrevista realizada a una de las propietarias ella manifestó que las artesanías gaen son exportadas hacia la ciudad de Quito y Cuenca, además que los turistas extranjeros son los más interesados en adquirir su producto, el principal mercado extranjero son americanos y belgas.

En la comunidad de Salinas en la tienda del Tren también se puede encontrar una gran variedad de artesanías en barro, metal, papel, tela, etc. Estas artesanías son fabricadas por mujeres afroecuatorianas de diferentes comunidades, por ejemplo de Carpuela, Santa Ana, Juncal, entre otras.

La visita a los museos y tiendas artesanales es otra actividad que no se puede dejar de realizar en la ruta de la bomba, ya que de esa manera los turistas pueden conocer y aprender un poco más acerca de la cultura afro, además de dinamizar la economía del sector por medio de la venta de las artesanías ya que esta es otra fuente económica de la zona.

5.3 FUNCIONAMIENTO DE LA RUTA TURÍSTICA

5.3.1 POSIBLES ACTIVIDADES A REALIZARSE EN EL TRAYECTO LA RUTA DE LA BOMBA

Tabla 46: Posibles actividades en la ruta turística.

COMUNIDAD	ACTIVIDADES
SALINAS	<ul style="list-style-type: none">• Turismo comunitario• Observación de grupos de danza y música• Tren de la Libertad• Visita al museo de la sal• Degustación de platos típicos• Fotografía
MASCARILLA	<ul style="list-style-type: none">• Turismo Comunitario• Visita a museo de artesanías Gartan• Observación de construcciones tradicionales• Degustación de platos típicos• Fotografía
CHOTA	<ul style="list-style-type: none">• Turismo Comunitario• Observación del Río Chota• Presentación de grupos de danza y música• Observación de peinados afro• Visita a fincas agroecológicas• Degustación platos típicos• Leyendas relatadas por los mayores• Observación de construcciones tradicionales• Relato de juegos tradicionales• Fotografía
JUNCAL	<ul style="list-style-type: none">• Degustación de las fritadas• Observación del proceso de fabricación de la bomba• Visita al centro cultural comunitario• Observación de construcciones tradicionales• Observación del Río Chota

	<p>desde el puente</p> <ul style="list-style-type: none"> • Música y danza afrochoteña • Relato de juegos tradicionales • Fotografía
CHALGUAYACU	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de construcciones tradicionales • Fotografía paisajística • Degustación de platos típicos • Visita a las 3 Marías • Apreciación de la forma de vida de la comunidad • Visita a integrantes de la Banda Mocha • Leyendas de la comunidad

Elaboración: El autor

Todas las actividades antes mencionadas están dentro de la ruta propuesta, fueron definidas después de obtener los resultados de las encuestas y entrevistas realizadas a los pobladores de las comunidades ya que ellos mismo supieron manifestar las actividades que se pueden realizar en su comunidad y en las que estarían dispuestos a participar.

Sin embargo, se puede apreciar que algunas actividades son repetitivas en todas las comunidades, esto se debe a que todas comparten una misma cultura e identidad, pero en la oferta definitiva del tour se definirán actividades en cada una de las comunidades que no se repitan en otras, esto se lo hará de acuerdo a las especialidades y disposición de las personas de cada comunidad.

5.4 DISEÑO DE LA RUTA

5.4.1 MACROLOCALIZACIÓN

La ruta de turismo cultural propuesta en la investigación estará ubicada en Ecuador en la provincia de Imbabura en el cantón Ibarra y cantón Pimampiro y la provincia de Carchi parroquia Mira cantón Mira.

5.4.2 MICROLOCALIZACIÓN

Las parroquias de Salinas y Ambuquí pertenecientes al cantón Ibarra son las parroquias por donde atravesará la ruta de turismo cultural planteada, específicamente por las comunidades de Mascarilla (Parroquia Mira) de Salinas (Parroquia de Salinas), Chota, Juncal (Parroquia de Ambuquí) y Chalguayacu (Cantón y Parroquia Pimampiro).

Santa Catalina de Salinas parroquia rural perteneciente al Cantón San Miguel de Ibarra, de la Provincia de Imbabura, ubicada a 25.5 km al norte de la capital provincial.

La cabecera parroquial consta con de las siguientes coordenadas geográficas: 0° 29' 36,67" de latitud norte y 78° 7' 53,25" de longitud oeste.

De acuerdo a su topografía, aproximadamente se encuentra entre los 1400 y 3150 m.s.n.m., y la Cabecera parroquial se encuentra aproximadamente a 1700 m.s.n.m.

El territorio de la parroquia Ambuquí que forma parte del cálido Valle del Chota antes llamado Coangue, y que avanza hasta el bosque nativo y páramos de Rancho Chico, se localiza a 40 km. de la ciudad de Ibarra, capital de la provincia de Imbabura, y la cabecera parroquial que lleva el mismo nombre, se ubica a 1.7 km de la carretera panamericana.

Según el PDOT Ambuquí-Chota 2012-2025, la parroquia de Ambuquí se encuentra dividida en 3 zonas; alta, media y baja, las comunidades de interés para esta ruta se encuentran en la zona baja: comprende las comunidades afrochoteñas de: Chota, Carpuela, Juncal, que presentan patrones de poblamiento rural en forma aglomerada (Dublin, 1990), y están asentadas cerca al río Chota, considerado como el principal curso de agua sobre el que se desarrollan las interrelaciones socio culturales.

Por último tenemos a Chalguayacu perteneciente al Cantón y Parroquia de Pimampiro está situada en el valle del mismo río Chota, es un terreno completamente bajo, se encuentra al Norte del Poblado de Pimampiro, a 8 kilómetros de distancia.

Se encuentra a 1.700 metros sobre el nivel del mar, su temperatura media es de 19 grados centígrados. Los terrenos planos de este lugar son propiamente las playas del río Chota, de aquí su cualidad y calidad agrícola es superior a los demás terrenos, se formó por los materiales arrastrados por este río en sus grandes avenidas.

Estas comunidades son todas 100% afrodescendientes, por lo que la propuesta de la ruta de turismo cultural está dirigida a las tradiciones y manifestaciones culturales de la cultura afrochoteña, a través de esta ruta se pretende poner en valor toda la cultura afrodescendiente de la zona del Valle del Chota.

5.4.3 LOGO

Gráfico 21: Logo de la ruta turística



¡SIENTE LA ALEGRÍA AFROCHOTEÑA!

El nombre “Ruta de la Bomba” se debe a la motivación de la ruta, la cual es netamente cultural, con este nombre se pretende darle una identidad a la propuesta.

El grafico central representa la manifestación cultural afrochoteña que es la bomba representada por una pareja de afrochoteños bailando música bomba, y para resaltar la belleza de la danza, una mujer bailando con la botella en la cabeza vestida con traje tradicional de la zona.

Manejo de la marca

La marca “Ruta de la bomba” es de uso exclusivo de esta propuesta y será utilizada en medios como; la página web oficial del proyecto cultural, en artículos promocionales como: camisetas, llaveros, trípticos, volantes y demás que se desarrollen en la ejecución de la propuesta.

Esta marca también se la utilizará en medios de comunicación como televisión, radio, prensa, redes sociales y demás.

La marca no deberá ser utilizada en proyectos ajenos a este proyecto sin previa autorización de la Universidad Tecnológica Equinoccial o del ejecutor del proyecto.

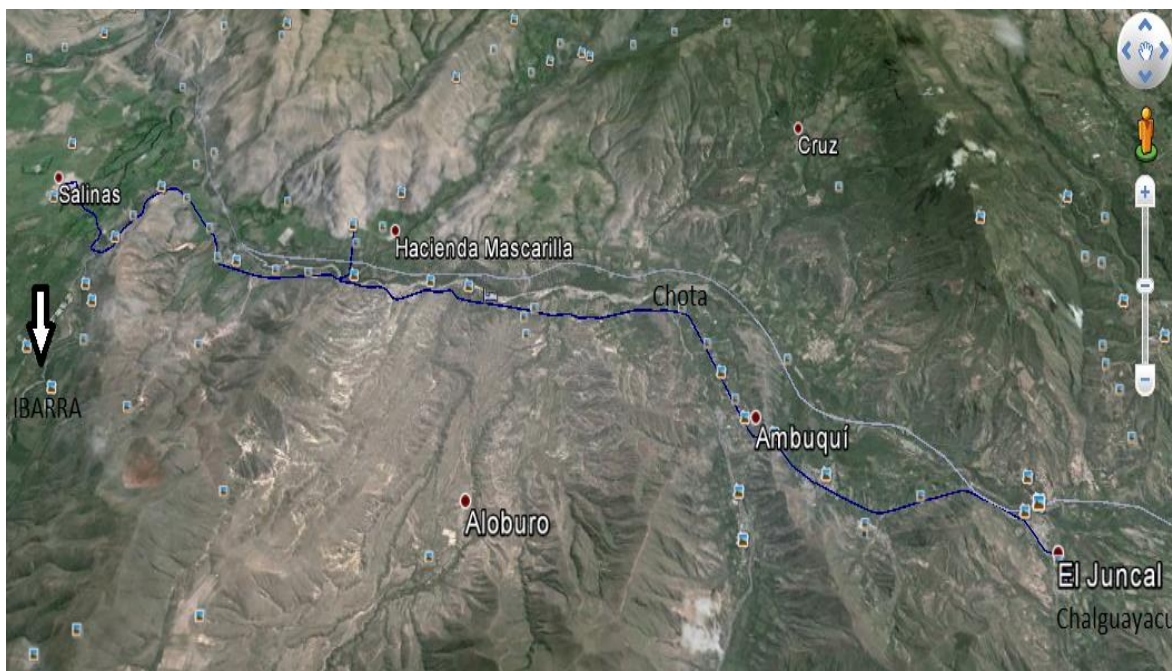
5.4.3.1 SLOGAN

¡SIENTE LA ALEGRIA AFROCHOTEÑA!

Lo que se busca con la frase “Siente la alegría afrochoteña” es invitar a todos los turistas nacionales y extranjeros a ser parte de la familia afrochoteña, ya que este grupo de personas se caracteriza por ser muy alegre y amable, y lo que se pretende es que el visitante sienta esa energía positiva y se enamore de la cultura, que solo se conocerá en la ruta de la bomba.

5.4.4 MAPA DE LA RUTA

Mapa 8: Mapa de la ruta propuesta



Fuente: Google Earth

Elaboración: El autor

La ruta turística es aquella que está marcada en color azul.

La ruta tiene una extensión de 29 kilómetros desde la población de Salinas hasta la población de Chaguayacu, el tiempo de recorrido sin paradas es de aproximadamente 35 minutos.

5.4.5 CUADRO DE DISTANCIAS

COMUNIDADES	DISTANCIAS
IBARRA-SALINAS	24KM
SALINAS-MASCARILLA	10KM
MASCARILLA-CHOTA	3KM
CHOTA-JUNCAL	15KM
JUNCAL-CHALGUAYACU	1KM



5.4.6 PROPUESTA DE SEÑALIZACIÓN TURÍSTICA

De acuerdo al Manual de Señalización Turística los colores de las señales a utilizarse en esta propuesta significan lo siguiente:

- **VERDE.-** Se usa como color de fondo para las señales informativas de destino, peajes control de pesos y riesgo; también se utiliza como color de leyenda, símbolo y flechas para señales de estacionamientos no tarifados con o sin límite de tiempo.
- **AZUL.-** Se usa como color de fondo para las señales informativas de servicio; también, como color de leyenda y orla en estas señales direccionales, y en señales de estacionamiento en zonas tarifadas. En paradas de bus esta señal tiene el carácter de regulatoria.
- **CAFÉ.-** Se usa como color de fondo para señales informativas turísticas y ambientales.

Ejemplos de pictogramas turísticos


Tabla 47: Pictogramas de atractivos naturales





LEYENDA	GRAFICO
VISTA PANORAMICA	
RIO	

Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013
autor

Elaboración: El

Tabla 48: Pictogramas de atractivos culturales



LEYENDA	GRAFICO
ARTESANIAS	

TURISMO COMUNITARIO	
IGLESIA	
MUSEO	
HACIENDAS	

Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013
El autor

Elaboración:

Tabla 49: Pictogramas de servicio de apoyo

LEYENDA	GRAFICO
ALOJAMIENTO	
RESTAURANTE	

Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013
El autor

Elaboración:

Tabla 50: Pictogramas de Restricción

LEYENDA	GRAFICO
NO BOTAR BASURA	
NO TOMAR FOTOGRAFIAS	
NO ENCENDER FOGATAS	

Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013

Elaboración: El autor

Las señales propuestas en las tablas anteriores se han tomado de acuerdo a la necesidad y a la existencia de atractivos turísticos presentes en las comunidades incluidas en la ruta, cabe recordar que en la Comunidad de Salinas los atractivos y diferentes actividades ya se encuentran debidamente señalizadas debido a que el turismo ya se encuentra muy desarrollado.

5.4.6.1 MATERIALES

Los materiales utilizados en las señales turísticas es muy importante, ya que se debe tener cuidado con alterar el ecosistema que estamos invadiendo, por eso lo más apropiado es utilizar materiales naturales como: piedra, madera, etc., de esta manera evitamos la contaminación del medio ambiente.

Señales de madera

A) Pictogramas

Según el Manual de Señalética Turística los pictogramas en madera tendrán una dimensión 500 x 500 mm y Se utilizará el pictograma en toda superficie de la señal incluida su orla. Se mantiene la misma forma, figuras y colores establecidos en los pictogramas, es decir fondo

azul para restricciones, servicios y actividades turísticas y fondo café para atractivos naturales y culturales. En este tipo de señal no es necesario el marco en los bordes.

También existe una señal con una dimensión de 500 x 700 mm Se mantiene la figura, forma y colores establecidos de los pictogramas, debajo de éste se coloca el nombre del pictograma o texto relacionado, que debe ser un nombre corto que como máximo se coloca en dos líneas. Ejemplo: Pictograma de Camping, Texto = Zona de Acampar. Existe una orla a manera de marco que bordea todo el contorno del rectángulo de madera.

B) Pórticos

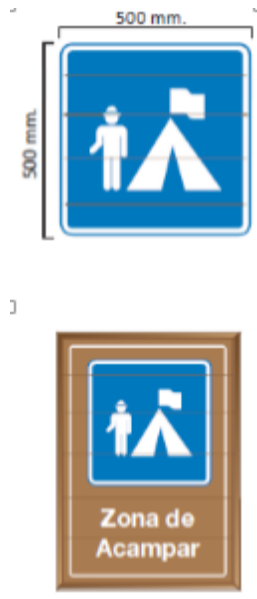
De acuerdo al Manual de Señalización Turística las dimensiones de un pórtico deben ser de 11000 x 2000 mm. Sin embargo el tamaño puede variar dependiendo del ancho de la vía. Los colores de fondo pueden ser verde, café y azul dependiendo de su aplicación. Se componen de una orla alrededor de la pantalla principal y pantallas complementarias. Se coloca la Marca País en sentido gráfico vertical sobre fondo blanco en un extremo definido de la pantalla.

Gráfico 22: Ejemplo de señal pórtico



Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013 Elaboración: El autor

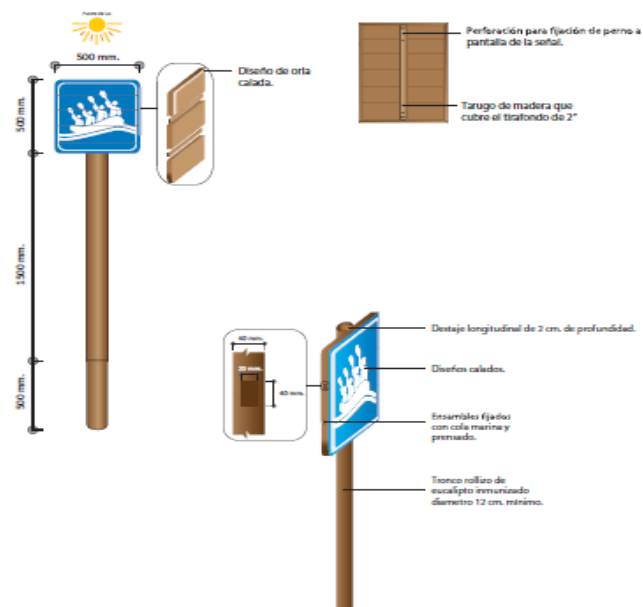
Gráfico 23: Señales en madera



Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013

Estos pictogramas se ubicarán en cerca de los atractivos turísticos como información turística, para mejor orientación de los turistas.

Gráfico 23: Especificaciones técnicas de los pictogramas en madera



Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013

Este tipo de pictogramas se utilizarán especialmente en el Río Chota para no crear un efecto adverso con el entorno, ya que por tratarse de un sitio natural otro tipo de material además de crear un impacto visual, también creamos impacto al medio ambiente

C) SEÑALES TURÍSTICAS DE APROXIMACIÓN

Las señales turísticas de aproximación tendrán una dimensión de 1000 mm x 300 mm podrá presentarse totalmente rectangular o troquelada, además estarán ubicadas cerca de los atractivos turísticos, indicando la distancia que falta para llegar al mismo, esto facilitara la orientación de los visitantes.

Gráfico 25: Ejemplo de Señales de Aproximación



Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013
El autor

Elaboración:

D) MESAS INTERPRETATIVAS

De acuerdo a los datos del Manual de Señalización Turística las mesas interpretativas deben tener una dimensión de 500 x 900 mm, se debe mantener la composición gráfica de las señales turísticas donde se incluirán los siguientes elementos:

Fondo de título: será de color blanco, se incluirán la Marca País y el título de la mesa.

Marca País: Mantendrá los colores característicos de la misma. Calada sobre la señal a una profundidad de 4 mm.

La mesa interpretativa estará ubicada en el centro base de la ruta turística en la ciudad de Ibarra, en la mesa estará escrita una breve descripción de las actividades a realizarse en la ruta de la bomba, la información deberá estar escrita en inglés y español para la comprensión de nacionales y extranjeros.

También deberá contener una fotografía que muestre la cultura afrochoteña, cuya imagen puede ser el logo oficial de la ruta turística.

Gráfico 24: Mesa interpretativa



Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013

Contenido en español:

La ruta de la bomba es un circuito con motivación netamente cultural que pretende resaltar y poner en valor las tradiciones culturales de la población afro ecuatoriana del Valle del Chota, esta ruta comprende 5 comunidades que son; Salinas, Mascarilla, Chota, Juncal y Chalguayacu.

Contenido en Inglés:

The touristic route “La bomba” is a tour with mainly cultural motivation that aims to highlight and value the cultural traditions of the afroecuadorians population of Chota Valley. This route includes five communities, which are Salinas, Mascarilla, Chota, Juncal and Chalguayacu.

Gráfico 24: Ejemplo de mesa interpretativa



Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013

Señalética que se utilizará en la ruta turística de la bomba

Tabla 51: Señalética que se utilizará en la ruta turística.

MATERIAL	TIPO DE SEÑAL	CANTIDAD
Madera (Hachacaspi)	PICTOGRAMAS	15
Madera (Hachacaspi)	PORTICO	1
Madera (Hachacaspi)	MESA INTERPRETATIVA	1

Fuente: Manual de Señalización Turística-MINTUR 2013 Elaboración: El autor

Gráfico 28: PROPUESTA DE LA RUTA CON SEÑALETICA



5.4.6.2 Interpretación del diseño de la Ruta Turística de la Bomba con señalética

En la esquina superior derecha se puede apreciar el logo o marca distintiva de la ruta de la bomba.

En la esquina superior derecha está ubicado el cuadro de orientación con los sentidos, Norte, Sur, Este, Oeste, necesario para saber el sentido de orientación en la ruta.

La ruta de la bomba en su diseño gráfico cuenta con el tramo que va desde la ciudad de Ibarra hasta Changuayacu, el centro base, es decir el punto de operación de la ruta estará ubicado en Ibarra.

En cada una de las comunidades (Salinas-Mascarilla-Chota-Juncal-Changuayacu) existen figuras de señalética turística que significa la actividad o atractivo que se puede visitar allí.

La señalización de color verde nos muestra la distancia en kilómetros hacia cada una de las comunidades.

Por último en la base del diseño se aprecia un cuadro de distancias, es importante conocer la distancia en km que existe de una comunidad hacia otra para que los pasajeros planifiquen su tiempo y no haya inconvenientes en el tiempo u horario. La distancia total de la ruta es de 43 km, lo que daría como resultado un tiempo de recorrido de una hora.

5.5 COMERCIALIZACIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA

5.5.1 CANALES DE DISTRIBUCIÓN

5.5.1.1 Canales Directos

La comercialización principalmente se la realizara en los siguientes medios:

A) Página Web

Una página web no requiere la presencia física de algún ejecutivo, por lo que todas las compras y actividades pueden desarrollarse vía remota, ya sea con un carrito de compras instalado en el sitio, un chat o incluso una conferencia vía Internet. De esta forma usted se ahorra los gastos en logística y una buena parte de los salarios.

En el sitio web de su empresa o negocio, usted brinda información detallada de sus productos o servicios. De esta manera evita el envío de información impresa a sus clientes ahorrando recursos y aprovechándolos en otras áreas de su empresa. La información de su empresa o negocio está disponible los 7 días de la semana y las 24 horas del día los 365 días del año. Un sitio web no descansa y puede ser consultado en cualquier horario y desde

cualquier lugar del mundo, esto es una gran ventaja a diferencia de tener una oficina de atención a clientes en un lugar físico.

Al tener una página web actualizada y con la información detallada de sus productos, usted evita la impresión de costosos catálogos o brochures. Así sus clientes podrán consultar en línea la información actualizada de sus productos o servicios.

Gráfico 25: Página web



B) Agencias de Viajes y Operadoras

Después de realizar las entrevistas en las agencias de viajes de la ciudad de Ibarra y Quito se pudo determinar que las agencias de viajes en especial, estarían muy interesadas en promocionar al valle del chota siempre y cuando tengan una propuesta atractiva para el turista.

En Metropolitan Touring de la ciudad de Ibarra por ejemplo en la entrevista realizada a la contadora de la agencia, supo manifestar que a su agencia acuden muchas personas extranjeras principalmente, preguntando que pueden visitar en el Valle del Chota porque les gustaría visitar, pero como no existe una actividad o lugar a visitar especializada en turismo, la mayoría de las veces les dicen que no les podrían aconsejar visitar algo y que solo es un lugar de paso para Tulcán.

5.5.2 Plan de Medios

El Plan de medios tiene por objetivo concebir, analizar y seleccionar creativamente los canales de comunicación que dirigirán los mensajes publicitarios hacia las personas indicadas en el momento y lugar más oportuno.

La difusión de la información será a través de medios publicitarios como la radio y la prensa o periódico, ya que estos son muy acogidos por los pobladores de la zona del valle del Chota y Salinas, de hecho, por las ocupaciones que tienen a diario como son el quehacer doméstico las mujeres, y trabajo en las huertas los hombres, no tienen tiempo de ver la televisión y los medios más utilizados son precisamente la radio y el periódico.

A) Radio

En cuanto a la publicidad por radio se la realizará en una de las radios locales de la zona de Salinas, esta estación de radio tiene cobertura en todo el Valle del Chota y Salinas, además de que las tarifas de esta estación son muy bajas y convenientes.

A continuación se presentan las tarifas de la radio La Salinera

Gráfico 26: Valores cuña publicitaria en Radio La Salinera

Radio La Salinera
Una cuña al día = \$ 1 dólar
Paquete de 15 días, 4 veces al día = \$20
Período de un mes: (todos los días incluidos fines de semana)
4 cuñas diarias todos los días
Total cuñas: 120
Costo: \$40

Fuente: Radio La Salinera

Elaboración: El autor

Es necesario difundir la información de la Ruta Turística de la Bomba en una estación de radio posicionada a nivel nacional y la estación de radio tomada será Canela, ya que esta es una radio que tiene muy buena cobertura en Imbabura y Carchi.

Las cuñas promocionales se las harán en los meses de enero, febrero, abril, julio, agosto, noviembre y diciembre.

La cuña publicitaria:

En la radiodifusora La Salinera por ser una empresa comunitaria ubicada en una de las comunidades de la propuesta, en lo que se hará más énfasis es en la promoción local, es decir invitar a los pobladores de todas las comunidades del Valle del Chota a visitar la ruta de la bomba, y esto se lo hará por medio de conversación entre jóvenes y adultos que buscan que hacer en sus tiempos libres, y nace la idea de conocer más sobre su identidad y cultura.

A continuación se presentan las tarifas de la radio Canela.

Gráfico 27: Valores cuñas publicitarias en Radio Canela

Radio Canela
Valor de cuña individual: \$ 15 dólares Paquete especial Cuñas en horarios rotativos excepto fines de semana
Período de un mes (lunes a viernes) 22 días a) 4 cuñas diarias de lunes a viernes Total cuñas= 88 Total costo= \$ 1320

Fuente: Radio Canela

Elaboración: El autor

Las cuñas publicitarias serán emitidas os meses de enero, febrero, abril, julio, agosto, noviembre y diciembre.

La cuña publicitaria:

La cuña publicitaria durara aproximadamente 20 segundos la cual consistirá en dos personas (un hombre y una mujer afro) hablando sobre las tradiciones de la música, danza, gastronomía, artesanías de la cultura afrochoteña, además de esto se invitará a visitar la ruta de la bomba a turistas nacionales y extranjeros.

B) Prensa

La prensa escrita es otro medio de comunicación y difusor de información muy bueno y demandado en la zona de estudio, y uno de los periódicos importantes en las provincias de Imbabura y Carchi es Diario El Norte

A continuación se presentan las tarifas de Diario El Norte

Gráfico 28: Valores anuncios publicitarios en Diario El Norte

Diario El Norte
Anuncio 8 cm x 12 cm: 40,32 dólares por día (fines de semana) 36,96 dólares por día (lunes a viernes)
4 días fin de semana Total anuncios= 4 Costo= 161,28 dólares
15 días (lunes a viernes) Total anuncios= 15 Costo= 554,40 dólares

Fuente: Diario El Norte Elaboración: El autor

Es necesario promocionar la Ruta Turística de la Bomba en un periódico con posicionamiento y cobertura nacional, y el periódico tomado es El Comercio.

La publicidad de la ruta de la bomba sería sacada en los meses de enero, febrero, abril, julio, agosto, noviembre y diciembre.

Artículo:

Venga y conozca más acerca de la cultura afrochoteña, su música, danza, gastronomía artesanales, sus bellas mujeres, solo en un lugar “La Ruta de la Bomba”, sea parte de la gran familia afrochoteña, en Salinas usted será parte de la danza típica de la bomba, en Mascarilla podrá observar las mejores artesanías del sector, en Chota la mejor gastronomía tradicional, en Juncal la música y el instrumento bomba y en Changuayacu la maravillosa y centenaria banda Mocha, No lo olvide acérquese y siéntase como en casa. Acá nos vemos.

A continuación se presentan las tarifas de El Comercio

Gráfico 29: Valores anuncios publicitarios en El Comercio

Diario El Comercio
Anuncio 8 cm x 12 cm: 50,20 dólares por día (fin de semana) 42,45 dólares por día (lunes a viernes)
4 días fin de semana Total anuncios= 4 Costo= 200,80 dólares
15 días (lunes a viernes) Total anuncios= 15 Costo= 636,75 dólares

Fuente: El Comercio

Elaboración: El autor

La promoción sobre la ruta de la bomba se la sacaría en los meses de enero, febrero, abril, julio, agosto, noviembre y diciembre.

Artículo:

Venga y conozca más acerca de la cultura afrochoteña, su música, danza, gastronomía artesanas, sus bellas mujeres, solo en un lugar “La Ruta de la Bomba”, sea parte de la gran familia afrochoteña, en Salinas usted será parte de la danza típica de la bomba, en Mascarilla podrá observar las mejores artesanas del sector, en Chota la mejor gastronomía tradicional, en Juncal la música y el instrumento bomba y en Chalguayacu la maravillosa y centenaria banda Mocha, No lo olvide acérquese y siéntase como en casa. Acá nos vemos.

5.5.3 PROMOCIÓN DE LA RUTA TURÍSTICA

5.5.2.1 Publicidad Impresa

A) Trípticos

Dentro de la promoción de la ruta turística los trípticos jugaran un papel muy importante ya que los trípticos contendrán fotografías de los atractivos, información de las comunidades a visitar, las actividades a realizar, lo que incluye y no incluye el tour, etc.

Los trípticos estarán presentes en las principales agencias turísticas de la ciudad de Ibarra y Quito, además en la oficina de la Dirección de Turismo de la ciudad de Ibarra. **Ver anexos 4 y 5.**

B) Hojas Volantes

Si bien es cierto la promoción de hojas volantes no es muy eficiente, especialmente para cuidar el medio ambiente ya que para realizar este tipo de promoción se debe imprimir una gran cantidad de hojas y muchas veces las personas ni las leen. Sin embargo, por tratarse de promocionar una ruta nueva se debe tratar de cubrir todos los campos posibles, por lo que se utilizara este medio únicamente unos 3 meses hasta que la ruta sea un poco más conocida por las personas.

Es importante mencionar que la distribución de las hojas volantes se la realizara en la ciudad de Ibarra, Quito y en las comunidades inmersas en la propuesta.

C) REDES SOCIALES

Gráfico 30: Facebook



5.5.3 PRESUPUESTO

A) Presupuesto para la implementación de señalética en la ruta turística.

Tabla 43: Presupuesto de la señalética turística

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Señales para atractivos turísticos en madera	40	200	8.000
Mesa interpretativa en centro base	1	250	250
Señales para la ruta turística en metal	1	500	500
TOTAL			8.750

B) Presupuesto para servicios higiénicos

Tabla 44: Presupuesto para servicios higiénicos

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Sanitarios	4	10.000	40.0000
TOTAL			40.000

C) Presupuesto para promoción

Tabla 45: Presupuesto para promoción

CONCEPTO	VALOR
Diseño de página web	600,00
Anuncio en radio	1380,00
Anuncios en la prensa	1191,00
Gorras	200,00
Camisetas	200,00
Llaveros	150,00
Trípticos	250,00
Hojas volantes	95,00
TOTAL	4066

D) Presupuesto para aspectos legales

Tabla 46: Presupuesto para aspectos legales

CONCEPTO	VALOR
Asesoría Legal	\$ 600,00
Permisos municipales y de funcionamiento	\$ 650,00
TOTAL	1250,00

E) Presupuesto para capacitación

Tabla 47: Presupuesto Capacitación

AREA	TIEMPO	COSTO
Guianza	2 meses	1.600
Artesanías	1 mes	800
Alimentación	2 meses	1.600
Hospedaje	2 meses	2500
TOTAL		6.500

De acuerdo con los resultados obtenidos en la investigación de campo los habitantes de todas las comunidades están dispuestos a participar en un proceso de capacitación para ofrecer un mejor servicio al cliente, por lo cual se propone planificar cursos de capacitación con una duración de mínimo 1 mes, el curso sería dictado por profesionales especializados en las áreas propuestas dos instructores en cada área.

F) Resumen Presupuestario

Tabla 48: Resumen Presupuestario

CONCEPTO	VALOR
Señalética	8750,00
Promoción	4066,00
Aspectos legales	1250,00
Capacitación	6500,00
Implementación de baños públicos	40,000
TOTAL	60566

CONCLUSIONES

- Se ha concluido que existe una gran variedad de bibliografía relacionada con el turismo cultural para el sustento de todo el trabajo de investigación.
- Se determinó que la legislación nacional apoya y defiende de manera incondicional la conservación y protección de la identidad cultural de los pueblos ancestrales.
- La zona del Valle del Chota tiene un gran potencial turístico, a pesar de no contar con todas las facilidades turísticas, el potencial está presente y por medio de la propuesta se pretende aprovecharlo al máximo.
- La ruta turística de la bomba se la diseñó de acuerdo a las características de cada comunidad para aprovechar su especialidad en cada una de las actividades.
- Chalguayacu es la comunidad que presenta menos equipamiento y facilidades turísticas para dentro de la propuesta.
- La mayoría de los pobladores de las comunidades no han participado en ningún curso formal de turismo y además están dispuestos a asistir a una potencial capacitación entre un mes o más.

RECOMENDACIONES

- Establecer alianzas estratégicas entre juntas parroquiales con el municipio de Ibarra para la correcta administración y operación de la ruta turística.
- Se recomienda que el municipio de Ibarra se preocupe por mejorar la calidad de servicios básicos de las comunidades ya que se estado general es entre Regular y Malo.
- Realizar convenios con agencias de viajes para la correcta promoción de la ruta turística propuesta.
- Implementar un programa de capacitación turística para todos los pobladores de las comunidades que forman parte de la propuesta.
- Hacer buen uso del Manual de Buenas Prácticas Ambientales propuesto en la investigación.
- Mejorar las condiciones de las vías y equipamientos turísticos en las comunidades.
- Incluir señalética turística a lo largo de toda ruta para la correcta orientación de los visitantes.
- A la Dirección de Turismo del Municipio de Ibarra se recomienda llevar un registro sistemático y mejor organizado de los visitantes que llegan al Cantón.
- A las juntas parroquiales se recomienda de igual manera llevar un registro de los turistas que visitan las comunidades de su competencia.
- A los futuros tesistas se recomienda conocer con anterioridad y en el transcurso de la investigación el territorio donde van a realizar su proyecto de investigación.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acerenza, Miguel (2004). *Marketing de Destinos Turísticos. México: Trillas.*
- Acosta M, Luís Eduardo. 2008. Conservación de biomasa de yuca en la várzea del Amazonas colombiana. “Ministerio de Ambiente, Vivienda y Desarrollo Territorial”. Programa Nacional de Transferencia de Tecnología (PRONATTA). Bienestar Familiar Amazonas. Bogotá: Equilátero.
- Antón, Jhon (2009). La experiencia afrodescendiente y la visibilidad estadística en el Ecuador. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). DOI: LC/W.368.
- Antón, Jhon y Puckrein, Gary (Eds) (2007). Fundación Museos de la Ciudad). Afrodescendientes: *Afroecuatorianos y Afronorteamericanos*. Quito: Noción.
- Arévalo, Javier (2004). “La tradición, el patrimonio y la identidad”. http://biblioteca.crespial.org/descargas/tradicion_patrimonio_e_identidad.pdf (visitada, Marzo 2014)
- Bauza, Olaguer (2002). LA doble nacionalidad en la Legislación Mexicana. México: OGS editores.
- Borja, Rodrigo (2012). “Enciclopedia de la Política, México: ISBN.
- Boullón, Roberto (2006). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- García Canclini, Néstor (1995). Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización. México: 1995.
- Crespo, I., Lalueza, J., Sánchez Busqués, S., & Padrós, M. (2013). Multiplicidad de voces e identidad étnica en los procesos de cambio en la cultura gitana. (Spanish). *Athenea Digital (Revista De Pensamiento E Investigación Social)*, 13(3), 159-176. Doi:10.5565/rev/athenead/v13n3.1134
- Contreras, Francisco (1994). *Derecho Internacional Privado*. México: Harla.
- Constitución Política de la República del Ecuador 2008.
- “Declaración de Ciudad del Cabo” (2002) Recuperado el 01 de Junio de 2014, de <http://turismo-sostenible.net/documentos/declaracion-de-ciudad-del-cabo-para-destinos/>.
- Echeverría, Bolívar (2010). *Definición de la cultura*. México: EFE / ITACA.
- “El significado de raza e identidad” (2000). Recuperado el 25 de marzo de 2014, de <https://repository.unm.edu/bitstream/handle/1928/12617/Raza%20y%20etnicidad%20en%20latinoam%C3%A9rica.pdf?sequence=1>

- Farías I. Cultura: la performación de mundos sociomateriales. (Spanish). *Convergencia: Revista De Ciencias Sociales* [serial online]. January 2014; 21(64):65-91. Available from: SocINDEX with Full Text, Ipswich, MA. Accessed March 24, 2014.
- Fernández, Bernardo Mancano. 2010. *Acerca de la tipología de los territorios: el desarrollo rural y la crisis mundial*. Xochimilco: Universidad Autónoma metropolitana-xochimilco.
- Garnica Bahoz, Eva Antonia “Eco TURISMO, una alternativa al desarrollo SOSTENIBLE en San Pedro de Challacollo, municipio de El Choro, Provincia Cercado del departamento de Oruro”. Quito: Cuzco: FLACSO, Sede Ecuador: Colegio Andino. Centro de Estudios Regionales Andinos “Bartolomé de las Casas”. 2006. 85 p.
- “*Informe Objetivos de Desarrollo del Milenio*” (2007). *Pueblo Afroecuatoriano*. Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADISTICAS Y CENSOS (2010). “Censo de Población y Vivienda”. Imbabura, Ecuador.
- INPC, (1978). *Salvemos lo nuestro*. Quito-Ecuador.
- INPC, (2012). *Instructivo para fichas de registro e inventario: Patrimonio Cultural Inmaterial*. Quito: Ediecuatorial.
- Ministerio del Ambiente del Ecuador (2013). *Reformase el Texto Unificado de Legislación Secundaria del Libro VI. Título I del Sistema único de Manejo Ambiental (SUMA)*.
- Ministerio de Coordinación de la Política (2011). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)*, 1ra edición. Quito, Ecuador.
- Ministerio Coordinador del Patrimonio Natural y Cultural (2009). *Plan Plurinacional para eliminar la discriminación racial y la exclusión étnica y cultural*.
- Ministerio de Turismo (2009). *Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador —PLANDETUR 2020*.
- Ministerio de Turismo (2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014*.
- Molina, Sergio (2005). *Turismo: Metodología para su planificación*. México: Trillas.
- Molina, Sergio (2005). *Turismo: Metodología para su planificación*. México: Trillas.
- Martínez Riquelme, P., & Terra Urra, N. (2012). *Territorio y Territorialidad en el Turismo, el caso de Pucón, Región de la Araucanía*. (Spanish). *Revista LIDER*, 20155-173.
- Pabón, Iván “*Identidad afro: procesos de construcción en las comunidades negras de la Cuenca Chota-Mira*”. Quito: Abya-Yala. 2007. 120 p.

- Pajuelo, Ramón (2010). *“Experiencias y políticas de salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial en América Latina = Experiência e políticas de salvaguarda do Patrimônio cultural Imaterial na América Latina”*. Perú: Centro Regional para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial de América Latina. 2010. 115 p
- “Patrimonio Cultural Material” (2009). Recuperado el 25 de marzo de 2014, de <http://www.culturaypatrimonio.gob.ec/patrimonio-cultural/>
- Pereznieto, Leonel (2001). Derecho Internacional Privado/ parte general, séptima edición, Mexico: Oxford.
- Prieto, Mercedes (2011). Espacios en disputa: el turismo en Ecuador. Quito: FLACSO.
- Ramos, Hugo (2012). La identidad latinoamericana: proceso contradictorio de su construcción de construcción- reconfiguración dentro de contextos globales. (Spanish). Universitas Humanística, (73), 15-58.
- Ricaurte, Carla (2009). Manual para el Diagnóstico Turístico Local. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.
- Santafé Troncoso, Verónica Tatiana “El encuentro turista-anfitrión, desde una perspectiva intercultural, y su incidencia en el desarrollo del turismo comunitario: estudio de caso comuna Tsáchila de Chigüilpe”. Quito: FLACSO-Sede Ecuador. 2012. 128 p.
- SENPLADES (2013). Plan Nacional para el Buen Vivir 2013 – 2017.
- Mario Amaya Molinar, C. (2006). RELACIONES ENTRE EL TURISMO y la cultura: turismo cultural y cultura turística en México y en Colima. (Spanish). Estudios Sobre Las Culturas Contemporáneas, 12(24), 9-33.
- “Turismo Comunitario” (2009). Recuperado el 24 de marzo de 2014, de <http://www.feptce.org/>.
- “Turismo responsable” (2002). Recuperado el 24 de marzo de 2014, de <http://www2.unwto.org>.
- Villacís, Cristina (2013). Geografía de Circuitos Turísticos. Quito: Iberia.

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta a lo comunidad



Universidad Tecnológica Equinoccial Carrera de Turismo y Conservación Ambiental

La presente encuesta se realiza con el fin de conocer la situación actual de los pobladores de las comunidades inmersas en la propuesta y su relación con el turismo.

Fecha: _____

Encuestador: Daniel Pabón

Marque con una X la/s respuestas que sean convenientes de acuerdo a cada pregunta

ENCUESTA A LA COMUNIDAD

PARTE I. CARACTERIZACIÓN

1. Por favor indique en que rango se ubica su edad

Menos de 20 años	
21-35 años	
35 -50 años	
Más de 50 años	

2. Por favor indique su género.

MASCULINO	
FEMENINO	

3. Indique a qué comunidad pertenece

4. Indique el sector de su ocupación principal

Agricultura	
Comercio	
Educación	
Artesanías	
Turismo	
Empleado privado	
Empleado público	
Ama de casa	

Artes y música	
Deportes	
Otros	

5. Cuál es su nivel de instrucción

PRIMARIA	
SECUNDARIA	
SUPERIOR	
NINGUNA	

II. LA COMUNIDAD Y EL TURISMO

6. Cuándo usted observa que llegan más turistas a su comunidad? ELIJA UNA RESPUESTA

Entre semana	
Fines de semana	
Feriados	
No responde	

7. ¿Qué elementos de su comunidad considera usted que podrían incluirse en la visita turística? POR FAVOR ESCOJA MÁXIMO 2.

Comida típica	
artesanías	
Baile y música	
Naturaleza	
Fiestas tradicionales	
otros	

8. ¿Le gustaría trabajar en turismo?

SI	
NO	

En caso de que su respuesta es NO... FIN DE LA ENCUESTA.

9. Elija DOS actividades donde usted trabajaría en turismo

Guía de turismo	
Preparación de alimentos	
Mesero/a	
Elaboración y venta de artesanías	
Hospedaje a turistas	

10. En caso de que tenga la oportunidad para capacitarse en turismo. Elija el lugar apropiado para hacerlo

CENTRO DE IBARRA	
TULCÁN	
COMUNIDAD DEL VALLE DEL CHOTA	
OTROS	

11. ¿En qué horario es mejor capacitarse en turismo?

EN LAS MAÑANAS	
EN LAS TARDES	
LOS FINES DE SEMANA	
OTROS	

12. ¿Cuánto tiempo usted estaría dispuesto a capacitarse?

1 días	
2 días	
1 semana	
1 mes	
Más de un mes	

13. ¿Ha participado antes en algún curso de turismo?

SI	
NO	

GRACIAS POR SU APOYO Y TIEMPO

Anexo 2: Encuesta a turistas nacionales y extranjeros



Universidad Tecnológica Equinoccial
Carrera de Turismo y Conservación Ambiental

La presente encuesta se realiza con el fin de conocer la demanda de turistas nacionales y extranjeros que existe en el Valle del Chota.

Marque con una X la/s respuestas que sean convenientes de acuerdo a cada pregunta

ENCUESTA REALIZADA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

1. Mencione cuál es su edad

- () Menos de 20 años
- () De 20 a 35 años
- () De 35 a 50 años
- () Más de 50 años

2. Ciudad o País de Origen

3.Cuál es la motivación de su visita

- () Diversión
- () Negocios
- () Estudios
- () Otros _____

4. Con cuantas personas se encuentra de visita

- () 1-3
- () 3-6
- () 6-9
- () 10 o más

5. Ha visitado el valle del Chota

Si () No ()

6. Conoce alguna de las siguientes comunidades del Valle del Chota

- () Salinas
- () Mascarilla
- () Chota
- () Juncal
- () Chalguayacu
- () Ninguna

7. Le gustaría adquirir un paquete turístico cultural en el Valle del Chota. Si su respuesta es no, gracias por su colaboración. Fin de la encuesta

Si () No ()

8. Que le gustaría conocer del Valle del Chota (Elija máximo 2 opciones)

- () Música
- () Danza
- () Artesanías
- () Gastronomía
- () Otros_____

9. Cuánto tiempo le gustaría que dure el paquete turístico (Elija 1 opción)

) 1 día) 2 días) 3 o más

10. Qué servicios le gustaría que ofrezca el tour turístico en el Valle del Chota (Elija máximo 2 opciones)

-) Alojamiento
-) Alimentación
-) Guía de Turismo
-) Transporte

11. Cuanto estaría dispuesto a pagar por un tour turístico en el Valle del Chota (Elija 1 opción)

-) \$ 25 – 35
-) \$ 40 – 50
-) Más de \$60

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

Anexo 3: Encuesta a las agencias de viajes



Universidad Tecnológica Equinoccial
Carrera de Turismo y Conservación Ambiental

La presente encuesta se realiza con el fin de conocer la demanda que existe en las agencias de viajes del producto turismo cultural a la zona de estudio.

Fecha: _____

Encuestador: Daniel Pabón

Lugar: _____

Marque con una X la/s respuestas que sean convenientes de acuerdo a cada pregunta

ENCUESTA A LAS AGENCIAS DE VIAJE

Nombre de la Agencia

1. Su agencia vende paquetes turísticos a la provincia de Imbabura?

SI	
NO	

2. ¿Que destinos de la ciudad de Imbabura promociona su agencia?

Otavalo	
Cotacachi	
Atuntaqui	
Ibarra	
Yahuarcocha	
Valle del Chota	
Otro	

3. ¿Cuales considera usted que son los aspectos por los cuales no se promociona el Valle del Chota?

Atractivos Turísticos _____
 Vías de acceso _____
 Interés de la gente _____
 Falta de gestión por las autoridades _____
 Servicios Turísticos _____
 Otros. _____
 Cuales? _____

4. ¿Qué tipo de turismo promociona su agencia?

Turismo Cultural	
Turismo de Naturaleza	
Ecoturismo	
Turismo de Aventura	
Turismo Religioso	
Turismo Comunitario	
Agroturismo	
Sol y Playa	
Otro	

5. ¿Si existieran todas las facilidades turísticas y administrativas, incluiría al Valle del Chota dentro de su oferta?

Sí_____ No_____

6. ¿Si el Valle del Chota se posicionara como un destino turístico cultural. Qué servicios o actividades de éste destino, USTED incluiría en sus paquetes?

Alimentación tradicional	
Compra de Artesanías	
Presentaciones de danza y música afrochoteña	
Museo de identidad afrochoteño	

Otros	
Indique cuál.	

7. ¿Cuál sería el valor que usted cotizaría para el siguiente servicio en el Valle del Chota?

<p>Tour de 6 horas en el Valle del Chota.</p> <p>Actividades:</p> <p>Visita al Centro Artesanal en Mascarilla.</p> <p>Presentación de música y danza afrochoteña</p> <p>Visita al Museo de Sal en Salinas</p> <p>Almuerzo tradicional en Salinas</p> <p>Guianza temática identidad afrochoteña por guía comunitarios.</p> <p>INCLUYE: entradas, guía, alimentación.</p>

Elija el precio que usted cotizaría por persona.

Menos de 20 dólares	
21- 30 dólares	
31 – 40 dólares	
Más de 40 dólares	

8. ¿Qué mercado cree usted que estaría más interesado en comprar un circuito al Valle del Chota?

Nacionales _____

Extranjeros _____

¡GRACIAS POR SU APOYO Y TIEMPO!

Anexo 4: Tríptico publicitario anverso

VALLE DEL CHOTA



El "Valle del Chota-Mira" o "Valle del Coangue", se localiza en la sierra norte ecuatoriana; debe su nombre al río que lo atraviesa, conocido como Chota-Mira.

GRUPO ETNICO AFROCHOTEÑO



Los afrochoteños como se los conoce se dedican a la agricultura, comercio de productos, elaboración de artesanía en barro, construcción y otras actividades. Actualmente han conformado grupos de música bomba



COMUNIDADES	DISTANCIAS
IBARRA-SALINAS	24KM
SALINAS-MASCARILLA	10KM
MASCARILLA-CHOTA	3KM
CHOTA-JUNCAL	15KM
JUNCAL-CHALGUAYACU	1KM

RUTA DE LA BOMBA

CONTACTOS

 Ruta de la Bomba
 0984424817

RUTA DE LA BOMBA



¡SIENTE LA ALEGRÍA AFROCHOTEÑA!

La ruta turística de la bomba es una ruta con enfoque cultural orientada a brindar servicios a turistas nacionales y extranjeros con el fin de poner en valor las tradiciones ancestrales de la cultura afro del Valle del Chota.

RUTA DE LA BOMBA

Anexo 5: Tríptico publicitario reverso

QUE HACER

SALINAS:


- Turismo comunitario
- Observación de grupos de danza y música.
- Tren de la Libertad
- Visita al museo de la sal
- Degustación de platos típicos
- Fotografía

MASCARILLA:

- Turismo Comunitario
- Visita a museo de artesanías Gertan
- Observación de construcciones tradicionales
- Degustación de platos típicos
- Fotografía

CHOTA:

- Turismo Comunitario
- Observación del Río Chota
- Presentación de grupos de danza y música
- Observación de peinados afro
- Visita a fincas agroecológicas



CUADRO DE DISTANCIAS

COMUNIDADES	DISTANCIAS	COMUNIDADES	DISTANCIAS
IBARRA-SALINAS	24KM	CHOTA-JUNCAL	15KM
SALINAS-MASCARILLA	10KM	JUNCAL-CHALGUAYACU	1KM
MASCARILLA-CHOTA	3KM		

JUNCAL:

- Degustación de las fritadas
- Observación del proceso de fabricación de la bomba
- Visita al centro cultural comunitario
- Observación de construcciones tradicionales
- Observación del Río Chota desde el puente
- Música y danza afrochoteña
- Relato de juegos tradicionales
- Fotografía

CHALGUAYACO:

- Observación de construcciones tradicionales
- Fotografía paisajística
- Degustación de platos típicos
- Visita a las 3 Marías
- Apreciación de la forma de vida de la comunidad
- Visita a integrantes de la Banda Mocha

Anexo 6: Fotografía de Ibarra



Fuente: PDOT Ibarra 2031

Anexo 7: Artesanías Gartan



Fotografía: El autor

Anexo 8: Piedra Grande



Fotografía: El autor

Anexo 9: Artesanías del Tren



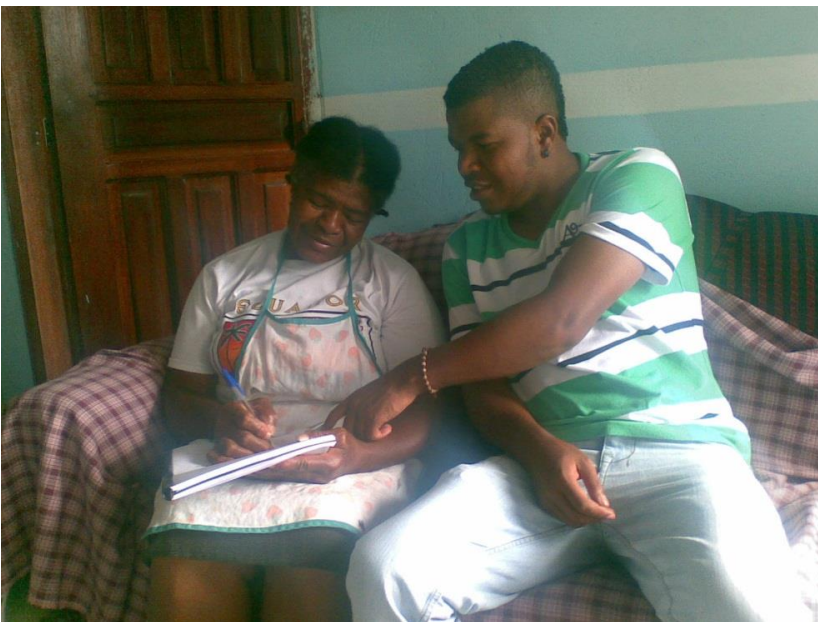
Fotografía: El autor

Anexo 10: Fincas agroecológicas



Fotografía: El autor

Anexo 11: Encuesta a pobladora afrochoteña



Fotografía: El autor

Anexo 12: Mascarilla



Fotografía: El autor