



UNIVERSIDAD UTE

FACULTAD DE CIENCIAS GASTRONÓMICAS Y TURISMO

**MAESTRÍA EN TURISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS
TURÍSTICOS**

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN TURISMO
CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS**

TEMA

**PROPUESTA DE MEJORAS AL MODELO DE GESTIÓN DEL ATRACTIVO
TURÍSTICO PLAZA DE PONCHOS DE OTAVALO, PROVINCIA DE
IMBABURA, BASADAS EN LA PERCEPCIÓN DE LOS TRES PRINCIPALES
ACTORES SOCIALES (VISITANTES, RESIDENTES Y COMERCIANTES)**

AUTORA

ING. MARÍA JOSÉ ESPÍN NAVAS

DIRECTOR DE TESIS

PHD. ENRIQUE ARMANDO CABANILLA VÁSCONEZ

QUITO – ECUADOR

2020

**FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO
PROYECTO DE TITULACIÓN**

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1722862743
APELLIDO Y NOMBRES:	ESPIN MARÍA JOSÉ
DIRECCIÓN:	POMASQUI, AV. MANUEL CÓRDOVA GALARZA E-166 Y PASAJE ALARCÓN
EMAIL:	majose42@gmail.com
TELÉFONO FIJO:	02 2356 136
TELÉFONO MOVIL:	099 953 5575

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Propuesta de mejoras al modelo de gestión del atractivo turístico Plaza de ponchos de Otavalo, provincia de Imbabura, basadas en la percepción de los tres principales actores sociales (visitantes, residentes y comerciantes)
AUTOR O AUTORES:	ESPÍN NAVAS MARÍA JOSÉ
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	29 DE OCTUBRE 2020
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	CABANILLA VÁSCONEZ ENRIQUE ARMANDO
PROGRAMA	PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO <input checked="" type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	MAGÍSTER EN TURISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	El presente proyecto de investigación tiene como propósito realizar una propuesta de mejoras al modelo de gestión actual que el atractivo turístico Plaza de Ponchos de Otavalo ubicado en la provincia

de Imbabura mantiene; tomando como principal fundamento la percepción de los principales actores sociales que forman parte del dinamismo en el lugar, siendo considerados los visitantes, residentes y comerciantes.

El sobre-turismo (*overtourism*) es un fenómeno que ha venido afectando gravemente a varios reconocidos destinos en el mundo, por lo que se prevé plantear medidas que permitan mitigar el caos por el que estos lugares atraviesan. La declaratoria mundial de una pandemia a causa del COVID-19 ha estipulado una serie de protocolos de bioseguridad que deben ser obligatoriamente implementados para retomar una nueva normalidad en todas las actividades, donde el turismo no es una excepción.

Este fenómeno va mucho más allá de las aglomeraciones o la gentrificación; cuando el turismo en un lugar alcanza un punto decisivo en el cual los habitantes o visitantes (pudiendo ser ambos) no se encuentran a gusto, será el momento de pausar las acciones en ejecución y replantear alternativas nuevas.

Consecuentemente, tras mostrar un preámbulo argumentativo sobre el escenario descrito y las pautas metodológicas a seguir que buscaron un respaldo de opinión de los grupos de estudio, expertos en la materia y el ente autónomo descentralizado; se buscó desarrollar el Modelo de las 5D propuesto por Claudio Milano, tomando a la sostenibilidad como eje transversal, adaptándolo a la realidad del sitio para definir estrategias que permitirán controlar varios de los aspectos negativos

	por los que el destino ha venido atravesando con su actual planificación.
PALABRAS CLAVES:	SOBRE-TURISMO, OVERTOURISM, PLAZA DE PONCHOS, OTAVALO, ACTORES SOCIALES, PERCEPCIÓN
ABSTRACT:	<p>The purpose of this research is to make a proposal for improving the current model management that the Handicrafts market of Otavalo (Plaza de ponchos), located in the province of Imbabura, maintains; taking as its most important base the perception of the main social actors that are part of the dynamism in the place, being considered visitors, residents and merchants.</p> <p>Overtourism is a phenomenon that has been seriously affecting several well-known destinations around the world, for which it has been planned some measures in order to mitigate the chaos that these places are going through. A world pandemic was declared due to COVID-19, stipulating a series of biosafety protocols that must be obligatorily implemented for returning a new normality in all activities, where tourism is not an exception.</p> <p>This phenomenon goes far beyond crowds or gentrification; when tourism in a place reaches a decisive point in which inhabitants or visitors (and it could be both) are not comfortable, it will be time to pause the current actions and rethink new alternatives.</p> <p>Consequently, after showing an argumentative preamble about the described scenario and the methodological guidelines to be followed which wanted to get a support of each study groups opinion, experts in the field and the decentralized</p>

	autonomous entity; the aim was to develop the 5D Model proposed by Claudio Milano, using sustainability as a transversal axis, adapting it to the reality of the site and defining strategies that will allow controlling several of the negative aspects that the destination has been going through with its current planning.
KEYWORDS	OVERTOURISM, PLAZA DE PONCHOS, HANDICRAFTS MARKET, OTAVALO, SOCIAL ACTORS, PERCEPTION

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.



f: _____

ESPÍN NAVAS MARÍA JOSÉ

CÉDULA: 1722862743

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **ESPÍN NAVAS MARÍA JOSÉ**, CI **1722862743** autora del proyecto titulado: **Propuesta de mejoras al modelo de gestión del atractivo turístico Plaza de ponchos de Otavalo, provincia de Imbabura, basadas en la percepción de los tres principales actores sociales (visitantes, residentes y comerciantes)** previo a la obtención del título de **MAGÍSTER EN TURISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS** en la Universidad UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 29 de octubre de 2020

f: 

ESPÍN NAVAS MARÍA JOSÉ

CÉDULA: 1722862743

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis de grado certifico que el presente trabajo que lleva por título **Propuesta de mejoras al modelo de gestión del atractivo turístico Plaza de ponchos de Otavalo, provincia de Imbabura, basadas en la percepción de los tres principales actores sociales (visitantes, residentes y comerciantes)**, para aspirar al título de **MAGÍSTER EN TURISMO CON MENCIÓN EN GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS**, fue desarrollado por **ESPÍN NAVAS MARÍA JOSÉ**, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de Ciencias Gastronómicas y Turismo ; y que dicho trabajo cumple con las condiciones requeridas para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del Jurado examinador que se designe.



CABANILLA VÁSCQUEZ ENRIQUE ARMANDO

Director del Proyecto de titulación

DECLARACIÓN JURAMENTADA DEL AUTOR

Yo, **ESPÍN NAVAS MARÍA JOSÉ**, portadora de la cédula de identidad N° **1722862743**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

La Universidad UTE puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f:



ESPÍN NAVAS MARÍA JOSÉ

CEDULA: 1722862743

AGRADECIMIENTO

“Sé agradecido por todo lo que sucede en tu vida; es toda una experiencia”

Roy T. Bennett.

Inicialmente agradecer al Creador que me ha permitido continuar con una de mis metas a pesar de todas las dificultades que se han presentado a lo largo de esta travesía.

Agradecer también el permanente apoyo y respaldo de mi querida familia, quienes han estado a mi lado en cada momento con su característico ánimo y buena energía para que cada paso dado sea sólido, trascendental.

El más sincero y caluroso agradecimiento para mi asesor Enrique, quien desde un inicio iluminó el camino que seguiría a través de su cátedra para después contribuir con su invaluable conocimiento, paciencia, tiempo y energía en consolidar algo que empezó siendo una lejana idea. Asimismo, al excelente grupo de docentes que fueron parte de mi formación en esta nueva e importante etapa, su enseñanza perdura con nuestra aplicación y difusión.

Finalmente recordar que los amigos son como los libros, no es necesario tener muchos sino a los mejores. Gracias por alentarme a perseguir mis sueños, permaneciendo durante el camino hasta el ansiado final.

Gracias universo por cerrar puertas que no eran para mí y abrir aquellas que si lo eran, gracias por todas las sorpresas que están por venir y por hacerme seguir creyendo en la magia del cosmos que nos rodea.

Gracias a la vida por este nuevo triunfo.

DEDICATORIA

Este logro conseguido va dedicado a quienes han velado por mi bienestar desde el día que el mundo me vio llegar, quienes pensaron darme lo mejor para que llegue a buscar solo la excelencia en todo lo que pueda proponerme y lo seguirán haciendo por verme realizada; con todo mi cariño, mis padres.

Además, por contribuir con un granito de arena en el desarrollo turístico del país que lo tiene todo, en uno de sus más renombrados destinos. Aportando ideas que podrán guiar nuevas estrategias para gestionar de forma acertada tan importante actividad que busca conservar nuestro valioso patrimonio hoy y siempre.

“No se cuida lo que no se ama, no se ama lo que no se conoce”

ÍNDICE DE CONTENIDOS

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO	i
DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN	iii
CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....	iv
DECLARACIÓN JURAMENTADA DEL AUTOR	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS.....	ix
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
RESUMEN	xii
ABSTRACT	xiii
INTRODUCCIÓN.....	1
I. ANTECEDENTES DEL TÍTULO DE INVESTIGACIÓN	1
II. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	2
III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	4
IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	5
V. JUSTIFICACIÓN	5
CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL	8
1.1. Revisión de la literatura (Bases teóricas).....	8
1.1.1. Turismo.....	8
1.1.2. Calidad turística.....	8
1.1.3. Desarrollo local y participación.....	9
1.1.4. Sostenibilidad y sobre-turismo (<i>overtourism</i>).....	9
1.2. Marco Legal.....	11
1.2.1. Constitución de la República del Ecuador.....	11
1.2.2. Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización	12
1.2.3. Código Orgánico del Ambiente.....	12
1.2.4. Ley Orgánica de Cultura.....	13
1.2.5. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria	13
1.2.6. Ley de Turismo y Reglamento a la Ley de Turismo	13

1.2.7.	Ordenanzas	14
1.3.	Marco Institucional	15
1.3.1.	Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030	15
1.3.2.	Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021, Toda una Vida	15
1.3.3.	Plan Nacional de Turismo - PLANDETUR 2030	16
1.3.4.	Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Otavalo (Actualización).	16
1.3.5.	Plan de Turismo del Cantón Otavalo 2015-2020	17
1.4.	Marco Conceptual.....	17
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN		19
2.1.	Enfoque de investigación.....	19
2.2.	Tipo de investigación.....	19
2.3.	Métodos de investigación	19
2.4.	Una breve radiografía de la Plaza de ponchos	20
2.4.1.	El origen del Mercado Centenario	20
2.4.2.	Ocupación del suelo	20
2.5.	Los principales actores sociales en la Plaza de ponchos.....	20
2.5.1.	La perspectiva de los visitantes.....	22
2.5.2.	La perspectiva de los residentes	24
2.5.3.	La perspectiva de los comerciantes.....	26
2.6.	Propuesta de mejoras al modelo de gestión de la Plaza de ponchos.....	28
2.6.1.	Análisis del panorama internacional y estrategias planteadas para destinos con sobre-turismo	28
2.6.2.	Mercados y ferias artesanales en Sudamérica	29
2.6.3.	Diagnóstico de la Plaza de ponchos	30
2.6.4.	Diseño de la propuesta en base al modelo de las 5D	31
2.6.5.	Evaluación de la propuesta.....	33
CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN.....		35
3.1.	Una breve radiografía de la Plaza de ponchos	35
3.1.1.	El origen del Mercado Centenario	35
3.1.2.	Ocupación del suelo	38
3.2.	Los principales actores sociales en la Plaza de ponchos.....	45
3.2.1.	La perspectiva de los visitantes.....	47
3.2.2.	La perspectiva de los residentes	54
3.2.3.	La perspectiva de los comerciantes.....	61

3.3. Propuesta de mejoras al modelo de gestión de la Plaza de ponchos.....	67
3.3.1. Análisis del panorama internacional y estrategias planteadas para destinos con sobre-turismo.....	67
3.3.2. Mercados artesanales representativos en Sudamérica.....	75
3.3.3. Diagnóstico de la Plaza de ponchos	81
3.3.4. Diseño de la propuesta en base al modelo de las 5D	87
3.3.5. Evaluación de la propuesta.....	93
CONCLUSIONES.....	97
RECOMENDACIONES	101
REFERENCIAS	103
ANEXOS	117
Anexo N° 1. Herramienta para identificación de problemáticas con especialistas ..	117
Anexo N° 2. Análisis estadístico en PSPP de la identificación de problemáticas con especialistas	118
Anexo N° 3. Guión de entrevista representante de la Unidad de Turismo GAD Otavalo.....	123
Anexo N° 4. Guión de entrevista agentes de venta y operaciones turísticas.....	124
Anexo N° 5. Análisis estadístico de los visitantes, base de datos CE Travels	125
Anexo N° 6. Encuesta a residentes	128
Anexo N° 7. Análisis estadístico en PSPP de los residentes	129
Anexo N° 8. Guión de entrevista a representantes del equipo técnico de la Asociación interprofesional de maestros y operarios de la Plaza de ponchos.....	136
Anexo N° 9. Encuesta a comerciantes	137
Anexo N° 10. Análisis estadístico en PSPP de los comerciantes	138
Anexo N° 11. Herramienta para identificación de problemáticas y estrategias en destinos afectados por <i>Overtourism</i>	146
Anexo N° 12. Herramienta para identificación de estrategias en países afectados por <i>Overtourism</i>	147
Anexo N° 13. Fotografías	148

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1. Selección de la muestra para percepción de visitantes	23
Tabla N° 2. Formato de matriz para identificación de problemáticas y estrategias en destinos afectados por <i>overtourism</i>	28
Tabla N° 3. Formato de matriz para identificación estrategias en países afectados por <i>overtourism</i>	29
Tabla N° 4. Formato de matriz para agrupar problemas adicionales de las preguntas abiertas realizadas a especialistas	30
Tabla N° 5. Formato de matriz de asignación de problemáticas a componentes del modelo 5D	32
Tabla N° 6. Formato de matriz para detallar indicadores en función de las estrategias propuestas	33
Tabla N° 7. Formato de matriz para detallar indicadores en función de las estrategias propuestas	33
Tabla N° 8. Tabla de frecuencias con las problemáticas identificadas	46
Tabla N° 9. Matriz para agrupar problemas de las preguntas abiertas en la identificación de problemáticas	83
Tabla N° 10. Matriz de asignación de problemáticas a componentes del modelo 5D ...	91
Tabla N° 11. Detalle de estrategias propuestas por componentes del modelo 5D	92
Tabla N° 12. Detalle de estrategias propuestas por componentes del modelo 5D	93

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura N° 1. Formato de la herramienta para identificación de problemáticas.....	21
Figura N° 2. Ejemplo Diagrama de Pareto	22
Figura N° 3. Formato de encuesta a residentes	25
Figura N° 4. Formato de encuesta a comerciantes	27
Figura N° 5. Modelo de las 5D.....	31
Figura N° 6. Mercado indígena en Pisac entre 1968-1970.....	36
Figura N° 7. Dinámica social en Otavalo y construcción del Mercado Centenario.....	37
Figura N° 8. Bosquejo y maqueta del diseño para el Mercado Centenario.....	38
Figura N° 9. Días de feria en el Mercado Centenario en los años 90.....	39
Figura N° 10. Sábado de feria en la Plaza de Ponchos antes de la pandemia	40
Figura N° 11. Planta de distribución de puestos para el Mercado Centenario	41
Figura N° 12. Intervención en las calles para Feria sabatina	42
Figura N° 13. Prospecto Edificio Centenario, Planta locales	43
Figura N° 14. Diagrama de Pareto con las problemáticas identificadas	46
Figura N° 15. Llegadas de turistas internacionales por región Enero – Abril 2020.....	47
Figura N° 16. Comparación del total de pasajeros en Ecuador y Otavalo 2018 – 2020	49
Figura N° 17. La perspectiva de los visitantes extranjeros en Otavalo 2018 - 2020.....	52
Figura N° 18. Asentamientos humanos jerarquizados en el Cantón Otavalo.....	55
Figura N° 19. Predios catastrados del Cantón Otavalo	55
Figura N° 20. La perspectiva de los residentes en Otavalo	58
Figura N° 21. Asociaciones artesanales identificadas en la Plaza de ponchos de Otavalo	62
Figura N° 22. La perspectiva de los comerciantes de la Plaza de ponchos de Otavalo .	64
Figura N° 23. Destinos turísticos del mundo afectados por <i>overtourism</i>	68
Figura N° 24. Problemáticas comunes en los destinos afectados por <i>overtourism</i>	72
Figura N° 25. Estrategias adoptadas para combatir el <i>overtourism</i>	73
Figura N° 26. Países con mayor número de estrategias frente al <i>overtourism</i>	74
Figura N° 27. Paseo artesanal Enriqueta Gastelumendi, Ushuaia.....	76
Figura N° 28. Mercado artesanal de Tarabuco, Sucre.....	77
Figura N° 29. Mercado indio de Miraflores, Perú.....	78
Figura N° 30. Mercado de artesanía de Pisac, Perú	79

Figura N° 31. Plaza Rotary, Cuenca.....	81
Figura N° 32. Agrupación de problemáticas adicionales identificadas en la Plaza de ponchos.....	85
Figura N° 33. Agrupación de problemáticas adicionales identificadas en la Plaza de ponchos según informe de la OMT	90

RESUMEN

El presente proyecto de investigación tiene como propósito realizar una propuesta de mejoras al modelo de gestión actual que el atractivo turístico Plaza de Ponchos de Otavalo ubicado en la provincia de Imbabura mantiene; tomando como principal fundamento la percepción de los principales actores sociales que forman parte del dinamismo en el lugar, siendo considerados los visitantes, residentes y comerciantes.

El sobre-turismo (*overtourism*) es un fenómeno que ha venido afectando gravemente a varios reconocidos destinos en el mundo, por lo que se prevé plantear medidas que permitan mitigar el caos por el que estos lugares atraviesan. La declaratoria mundial de una pandemia a causa del covid-19 ha estipulado una serie de protocolos de bioseguridad que deben ser obligatoriamente implementados para retomar una nueva normalidad en todas las actividades, donde el turismo no es una excepción.

Este fenómeno va mucho más allá de las aglomeraciones o la gentrificación; cuando el turismo en un lugar alcanza un punto decisivo en el cual los habitantes o visitantes (pudiendo ser ambos) no se encuentran a gusto, será el momento de pausar las acciones en ejecución y replantear alternativas nuevas.

Consecuentemente, tras mostrar un preámbulo argumentativo sobre el escenario descrito y las pautas metodológicas a seguir que buscaron un respaldo de opinión de los grupos de estudio, expertos en la materia y el ente autónomo descentralizado; se buscó desarrollar el Modelo de las 5D propuesto por Claudio Milano, tomando a la sostenibilidad como eje transversal, adaptándolo a la realidad del sitio para definir estrategias que permitirán controlar varios de los aspectos negativos por los que el destino ha venido atravesando con su actual planificación.

Finalmente, en las conclusiones se plasman los resultados obtenidos durante el proceso realizado previo las recomendaciones, como sugerencias a aplicar de forma oportuna tanto en el destino como en futuras investigaciones.

ABSTRACT

The purpose of this research is to make a proposal for improving the current model management that the Handicrafts market of Otavalo (Plaza de ponchos), located in the province of Imbabura, maintains; taking as its most important base the perception of the main social actors that are part of the dynamism in the place, being considered visitors, residents and merchants.

Overtourism is a phenomenon that has been seriously affecting several well-known destinations around the world, for which it has been planned some measures in order to mitigate the chaos that these places are going through. A world pandemic was declared due to COVID-19, stipulating a series of biosafety protocols that must be obligatorily implemented for returning a new normality in all activities, where tourism is not an exception.

This phenomenon goes far beyond crowds or gentrification; when tourism in a place reaches a decisive point in which inhabitants or visitors (and it could be both) are not comfortable, it will be time to pause the current actions and rethink new alternatives.

Consequently, after showing an argumentative preamble about the described scenario and the methodological guidelines to be followed which wanted to get a support of each study groups opinion, experts in the field and the decentralized autonomous entity; the aim was to develop the 5D Model proposed by Claudio Milano, using sustainability as a transversal axis, adapting it to the reality of the site and defining strategies that will allow controlling several of the negative aspects that the destination has been going through with its current planning.

Finally, the conclusions reflect the results obtained during the process carried out prior to the recommendations, as suggestions that could be applied for the destination and in future researches.

INTRODUCCIÓN

I. ANTECEDENTES DEL TÍTULO DE INVESTIGACIÓN

Analizando los documentos producto de investigación previa respecto al sector expresado como cantón, se encontraron proyectos de pregrado. Uno se titula **Plan de Ordenamiento Territorial turístico del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, para fomentar el desarrollo de la actividad turística**; elaborado en el año 2013 y en cuyos resultados se visibilizan sugerencias de políticas públicas firmes al ente autónomo descentralizado, especialmente respecto el uso sostenible del patrimonio cultural, afectado por la imagen negativa que genera el desorden y la falta de interés en conservar las tradiciones que tanto aportan al atractivo del lugar (Bustillos, 2013).

Siendo un poco más específicos con relación al atractivo, es preciso mencionar un artículo titulado **Consideraciones de la Etnoeconomía a la concepción clásica de mercado: Análisis etnográfico del mercado de ponchos y animales de Otavalo**; publicado en el año 2015 y una puntualización relevante es que ahora el nombre tal vez le ha quedado corto. No muchos son productores, comisionan por la cantidad de producto que compran para vender y aquello que se vende está muy lejos de ser una producción artesanal auténtica; existe una sobreproducción que no abastece la demanda (Viteri, Murriagui, & Cadena, 2017).

Adicionalmente, refiriendo un análisis de oferta y demanda que va acompañada a una propuesta de rediseño son presentadas en dos tesis de pregrado. La primera titulada **Oferta y demanda del Mercado Centenario Artesanal "Plaza De Ponchos" en el Cantón Otavalo, para el rediseño de la imagen turística y cultural**; elaborado en el año 2015 cuyo propósito principal es analizar a detalle la oferta y demanda de este tradicional sitio, poniendo de manifiesto su valor histórico, patrimonial y turístico (Valle, 2015). La segunda se titula **Diseño arquitectónico de un mercado artesanal en la ciudad de Otavalo sector "Plaza de Ponchos"**; realizada en el 2019 y remarca algunas de las problemáticas por las que atraviesa el emblemático sitio y propone un diseño propicio para el lugar tomando referentes implementados exitosamente (Buitrón, 2019).

Complementando este apartado se menciona una tesis de maestría titulada **La Plaza Centenario (Plaza de Ponchos) de Otavalo – Ecuador. Estudio y análisis para su conservación y puesta en valor**; elaborada entre 2016 – 2017, donde se despliega un

análisis histórico y evolutivo del lugar, acorde a su categorización como patrimonio para el país y su notable grado de deterioro (Villalba, 2018).

Finalmente, es importante mencionar al actual modelo de gestión plasmado en el documento denominado **Plan de Turismo del Cantón Otavalo 2015-2020** donde la problemática principal se plasma en 10 ejes priorizados donde el atractivo turístico Plaza de Ponchos lidera los tres primeros, reafirmando varias de las situaciones mencionadas en los trabajos que anteceden (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

II. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

El turismo como actividad, ha venido siendo colocado en un pedestal por todas las bondades que ha sabido brindar a las localidades que encontraron su vocación y lo pudieron adoptar como parte de sus motores económicos, generadores de ingresos.

Actualmente, ya no es una actividad benéfica en su totalidad para las comunidades receptoras de turismo. Con el pasar del tiempo, se ha determinado que es correcto atribuirle no solo beneficios, sino también costos y perjuicios causados por su acelerado crecimiento, donde la sociedad, economías y recursos naturales están por llegar a un punto crucial de resistencia. Esta apreciación propia, inmiscuye premisas que se reflejan en la carencia de acciones básicas como son la correcta planificación de la actividad turística y su territorio, orientándola hacia la consecución de los mejores resultados posibles (Orozco & Núñez, 2013).

El ente rector del turismo (Organización Mundial del Turismo) prevé en 10 años un crecimiento sostenido global que podría llegar a los “1.800 millones de llegadas de turistas internacionales” consiguiendo que los recursos sean sometidos a un estrés considerable debido al exponencial aumento demográfico y los estragos causados por la fragilidad ambiental causada por el calentamiento global (Ministerio de Turismo, 2019, pág. 51). Desafortunadamente, estas cifras se vieron fuertemente afectadas por la actual pandemia donde se han perdido más de 300 millones de empleos de este sector y una contracción económica que ha llegado al 70% por las medidas adoptadas en esta paulatina nueva normalidad, causando una lenta recuperación del turismo en un futuro cercano (Organización Internacional del Trabajo, 2020).

Conocida como el Valle del Amanecer, Otavalo se ha dado a conocer como un destino cuyas alternativas turísticas son totalmente variadas, un punto importante de visita en la Sierra Norte del país. Es considerada también como Capital Intercultural del Ecuador, por constituirse como el sitio del que el pueblo quichua se originó (Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local de Otavalo, 2020). La visión institucional es totalmente clara, busca encaminarse por procesos sustentables de desarrollo local a nivel nacional, que además de respetar el ambiente, puedan promover la interculturalidad, inclusión social y el turismo; por lo que todas estas intenciones se han plasmado en un estructurado modelo de gestión reflejado en el Plan de turismo cantonal (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

Uno de los puntos críticos y atractivo principal es la Plaza de Ponchos. Disponible todos los días, pero en su mayor esplendor los días sábados; que se expande cinco cuadras alrededor mostrando una amplia oferta de artesanías que maravillan por sus creativas mezclas de colores y originalidad (Guerrero, 2016). Su atraktividad lo ha llevado a ser reconocido como el mercado artesanal más popular de Sudamérica, por su dimensión y magnitud. Sin embargo, esta misma atraktividad ha transformado al lugar en un sitio totalmente intransitable y desordenado, dando cabida a la inseguridad que atenta contra la integridad de los transeúntes además de ser un promotor principal de contaminación auditiva y ambiental, por las grandes cantidades de desechos sólidos que se generan después de un día de feria.

Por consiguiente, se identifican actores sociales de vital importancia que dan vida al lugar y su interacción hace posible que este sitio siga vivo. En primera instancia los visitantes, quienes llegan con la expectativa de conocer tan renombrado lugar o simplemente realizan una visita más para adquirir otro recuerdo. En un segundo momento se encuentran los comerciantes, aquellos hábiles vendedores que desde muy temprano arman sus puestos para ubicar sus artesanías y ofrecerlas al público y; finalmente, los habitantes de la zona de presión, quienes probablemente se hayan acostumbrado a lo que sucede en los días de feria, pero no necesariamente puedan estar conformes con la forma en la que se ha venido llevando a cabo esta actividad.

A pesar de los esfuerzos institucionales y la formulación de propuestas bastante prometedoras, la realidad es totalmente distinta, y como parte del análisis hace cinco años ya se advierten los problemas por los que el atractivo estrella está atravesando. Evidencian un claro desorden en los tipos de productos que ofrecen y en la forma de distribuirlos para su comercialización, además por mencionar algunos adicionales: carece de identidad y

calidad, cantidad de desechos sólidos generados, asimetría, fauna urbana, delincuencia, contaminación auditiva, escasa accesibilidad, mala planificación de la vía pública, entre otros (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

La expectativa de visitar tan importante sitio es la que motiva a que este sea un punto imperdible en el itinerario de cualquier visitante, pero tras el impacto del recibimiento en las condiciones antes mencionadas se torna en un posible ejemplo de afectación por sobre-turismo en un futuro, tal vez no con las cifras que registran otros lugares del mundo, pero adaptado a la realidad de nuestro país, poniendo el riesgo la riqueza e imagen del lugar. Cuando la actividad turística ha alcanzado el punto en que los habitantes o visitantes (pudiendo ser ambos también) no están satisfechos, definitivamente es momento de hacer una pausa y revisar las alternativas disponibles.

Es oportuno el análisis de la situación del atractivo, a pesar de los factores externos que afectan de forma global a la actividad turística y las futuras nuevas tendencias que el turismo pueda marcar en conjunto con condiciones sanitarias óptimas en cada sitio, remarcando que las propuestas anteriores no han cumplido su propósito en este lapso y es importante fortalecer los vínculos de participación que los actores sociales deberán forjar con el apoyo del ente descentralizado regulador.

III. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Formulación del problema general

Y= ¿Qué mejoras se pueden realizar en el modelo de gestión del atractivo turístico Plaza de Ponchos basadas en la percepción que tienen los principales actores sociales sobre su uso y ocupación?

Formulación de los problemas específicos

X1= ¿Es la ocupación del suelo similar considerando un día de feria y un día regular?

X2= ¿Cuál es la perspectiva de los principales actores sociales (visitantes, comerciantes y habitantes de la zona) respecto el atractivo Plaza de ponchos y su uso en días de feria y días regulares?

X3= ¿Cuál es papel de la sostenibilidad en respuesta al atractivo objeto de estudio y sus posibles síntomas de aglomeración?

IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Estructurar una propuesta de mejoras al modelo de gestión del atractivo turístico Plaza de Ponchos de Otavalo, provincia de Imbabura, basadas en la percepción de los tres principales actores sociales (visitantes, residentes y comerciantes).

Objetivos específicos

- Caracterizar la ocupación del suelo de la Plaza de Ponchos en días de feria y en días regulares.
- Determinar la percepción de los principales actores sociales (visitantes, comerciantes y residentes de la zona) respecto al atractivo y su grado de ocupación.
- Plantear alternativas de solución enmarcadas en la sostenibilidad para combatir posibles síntomas de sobre-turismo.

V. JUSTIFICACIÓN

El turismo surge como una actividad prometedora y generadora de importantes rubros en las economías que lograron dinamizarse activamente a través de la difusión del valor patrimonial y natural. Por tal motivo, en palabras de la Organización Mundial de Turismo “el turismo se ha convertido en una ficha clave para el desarrollo, la prosperidad y bienestar” (Ministerio de Turismo del Ecuador, 2015, p. 5).

El presente tema de investigación toma fundamental importancia al vincularlo con los Objetivos de Desarrollo Sostenible propuestos por las Naciones Unidas hacia el 2030,

con el firme propósito de establecer lineamientos propicios como parte de un modelo ideal basado en la sostenibilidad y aplicable a cualquier territorio para que sus habitantes sean beneficiarios de una próspera y feliz vida, con productividad y equidad en un ambiente saludable. Así se vincula con el Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles; considerando que las ciudades han logrado un crecimiento desmedido y debe ser regulado a través de una planificación integral (Naciones Unidas, 2015).

El siguiente eslabón viene determinado por el Plan Nacional de desarrollo 2017-2021 propuesto a nivel de país para alinearlo al cumplimiento de los objetivos mundiales. El eje que mayor fuerza toma es el tercero, denominado Más sociedad, mejor Estado; donde a través del Objetivo 9: Garantizar la soberanía y la paz, y posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo se busca lograr un sistema de gobernanza sostenible de la mano con la protección del patrimonio y el desarrollo de la oferta local vinculada a los saberes y prácticas ancestrales de cada lugar (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

San Luis de Otavalo, ciudad destacada de la provincia de Imbabura, ubicada a dos horas de Quito hacia el norte del país en la región Interandina. Sus comunidades indígenas, en más del 50% se encuentran asentadas en el área rural (Guerrero, 2016). Este lugar se caracteriza por los hábiles artesanos que, con sus innovadoras y encantadoras creaciones, han hecho de Otavalo un sitio de visita obligatorio para nacionales y extranjeros; convirtiendo a esta actividad en la principal fuente de sus ingresos.

En el Plan de Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo, se identifica que después de la producción artesanal, el turismo es la segunda actividad de mayor importancia para la economía cantonal (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015). Como parte de la actualización de este plan, se plantea la iniciativa de elaborar un Plan de Turismo cantonal donde la visión es que Otavalo para el año en curso sea un “destino turístico con autenticidad cultural, ordenado, organizado, con calidad en sus servicios turísticos y rentable para la sociedad en su conjunto, que aprovecha las potencialidades de manera sostenible en beneficio de sus habitantes” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015, p.72).

Es lamentable revisar que además de la excelente gestión de transparencia y el total acceso a la documentación generada por parte del ente a cargo, no ha sido posible encontrar tan importantes ordenanzas que fueron pensadas en un inicio para contribuir a los ideales propuestos como institución en función del desarrollo local.

Por otra parte, al llevar la capacidad de carga turística en un lugar al límite (o estar en proceso de hacerlo), hace aparición el término sobre-turismo, que toma ubicación en los destinos donde los actores sociales sienten que hay demasiados visitantes y las condiciones de visita no son las mejores, consiguiendo la total oposición del turismo responsable que busca lograr un destino (Goodwin, 2017). Todos los sitios tienen problemas; sin embargo, el dilema respecto el patrimonio en palabras traducidas de Fyall & Garrod (2003) es que los atractivos turísticos “cumplen con expectativas y el reto es controlar su impacto sin alterar la autenticidad y experiencias que busca el visitante” (Goodwin, 2017, p. 3).

El presente proyecto pretende analizar la percepción de los involucrados con mayor importancia respecto la Plaza de Ponchos, para determinar la influencia del aglomeramiento descontrolado de personas en un atractivo turístico puede influir comparándolo con un día habitual. De esta manera se podrá apreciar posibles síntomas de sobre-turismo, que adaptados a la realidad local también deben contar con alternativas de solución para prevenir sus consecuencias en un futuro cercano.

CAPÍTULO I: MARCO REFERENCIAL

1.1. Revisión de la literatura (Bases teóricas)

A continuación, algunos de los temas involucrados en la presente investigación, importantes para dar cimiento a la información de la cual se hará seguimiento para los fines propuestos.

1.1.1. Turismo

Una de las perspectivas más clásicas del turismo, viene dada por el ente regente de la actividad turística, la Organización Mundial del Turismo; donde el turismo “comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos” (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2015, p. 5).

A esta definición, se añade que las actividades de este tipo tienen que ser realizadas fuera del medio habitual del visitante y considerando un lapso que no sobrepase los 365 días, incluyendo alguna motivación de por medio.

1.1.2. Calidad turística

De forma muy general la calidad está orientada a cumplir una serie de parámetros y requerimientos que permiten lograr un efecto positivo con nuestro producto terminado, en el consumidor. Aplicado al turismo, el enfoque se dirige a la eficiencia con la actuación in situ y el desarrollo de las actividades planificadas (Fayos-Solá, 1994).

Las nuevas exigencias hacen que los productos se vuelvan cada vez más flexibles y adaptables a los requerimientos solicitados. Tiempo atrás, el cliente únicamente tenía la opción de consumir productos previamente estandarizados; mientras que hoy se pretende permitir al sector ofrecer algo adaptado a la creciente demanda, contemplando sus diversas necesidades (Fayos-Solá, 1994).

Siguiendo las tendencias en las que hoy se enmarca el turismo, este sigue siendo un aspecto de suma importancia por el simple hecho de la generación de experiencias para satisfacer ya no solamente una necesidad, sino las expectativas de los visitantes.

1.1.3. Desarrollo turístico local y participación de los actores sociales

Tomando el enfoque del turismo como hecho social, humano, económico y cultural; este “comienza a ser visto como una de las actividades que pueden ejercer una influencia significativa en el entorno del hombre, en general, y de los monumentos y sitios, en particular” (Toselli, 2003, p. 5).

Una de las mayores amenazas para la identidad cultural es producida cuando progresivamente hay más personas que quieren viajar al mismo sitio. A diferencia de las demás actividades económicas, en el turismo el consumidor es quien llega al lugar donde tiene el producto que busca; vulnerando contra la fragilidad del lugar visitado. Y un turismo de masas puede alterar totalmente a una comunidad, debido a que sus rasgos más representativos son teatralizados en escena y obligando a los nativos a buscar refugio en otro sitio para las temporadas de mayor afluencia de visitantes (Toselli, 2003).

De esta manera se pone de manifiesto que el turismo es una herramienta de desarrollo para todos los actores que lo conforman, pero muchas de las veces las comunidades no lo perciben como un aporte positivo, debido a que indistintamente a la intención de proteger sus saberes, estos no son mostrados a los visitantes de la manera que ellos esperarían. A eso se le suma la inequidad en la distribución de los ingresos generados y el desigual protagonismo que cada actor social posee, algo que frustra a quienes se mantienen en la lucha por mantener a esta actividad como una fuente de ingresos importante para ellos mientras el espacio del atractivo turístico es aquel que queda en un punto intermedio sin atención, recibiendo las desventajas de una débil gestión (McCool & Moisey, 2008).

1.1.4. Sostenibilidad y sobre-turismo (*overtourism*)

El origen de este concepto se asocia a la promesa de turismo respecto una significativa mejora en la calidad de vida de los pueblos, en conjunto con la protección de los recursos de un sitio determinado; algo que sin hechos permanece en la utopía (McCool & Moisey, 2008). Encarando la realidad y frente a una creciente inquietud frente al estado del vínculo

ente el desarrollo económico - social y los efectos causados sobre la naturaleza; se decide implementar esta premisa como un componente necesario para que las aristas de desarrollo mencionadas puedan ir avanzando a la par, de forma igualitaria (Gómez, 2010).

Una de las menciones más conocidas se obtienen con la Organización de las Naciones Unidas quien crea la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1983), publicando después de cinco años el documento conocido como Nuestro futuro común (o Reporte Brundland), en el cual se establece al desarrollo sostenible como aquel “(...) que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad para que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades” (Acerenza, 2006, p. 47). El turismo sostenible, traducido del idioma inglés se puede interpretar como: “El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” (World Tourism Organization and United Nations Development Programme, 2017).

Contrastando las ideas, si el desarrollo sostenible se ha establecido como un proceso que busca asegurar la perpetuación y conservación de los recursos naturales y culturales, contemplando una gestión total de los mismos; ¿En qué momento la actividad turística se volvió desordenada y perdió su enfoque sostenible?

Así se ha dado origen al sobre-turismo, que en palabras traducidas de Dickinson (2017) se manifiesta como “el fenómeno en el que un destino popular o un lugar de interés turístico sea invadido por turistas de manera insostenible” (Rummel, 2018).

Sin duda, se aprecia que con este fenómeno se puede poner en duda la viabilidad del desarrollo sostenible, la mejora de la calidad de vida de los habitantes y la generación de las experiencias propuestas en cada visitante, cambiando vidas cotidianas y teniendo el bienestar de los involucrados en un limbo (Milano, Cheer, & Novelli, 2019). En el ámbito turístico, no necesariamente se debe agotar los recursos del lugar; con una mirada más profunda refiere a una “ruptura de las condiciones necesarias” para que la actividad sea benéfica entre todos sus actores (Milano, 2018, p. 3).

Esta saturación no necesariamente debe ser consecuencia de las masivas llegadas, tampoco se podría medir por el registro de grandes eventos que son el acopio de miles de personas debido a que todo es cuestión de percepción, acoplada al sitio donde se perciben estos posibles síntomas y en función a la percepción individual (luego colectiva) de los actores involucrados, “se puede sobrecargar un entorno natural o espacio público incluso

perjudicar derechos sin registrar flujos exorbitantes de visitas con tan sólo poner en marcha la maquinaria turística y los procesos de acumulación” (Milano, 2018, p. 3).

1.2. Marco Legal

En este apartado se pretende seleccionar aquellos artículos puntuales de la legislación ecuatoriana, donde se respalda el propósito de investigación planteado inicialmente.

1.2.1. Constitución de la República del Ecuador

Para dar inicio a la revisión del marco legal, es vital mencionar que en el marco de la XI Reunión Anual de las Naciones Unidas, Organizaciones Sociales y Sociedad Civil realizado en el año 2014 en Washington D.C, Estados Unidos; el Ecuador obtuvo una importante distinción siendo reconocido como país modelo de desarrollo sostenible para erradicar la pobreza y reducir la desigualdad (Ministerio del Ambiente Ecuador, 2014).

Destacando los esfuerzos realizados por el cambio de la matriz productiva y el latente compromiso que se ha previsto para conseguir un desarrollo equilibrado que mantiene un permanente compromiso social y ambiental, siendo respaldado por la Constitución y el Plan Nacional de Desarrollo (antes Plan Nacional del Buen Vivir) que proponen objetivos y metas claras en contribución a los Objetivos mundiales de Desarrollo sostenible (La voz del Sandinismo, 2014).

Con este preámbulo, el objeto de la presente investigación se enmarca en la **Constitución de la República del Ecuador**, donde la Asamblea Constituyente (2008) menciona en el Artículo 14¹ que mediante la conservación sostenible de los recursos se podrá garantizar a la población un ambiente saludable y ecológicamente equilibrado, contribuyendo con el Artículo 31² que reafirma el derecho de las personas “al disfrute pleno de la ciudad y de sus espacios públicos, bajo los principios de sustentabilidad” (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008, pps. 33,34).

Para la consecución de este propósito, los entes autónomos descentralizados toman vital protagonismo como muestra el Artículo 268³ donde se explicita que “gozarán de autonomía política, administrativa y financiera, y se regirán por los principios de

¹ Título II: Derechos, Capítulo Segundo: Derechos del Buen Vivir, Sección Segunda: Ambiente Sano.

² Título II: Derechos, Capítulo Segundo: Derechos del Buen Vivir, Sección Sexta: Hábitat y vivienda

³ Título V: Organización Territorial del Estado, Capítulo Primero: Principios generales

solidaridad, subsidiariedad, equidad interterritorial, integración y participación ciudadana” para el cumplimiento de los objetivos (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2008, p.163).

1.2.2. Código Orgánico de Organización Territorial Autonomía y Descentralización

Conviene mencionar al **Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD)**, en vigencia desde el año 2010 con el propósito de “promover el desarrollo equitativo, solidario y sustentable del territorio” (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2010, p.4).

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal tiene entre sus funciones como menciona el Artículo 54⁴ el “promover el desarrollo sustentable de su circunscripción cantonal (...) a través de la implementación de políticas públicas (...) en el marco de sus competencias”, regulando controlando y promoviendo el desarrollo de la actividad turística del cantón además de la activación económica y comercial de las asociaciones y empresas comunitarias que existiesen (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2010, p.18).

1.2.3. Código Orgánico del Ambiente

Como complemento de la arista turística, para la conservación del patrimonio natural y en visión de un ambiente sano, está el **Código Orgánico del Ambiente** expedido en el 2018; donde el Artículo tres que refiere a los fines propone “establecer, implementar e incentivar los mecanismos e instrumentos para la conservación y uso sostenible” de los recursos, a través del “Sistema Nacional Descentralizado de Gestión Ambiental” aplicando los lineamientos que correspondan de la manera más acertada (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2018, p.11).

⁴ Título III: Gobiernos Autónomos Descentralizados, Capítulo III: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal

1.2.4. Ley Orgánica de Cultura

Siendo el Ecuador suscriptor de varios convenios internacionales que lo comprometen al cuidado, protección, promoción y conservación del patrimonio en todas sus expresiones, es importante incluir la **Ley Orgánica de Cultura**⁵ aprobada por la Asamblea Nacional en el año 2016, en el Artículo tres sus fines expresan la importancia de “fomentar e impulsar la libre creación, la producción, valoración y circulación de productos, servicios culturales y de los conocimientos y saberes ancestrales que forman parte de las identidades diversas” promoviendo “el acceso al espacio público” para que el resultado de las diversas expresiones pueda ser difundido y comercializado, según cada jurisdicción competente (Ministerio de Cultura y Patrimonio, 2016, p.4).

1.2.5. Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria

Será importante involucrar a la **Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria**, vigente desde el año 2011 donde en el Artículo tres, muestra uno de los objetos de la ley, aseverando que se busca “potenciar las prácticas de la economía popular y solidaria que se desarrollan en las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades, y en sus unidades económicas productivas para alcanzar el *Sumak Kawsay* (Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador, 2011, p.4).

1.2.6. Ley de Turismo y Reglamento a la Ley de Turismo

Otro complemento viene dado con la **Ley de Turismo** vigente desde el año 2002, donde en el Artículo tres propone entre los principios de la actividad turística a “la participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización” y de esta manera contribuir a “la conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país” (Congreso Nacional del Ecuador, 2002, p.1).

Para el propicio seguimiento de la ley anteriormente mencionada, se recurre al **Reglamento a la Ley de Turismo**, expedido en el 2004 y cuyo Artículo 24 corrobora la “transferencia de funciones, atribuciones y recursos relacionados con la planificación,

⁵ Que responde en parte a la Convención para la salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, de la UNESCO (2003)

coordinación, ejecutar y evaluar en el respectivo cantón las actividades relacionadas con el turismo” (Congreso Nacional del Ecuador, 2004, pps. 7,8).

1.2.7. Ordenanzas

Siendo las ordenanzas aquellas que el Gobierno Autónomo Descentralizado expide para normar y controlar el accionar en su jurisdicción, se han encontrado disponibles en la página web de la municipalidad. Con la infortunada novedad de que no hay normativa ligada directamente a la actividad turística, como se tenía previsto en el Plan de Ordenamiento Territorial como parte del componente económico, obedeciendo a la política que propone “potencializar procesos comerciales diversificados y sostenibles en el marco de la transformación productiva” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015, p.319).

Por otra parte, ha sido posible identificar dos ordenanzas vinculadas directamente con la problemática diagnosticada en el atractivo objeto de estudio.

La primera se titula **Reforma a la Ordenanza para la gestión integral de los residuos sólidos en el Cantón Otavalo**, expedida en el año 2012; donde se prevé una regulación en el territorio por este problema urbano a través del cobro de un valor monetario en función de la cantidad producida, debido a los costos que representa en su totalidad la gestión integral de los residuos (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2012). El Mercado de Ponchos adolece de este síntoma, por tener que enfrentar considerables cantidades de basura en su área después de un día de feria ante la atónita mirada de los visitantes y moradores (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

La segunda ordenanza pretende tratar otra problemática persistente como la contaminación auditiva, se titula **Ordenanza sustitutiva para la prevención, regulación y control de la contaminación producida por el ruido en el Cantón Otavalo**, expedida de igual manera en el 2012 y con la que se propuso además de definir las fuentes emisoras de ruido, cuáles serían las regulaciones a las que deben apegarse y las respectivas sanciones que aplican en caso de no hacerlo (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2012). Lamentablemente, el Mercado de ponchos vuelve a exponer otra de sus problemáticas de la que la contaminación auditiva es protagonista. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

1.3. Marco Institucional

Consecuentemente, en adición al compendio legal que justifica la actividad turística en conjunto con la descentralización territorial en beneficio del fortalecimiento y puesta en valor del patrimonio de una manera responsable, es imprescindible encajar estos lineamientos con las propuestas institucionales que persiguen estos logros afines.

1.3.1. Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030

Con el apoyo de las Naciones Unidas, se realizó un llamado universal a los Estados para accionar frente una mejora mundial que permita una reducción significativa de la pobreza y protección del planeta, lo que cambiaría la perspectiva de las personas con el fin de aspirar a una mejor calidad de vida; para eso se plantearon 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) como parte de la Agenda 2030 para el Desarrollo sostenible (Naciones Unidas, 2015).

Es primordial el papel del **Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles**. El propósito es mejorar aspectos como planificación y gestión urbanas, para que las localidades puedan ser más inclusivas, seguras, resilientes y sostenibles. Actualmente, uno de los problemas al que se enfrentan las ciudades en la actualidad es respecto los desechos sólidos, ya que demandan un alto esfuerzo económico para los municipios para las actividades de recolección y gestión responsable; además que existe un alto porcentaje de afecciones de salud por la contaminación (Naciones Unidas, 2015).

1.3.2. Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021, Toda una Vida

El Estado a través de la Secretaría Nacional de Planificación (SENPLADES) ha propuesto en el 2017 la versión actualizada del antiguo Plan Nacional del Buen Vivir, ahora conocido como **Plan Nacional de Desarrollo** que buscar plasmar en tres ejes de desarrollo que contienen grandes objetivos (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

Tras establecer una priorización de aplicación, será propicio iniciar por el **Eje 3: Más sociedad, mejor Estado**. Que busca una participación activa y cercana de la ciudadanía y el Estado, donde el **Objetivo 9: Garantizar la soberanía y la paz, y**

posicionar estratégicamente al país en la región y el mundo es el que mayor protagonismo cobra en cuanto a su estrecha relación con el sector turístico se le ha otorgado. Además de la protección patrimonial, es de vital importancia mantener lineamientos para una sociedad participativa siguiendo los parámetros que la sostenibilidad sugiere para garantizar el disfrute de estas riquezas a las futuras generaciones (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017).

1.3.3. Plan Nacional de Turismo - PLANDETUR 2030

Por otra parte, se encuentran las acciones del Ministerio de Turismo, cuyo renovado **Plan Nacional de Turismo - PLANDETUR 2030**, asevera que el sector turístico del país dirige su enfoque de posicionamiento en estándares de desarrollo “sostenible, duradero, respetuoso con el medio ambiente, cuidadoso de los recursos naturales sensibles en el territorio nacional y de su destacado patrimonio cultural” para establecerse como un considerable motor de riqueza económica, generando empleos siempre orientado al equilibrio y justicia con los involucrados (Ministerio de Turismo, 2019, p.60).

1.3.4. Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Otavalo (Actualización)

Este es un documento a cargo del ente descentralizado municipal cantonal, actualizado al 2015. En donde se ha buscado las principales referencias sobre los esfuerzos e intereses del sitio respecto el turismo como actividad y al mismo tiempo el enfoque sostenible de las actividades que se desarrollan (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

La visión institucional propone un enfoque de liderazgo hacia procesos sustentables de desarrollo que permitan fortalecer el desarrollo con respeto al ambiente, interculturalidad e inclusión social, de la mano del turismo para generar “productos y servicios públicos de calidad, con talento humano idóneo y capacitado” (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015, p.152).

Y en este apartado hay objetivos muy claros, donde es necesario resaltar los propósitos de orientar el destino con un marcado desarrollo sostenible que vaya de la mano con la actividad artesanal y turística como parte de los pilares económicos.

1.3.5. Plan de Turismo del Cantón Otavalo 2015-2020

En el mismo año, el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo realiza una consultoría denominada **Manejo sustentable del Desarrollo Turístico y Creación de la Marca turística del Cantón Otavalo**, cuyo cumplimiento permitiría que sean más acertadas las acciones que se puedan tomar (Diario La Hora, 2015); constituyéndose como el documento que plasma el modelo de gestión turística por el cual se regirán durante el lapso previsto.

Algo relevante es la visión planteada, donde para este año se visibilizaba a Otavalo como “un destino turístico con autenticidad cultural, ordenado, organizado, con calidad en sus servicios turísticos y rentable para la sociedad en su conjunto, que aprovecha las potencialidades de manera sostenible en beneficio de sus habitantes”. Como respuesta frente a las numerosas dificultades que se mencionan en cada uno de los sitios turísticos; sin embargo, la realidad actual permite apreciar que aún se requieren esfuerzos más significativos que puedan lograr conseguir este propósito (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015, p.72). Contiene valiosa información y estrategias de gran utilidad, desafortunadamente aún no ha encontrado ser viabilizada y mucho menos concretada hoy en día, aportando como sustento al presente tema de investigación.

1.4. Marco Conceptual

A continuación, brevemente algunos términos vinculados con el tema de investigación y sus respectivas definiciones:

- **Actividades turísticas:** “Actividades que llevan a cabo los turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio habitual, estas se realizan con fines de ocio, diversión, descanso y otros motivos” (Entorno turístico, 2020).
- **Actor social:** “Personas o grupos de personas directa o indirectamente afectadas por un proyecto, que pueden tener intereses en un proyecto o disponer de la capacidad para influir en sus resultados de una manera positiva o negativa, o ambas cosas” (Silva, 2010).

- **Calidad turística:** “Resultado de un proceso que implica la satisfacción de las necesidades, exigencias y expectativas legítimas de los consumidores respecto a los productos y servicios, a un precio aceptable” (Marrero, 2016, p.35).
- **Overtourism:** “(Sobre-turismo en español) Impacto del turismo en un destino o partes de él donde se ve afectada la calidad de vida percibida por los ciudadanos y por los turistas” (Entorno turístico, 2020).
- **Patrimonio turístico:** “Conjunto de bienes materiales e inmateriales (sitios, bienes, conocimientos y manifestaciones) a disposición del hombre, que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación, para satisfacer sus necesidades turísticas” (Marrero, 2016, p.107).
- **Percepción:** “Sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos” (Real Academia de la lengua Española, 2020).
- **Satisfacción turística:** “Indicador estadístico que mide el grado de satisfacción de los turistas con respecto al destino que visitan y que se conforma a partir de las experiencias vividas y el recuerdo que les generan” (Marrero, 2016, p.124).
- **Visitante:** “Un visitante es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitado” (Organización Mundial de Turismo, 2020).

CAPÍTULO II: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Enfoque de investigación

Para el desarrollo del presente tema se usó un enfoque mixto; mismo que es la combinación del enfoque cuantitativo y cualitativo. Este es muy importante debido a que provee una perspectiva de análisis mucho más ampliada y profunda, obteniendo como resultados variedad de datos que facilitan un proceso de indagación creativo con mejor aprovechamiento de la información recolectada (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014).

2.2. Tipo de investigación

El diseño de investigación fue no experimental, debido a que no manipuló las variables involucradas en búsqueda de resultados y a su vez transversal porque la información fue recopilada una sola vez en fechas específicas.

Se considera como un estudio descriptivo debido a la función del investigador para “medir la presencia, características o distribución de un fenómeno en una población en un momento de corte en el tiempo”, de esta manera se buscó apreciar el comportamiento de un factor determinado en el lapso establecido (Veiga De Cabo & De La Fuente, 2008, p.83).

2.3. Métodos de investigación

Entre los métodos de investigación figura el método deductivo por el cual se tomaron conclusiones generales para lograr esclarecimientos particulares, aterrizándolo en la situación del atractivo turístico de estudio (Bernal, 2010). De igual manera, el método inductivo cuyo aporte fue la obtención de conclusiones sobre hechos particulares para que su posible aplicación pueda ser de carácter general, respecto las alternativas que se puedan plantear como solución (Bernal, 2010).

2.4. Una breve radiografía de la Plaza de ponchos

2.4.1. El origen del Mercado Centenario

Para dar inicio al estudio, se puso en contexto las eventualidades por las que este atractivo y emblemático sitio ha venido atravesando durante varios años.

Un importante apoyo fueron las **fuentes secundarias**, considerándolas proveedoras de información básica y recopilada muchas veces ya previamente, como la documentación de aporte bibliográfico revisado con el apoyo de motores de búsqueda académicos (Malhotra, 2008). Entre ellas, el Plan de Ordenamiento Territorial del cantón y el Plan de turismo propuesto en su momento, artículos académicos que han identificado de cierta manera algunas de las problemáticas por la que el atractivo turístico atraviesa, complementada por la perspectiva e iniciativa que enmarcó la ejecución de esta obra.

2.4.2. Ocupación del suelo

Tras manifestar el origen y aspectos de trascendencia que influyeron en el pasar del tiempo para el atractivo en mención, se profundizó sobre el diseño arquitectónico y la forma en la que esta intervención constituyó un nuevo punto urbano de crecimiento.

Se recurrió una vez más a **fuentes secundarias** de información para dar a conocer como el atractivo fue captando mayor interés comercial local, llevándolo a ampliarse paulatinamente y cada vez más; al constituirse como una potencial alternativa de dinamización económica para los artesanos y pobladores del lugar. Así se concluyó con la mención y análisis de la propuesta para el nuevo Mercado Centenario, que pretendía aliviar los síntomas que adolece el sitio.

2.5. Los principales actores sociales en la Plaza de ponchos

Para abordar el análisis de las perspectivas, fue preciso iniciar por una breve identificación de problemáticas que en gran parte se pudieron realizar a través de la **Observación**, técnica que busca registrar los patrones de conducta de la gente, objetos y eventos en el sitio (Malhotra, 2008); determinado por visitas de campo realizadas en

Agosto y Noviembre de 2019 (antes de la pandemia) y en Septiembre de 2020 (con la nueva normalidad).

Estas problemáticas, se colocaron en un instrumento digital que permitió consultarlo con especialistas del sector turístico; donde se contó con el apoyo de representantes del Ministerio de Turismo, la unidad de Turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, Gerentes y agentes de operaciones – ventas de las más reconocidas Operadoras en destino así como de agencias en Europa, docentes investigadores con amplia experiencia en planificación territorial y gestión de la actividad turística comunitaria, y representantes de la Empresa Pública Metropolitana de gestión de destino turístico - Quito Turismo; este último considerando la cercanía entre destinos y la conexión de su proximidad.

Figura N° 1. Formato de la herramienta para identificación de problemáticas

UNIVERSIDAD CTE

MAESTRIA EN TURISMO

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS EN LA PLAZA DE PONCHOS DE OTAVALO

Estimado Especialista en Turismo,

El instrumento a continuación tiene por objetivo identificar los principales problemas que se presentan en la Plaza de Ponchos de Otavalo, considerando los días sábados en que tiene lugar la feria artesanal de mayor importancia.

Debe seleccionar la prioridad de solución en cada problemática siendo 1 la más baja y 5 la más alta, si final hay dos preguntas abiertas que le permitirán indicar problemas adicionales que usted considere en base a su experiencia, además de posibles soluciones que podrían aplicarse.

Género: Masculino _____ Femenino _____

Edad: Entre 22 y 32 años _____ Entre 33 y 43 años _____
Entre 44 y 54 años _____ Más de 55 años _____

N	Problemáticas	Prioridades de solución Marque con una X				
		1	2	3	4	5
1	Carencia de identidad local					
2	Carencia de calidad en los productos					
3	Grandes cantidades de basura					
4	Exceso del número de puestos de venta					
5	Absencia de calidad en los servicios					
6	Inseguridad y sobras permanentes					
7	Contaminación acústica					
8	Falta accesibilidad para personas con capacidades especiales					
9	Desorden y mal uso de la vía pública					
10	Faltas de servicios turísticos (pasadizos y servicios higiénicos)					

¿Considera problemáticas adicionales? Por favor menciónarlas a continuación:

Con los problemas mencionados ¿Qué alternativas de solución propondría? Por favor menciónarlas a continuación:

¿Cuántos años trabaja en turismo?

Menos de 1 año _____ Entre 1 y 3 años _____
Entre 3 y 7 años _____ Más de 7 años _____

Indique ¿a qué institución / empresa pertenece? y ¿cuál es su cargo?

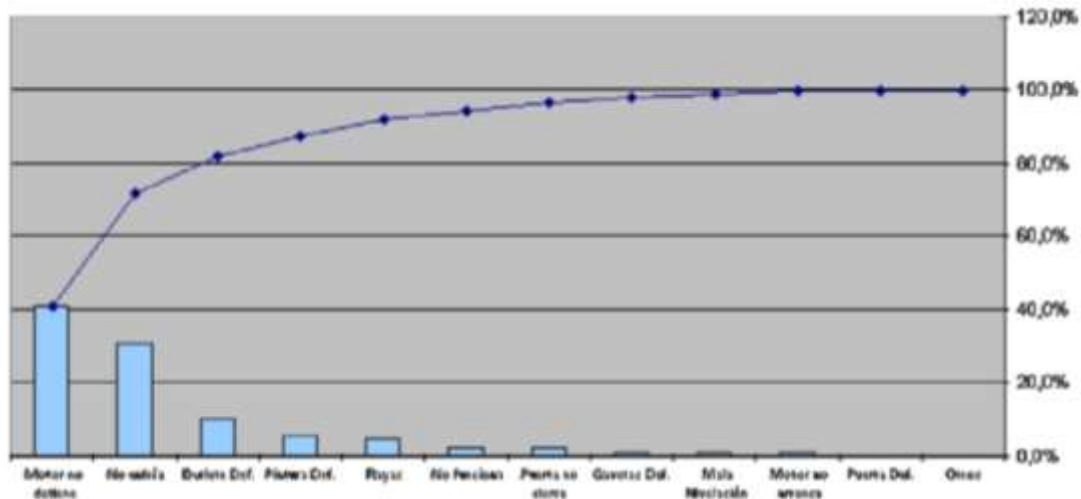
¡Gracias por su amable colaboración y tiempo!

Nota. Elaboración propia.

Con la tabulación de los datos obtenidos, se usó el Diagrama de Pareto cuya gráfica permitió asignar un orden de solución a las problemáticas encontradas. Muchas de las veces existen numerosos problemas que pueden ser resueltos enfocándose en unos

pocos que son el 20% del total. Esta herramienta de análisis es de utilidad para determinar la causa principal en el proceso de resolución de problemas (Duarte, 2013).

Figura N° 2. Ejemplo Diagrama de Pareto



Nota. Adaptado de *Planificación y control de proyectos*, de M. Duarte, 2013, EALDE Business School.

Con la obtención de las frecuencias, porcentajes y frecuencias acumuladas que corresponden a cada enunciado, se elaboró el gráfico para interpretación de resultados que dirigieron de una manera más acertada los resultados de la investigación a este cometido.

2.5.1. La perspectiva de los visitantes

El análisis partió de la recolección de información a través de **fuentes secundarias**, respecto la declaratoria mundial de una pandemia atribuida al COVID-19 como antecedente de la actual crisis y el fuerte impacto que ha recibido el turismo como consecuencia de aquello.

Sin embargo, la presencia de estas problemáticas se identificó con anterioridad y por tal motivo se corroboró este punto de vista con un análisis más cercano a la demanda, aplicando el caso particular de una agencia Tour operadora, que tuvo la predisposición de contribuir en el proceso de investigación. Su trayectoria se ha mantenido en constante diferenciación e innovación en la oferta que ponen a disposición de sus clientes, todos extranjeros.

Se hizo uso de **fuentes primarias**, por ser aquellas reunidas por el investigador para abordar el tema de estudio (Malhotra, 2008) y gracias al aporte de quienes encabezan el área comercial y ventas de la empresa en mención. Donde a través de una **Entrevista** realizada a la Ing. Valeria Bulla quien se desempeña como Office Manager de la empresa, el 14 de septiembre de 2020 mediante comunicación telefónica, se pudo puntualizar aspectos importantes de un segmento vital de clientes con origen holandés, alemán y australiano; donde se ha presenciado cambios significativos en flujos e itinerarios.

Para fortalecer estos datos, se contó con detalles más específicos sobre las experiencias propias de agentes de las organizaciones turísticas en el exterior como son Annette Warncke por parte del mercado alemán y quien ocupaba el mismo cargo para ese entonces, Karin De Bruin para el mercado holandés; quienes han tenido la oportunidad de visitar Otavalo en *fam trips* y fueron contactadas respectivamente mediante vía telefónica el 13 de septiembre y 20 de julio del año en curso.

La muestra seleccionada para este análisis fue la totalidad de los turistas que viajaron en el mencionado lapso y de los clientes que la empresa consideró por contar con flujos permanentes, alto volumen de ventas y considerables años de lealtad con la compañía, siendo los clientes que viajan como individuales (estándar y *high-end*) y aquellos que lo hacen en grupos con la agencia. Para el 2018 las cuentas de individuales ocupaban el 40% y los grupos el 60% del total de réditos, con la bienvenida de un potencial cliente adicional a fines de ese año, los porcentajes se distribuyeron al 20% para cada uno de los mencionados segmentos, sin dejar de lado que el volumen había incrementado considerablemente y se mantuvieron así hasta antes de la pandemia; estos pasajeros tienen un alto interés por las experiencias culturales auténticas, motivo por el cual con frecuencia consideraban visitar Otavalo (Bulla, 2020). Se analizó la percepción del total de la muestra de pasajeros que explicita la tabla a continuación.

Tabla N° 1. Selección de la muestra para percepción de visitantes

Tipo de cliente	Países de origen	2018	2019	2020
				Primer trimestre
Individuales	Holanda	1388	2031	198 pasajeros
High-End	Alemania	pasajeros	pasajeros	
Grupos	Australia			

Nota. Elaboración propia.

Para facilitar la interpretación de estos datos, se consideró el uso de Microsoft Excel parte del software de Microsoft Office que permitió comparar las diferentes variables en el lapso de estudio, manifestando tendencias de las preferencias de los visitantes como paso previo a las conclusiones parciales de este bloque de estudio.

2.5.2. La perspectiva de los residentes

La creciente dinámica que esta área implica, mostró varios valores dispersos respecto el número de habitantes del cantón. La base del análisis partió de la **Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo – Provincia de Imbabura**, que proporcionó importantes datos sobre la población y la jerarquización realizada tanto en el área urbana como rural.

La cabecera cantonal de Otavalo es el único espacio geográfico donde se han ubicado asentamientos urbanos, misma que alberga a dos parroquias en su área; donde habitan cerca de 43.397 personas (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

Acto siguiente se empleó el cálculo de la muestra para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, obteniendo como resultado 73 personas que conforman la muestra de este grupo.

$$n = \frac{N * Z^2(p)(q)}{e^2(N - 1) + Z^2(p)(q)}$$

$$n = \frac{43397 * 1,96^2(0,5)(0,95)}{0,05^2(43396) + 1,96^2(0,5)(0,95)} = \frac{7915,61}{108,67} = 72,84$$

$$n = 73$$

Donde:

N = Total de la población

Z = Nivel de confianza 95% equivalente a 1,96

p = Proporción a favor (0,5)

q = Proporción en contra (1 – p)

e = Margen de error (5%)

n = Tamaño de la muestra

Esta información se complementó visualmente con una apreciación en tiempo real del catastro de predios registrados hasta la fecha en un **Mapa interactivo** a cargo de la Dirección de avalúos y catastros municipales, además de una visita de campo realizada el 13 de septiembre de 2020. Se observó en el mapa la mancha residencial en la urbe, especialmente en el área de presión alrededor de la Plaza de ponchos y la posible ampliación que tenía previsto aplicarse; aspectos verificados de forma presencial con varios de los habitantes.

Para conocer la opinión de los residentes, se diseñó un modelo de **Encuesta**, técnica que tiene consigo un cuestionario estructurado para ser entregado (o enviado digitalmente) a los encuestados, proporciona información de utilidad. (Malhotra, 2008). La aplicación se hizo digitalmente a través de **Formularios de Google** y la ayuda de varios prestadores de servicios turísticos del lugar. Se incluyeron preguntas dicotómicas, preguntas de opción múltiple, preguntas abiertas y para evaluar su nivel de satisfacción con el entorno en el que habitan en diferentes ocasiones (día de feria y día habitual), se utilizó la escala diferencial semántica de Likert yendo desde el 1 (Insatisfecho) al 5 (Muy satisfecho).

Figura N° 3. Formato de encuesta a residentes

UNIVERSIDAD UTE
MAESTRÍA EN TURISMO

ENCUESTA A RESIDENTES CERCANOS AL ATRACTIVO TURÍSTICO PLAZA DE PONCHOS DE OTAVALO

Estimado residente,

Esta es una encuesta para conocer su nivel de satisfacción con el entorno en días habituales y días de feria en la Plaza de ponchos de Otavalo.

Debe calificar su nivel de satisfacción usando 1 el más bajo y 5 el más alto, al final se encuentra una pregunta abierta para que pueda incluir observaciones y sugerencias adicionales que usted desea, se requiere una solución. Le solicitamos amabilidad en las respuestas.

Género: Masculino _____ Femenino _____

Nacionalidad: _____

¿Cuántos años lleva viviendo en este lugar? (Seleccione 1)

Menos de 1 año _____ Entre 1 y 3 años _____ Entre 4 y 6 años _____ Entre 7 y 9 años _____

Más de 10 años _____

Tipo de vivienda en la que habita (Seleccione 1): Propia _____ Arrendada _____

Postada _____ Vacacional _____

Satisfacción del entorno en día de feria (Responda considerando 1= Insatisfecho, 2= Poco satisfecho, 3= Indiferente, 4= Algo satisfecho, 5= Muy satisfecho)

Indicador	Valoración
Satisfacción general del entorno en un día de feria	
Organización del espacio	
Limpieza del espacio	
Cantidad de personas en un mismo lugar	
Contaminación auditiva	
Seguridad en el espacio	
Accesibilidad para todas las personas	
Facilidades turísticas (Información, paraguiteros, servicios logísticos)	

Satisfacción del entorno en día habitual (Responda considerando 1= Insatisfecho, 2= Poco satisfecho, 3= Indiferente, 4= Algo satisfecho, 5= Muy satisfecho)

Indicador	Valoración
Satisfacción general del entorno en un día de habitual	
Organización del espacio	
Limpieza del espacio	
Cantidad de personas en un mismo lugar	
Contaminación auditiva	
Seguridad en el espacio	
Accesibilidad para todas las personas	
Facilidades turísticas (Información, paraguiteros, servicios logísticos)	

¿Qué otros motivos lo convence por la realización de la feria los días sábados en la Plaza de ponchos? Por favor mencionarlos a continuación:

¡Gracias por su amable colaboración y tiempo!

Nota. Elaboración propia.

La tabulación de la información obtenida se hizo con la ayuda del **programa de análisis estadístico PSPP** que dieron paso a las conclusiones parciales del bloque de estudio referente a la percepción de los residentes.

2.5.3. La perspectiva de los comerciantes

La situación fue bastante similar a la de los residentes del lugar, el número de comerciantes es incierto y varias fuentes mencionan aproximaciones que dan una ligera idea del número de artesanos que se reúnen en la Plaza de ponchos; número que en la mayoría de veces se ha duplicado en los días de feria que se venían realizando los sábados.

Para focalizar la información se recurrió a una **Entrevista**, técnica que posee un cuestionario previamente estructurado, la cantidad de preguntas varía, acorde a las necesidades y la disposición de tiempo (Malhotra, 2008).

En primera instancia, se pudo contactar con el Arq. Alex Cáceres y el Sr. Willian Lema quienes son parte del equipo técnico de la Asociación interprofesional de maestros y operarios de la Plaza de ponchos de Otavalo, el día Lunes 21 de septiembre de 2020 a través de la plataforma Zoom; para conocer el punto de vista que engloba a los productores artesanales y comerciantes del lugar con una perspectiva más cercana y profunda. Adicionalmente, se aplicó el cálculo de la muestra para poblaciones finitas considerando que el número máximo conocido de comerciantes en un día de feria es 5000 personas⁶, con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5% para obtener como resultado 72 personas como parte de la muestra.

$$n = \frac{N * Z^2(p)(q)}{e^2(N - 1) + Z^2(p)(q)}$$

$$n = \frac{5000 * 1,96^2(0,5)(0,95)}{0,05^2(4999) + 1,96^2(0,5)(0,95)} = \frac{912}{12,6824} = 71,91$$

$$n = 72$$

⁶ No existe un registro fidedigno como respaldo, la presentada cifra es corroborada con las entrevistas realizadas a la Unidad Municipal a cargo y la Asociación interprofesional de maestros y operarios de la Plaza de ponchos de Otavalo.

Donde:

N = Total de la población

Z = Nivel de confianza 95% equivalente a 1,96

p = Proporción a favor (0,5)

q = Proporción en contra ($1 - p$)

e = Margen de error (5%)

n = Tamaño de la muestra

Adicionalmente, se diseñó otro modelo de **Encuesta**, aplicada de forma digital y presencial con el apoyo de **Formularios de Google** y la colaboración del equipo técnico de la asociación de artesanos y comerciantes de la Plaza de ponchos, llevada a cabo el día Sábado 3 de octubre de 2020 por ser el día en el que se encuentra mayor dinámica comercial en el área.

Figura N° 4. Formato de encuesta a comerciantes

UNIVERSIDAD UTE
MAESTRÍA EN TURISMO

ENCUESTA A COMERCIANTES DEL ATRACTIVO TURÍSTICO PLAZA DE PONCHOS DE OTAVALE

Estimado comerciante,
Esta es una encuesta para conocer su nivel de satisfacción con el entorno en días habituales y días de feria en la Plaza de ponchos de Otavale.
Debe calificar su nivel de satisfacción desde 1 al más bajo y 5 al más alto, al final se muestran una pregunta abierta para que pueda incluir observaciones y sugerencias adicionales que usted considere, se requiere una calificación. Se solicita sinceridad en las respuestas.

Género: Masculino _____ Femenino _____
Nacionalidad: _____

¿Cuántos años lleva como comerciante en el mercado de ponchos? (Seleccione 1)
Menos de 1 año _____ Entre 1 y 3 años _____ Entre 4 y 6 años _____
Entre 7 y 9 años _____ Más de 10 años _____

¿Es productor artesanal o comercializa productos de otros? (Seleccione 1)
Productor artesanal _____ Intermediario _____

Seleccione si maneja de laborar en la Plaza de Ponchos
Fuente permanente autorizada dentro de la Plaza _____
Fuente temporal autorizada dentro de la Plaza _____
Fuente permanente en el exterior de la Plaza _____
Fuente temporal en el exterior de la Plaza _____
Fuente temporizada en los calles adyacentes a la Plaza _____
Local comercial cercano a la Plaza _____

¿Forma parte de algún gremio artesanal de Otavale?
Si _____ No _____ Dirección: calle _____

Satisfacción del comercio en día de feria (Responda considerando 1= Insatisfecho, 2= Poco satisfecho, 3= Satisfecho, 4= Algo satisfecho, 5= Muy satisfecho)

Indicador	Valoración
Satisfacción general del comercio en un día de feria	
Organización del espacio	
Longitud del espacio	
Cantidad de personas en un mismo lugar	
Ordenamiento mobiliario	
Seguridad en el espacio	
Accesibilidad para todos los personas	
Facilidades técnicas (iluminación, parquímetros, servicios higiénicos)	

Satisfacción del comercio en día habitual (Responda considerando 1= Insatisfecho, 2= Poco satisfecho, 3= Satisfecho, 4= Algo satisfecho, 5= Muy satisfecho)

Indicador	Valoración
Satisfacción general del comercio en un día habitual	
Organización del espacio	
Longitud del espacio	
Cantidad de personas en un mismo lugar	
Ordenamiento mobiliario	
Seguridad en el espacio	
Accesibilidad para todos los personas	
Facilidades técnicas (iluminación, parquímetros, servicios higiénicos)	

¿Que otras molestias ha sentido por la realización de la feria los días sábados en la Plaza de ponchos? Por favor mencionarlas a continuación:

¿Que observaciones considere para la realización de la feria los días sábados en la Plaza de ponchos? Por favor mencionarlas a continuación:

(Gracias por su amable colaboración y tiempo!)

Nota. Elaboración propia

Las preguntas variaban entre dicotómicas, preguntas de opción múltiple, preguntas abiertas y para evaluar su nivel de satisfacción con el entorno en el que habitan en diferentes ocasiones (día de feria y día habitual), se utilizó la escala diferencial semántica de Likert yendo desde el 1 (Insatisfecho) al 5 (Muy satisfecho).

La interpretación de la información obtenida tuvo apoyo en el **programa de análisis estadístico PSPP**, previo las conclusiones parciales del bloque de estudio enfocado a los comerciantes del lugar.

2.6. Propuesta de mejoras al modelo de gestión de la Plaza de ponchos

2.6.1. Análisis del panorama internacional y estrategias planteadas para destinos con sobre-turismo

Se inició con un preámbulo sobre el fenómeno en mención, que ha venido siendo parte de los estudios en lugares del mundo cuyos síntomas de un excesivo e insostenible turismo se había arraigado tanto a la idiosincrasia de los atractivos, que para muchos prestadores de servicios turísticos llegó a ser normal aquellas grandes cantidades de personas transitando por un mismo sitio y los habitantes no tenían más opción que resignarse o simplemente mudarse a las afueras para encontrar algo de paz.

Con el apoyo de **fuentes secundarias** se realizó una exhaustiva búsqueda para identificar las acciones que en el mundo han decidido poner en marcha para frenar estos inconvenientes, haciendo uso del tiempo de recesión de las actividades turísticas y aportar con la nueva modalidad que adoptará el turismo.

Esta información se plasmó en una matriz que permitió considerar los aspectos comunes tanto en problemáticas como estrategias de 22 países cuyos sitios han sido ubicados como ejemplo de la saturación a causa de la actividad turística.

Tabla N° 2. Formato de matriz para identificación de problemáticas y estrategias en destinos afectados por *overtourism*

País	País 1	País 2	País 3	País 4	País 5
Ciudad					
Reconocimientos					
Atractivos					
Problemas					
Estrategias					

Nota. Elaboración propia

Con la información recolectada, se elaboró otra matriz para discernir las estrategias puntuales que los destinos han previsto aplicar con la problemática puntual de sus atractivos turísticos afectados, esto como resultado de un análisis horizontal; por otra parte, de forma vertical se obtuvo los países que han considerado un mayor número de medidas para frenar estos inconvenientes en su jurisdicción.

Tabla N° 3. Formato de matriz para identificación estrategias en países afectados por *overtourism*

Estrategia / País	País 1	País 2	País 3	País 4	País 5	Total
Estrategia 1						
Estrategia 2						
Estrategia 3						
Estrategia 4						
Estrategia 5						
Total						

Nota. Elaboración propia

Estos resultados mostraron una perspectiva global de cómo se ha tratado de detener las consecuencias de un turismo masificado en los últimos años previo la pandemia, que actualmente ha motivado la implementación de varias medidas y protocolos de bioseguridad que garanticen confiabilidad a los colaboradores y visitantes.

2.6.2. Mercados y ferias artesanales en Sudamérica

En este apartado se buscó comparar otros mercados y ferias artesanales con valor turístico y cultural en Sudamérica, manifestando los aspectos más relevantes y la gestión del espacio público donde se ubican, muchas de ellas son bastante nuevas en comparación a Otavalo. Se ha considerado para el análisis mercados específicos en Perú, Bolivia, Argentina y Ecuador.

2.6.3. Diagnóstico de la Plaza de ponchos

Inicialmente se analizó la percepción de los actores involucrados respecto a variables específicas comparadas en dos momentos, como era un día de feria y un día habitual. No obstante, se realizó también una pregunta abierta que permitió recopilar opiniones adicionales y ubicar los numerosos puntos en común que surgieron con el apoyo de una matriz diseñada para agrupar estos aportes y determinar las acciones que permitirán apoyar en la gestión del atractivo.

Para este cometido se corroboró la información con **Entrevistas**. La primera fue con el apoyo del Sr. Marcelo Lema, director de desarrollo económico del Municipio de Otavalo, realizada el martes 1 de septiembre de 2020 mediante la plataforma Zoom. La segunda tuvo la participación de representantes del equipo técnico de la Asociación interprofesional de maestros y operarios de la Plaza de ponchos de Otavalo, como se mencionó con anterioridad.

Ordenando las opiniones obtenidas, se dispuso en una matriz los detalles, donde se incorporaron en la columna derecha las problemáticas identificadas durante el proceso de investigación, mientras que hacia la izquierda se incluyeron los diferentes actores que formaron parte de la recolección de información.

Tabla N° 4. Formato de matriz para agrupar problemas adicionales de las preguntas abiertas realizadas a especialistas

Problemáticas	Actor 1	Actor 2	Actor 3	Actor 4	Actor 5
Problemática sugerida 1					
Problemática sugerida 2					
Problemática sugerida 3					
Problemática sugerida 4					
Problemática sugerida 5					

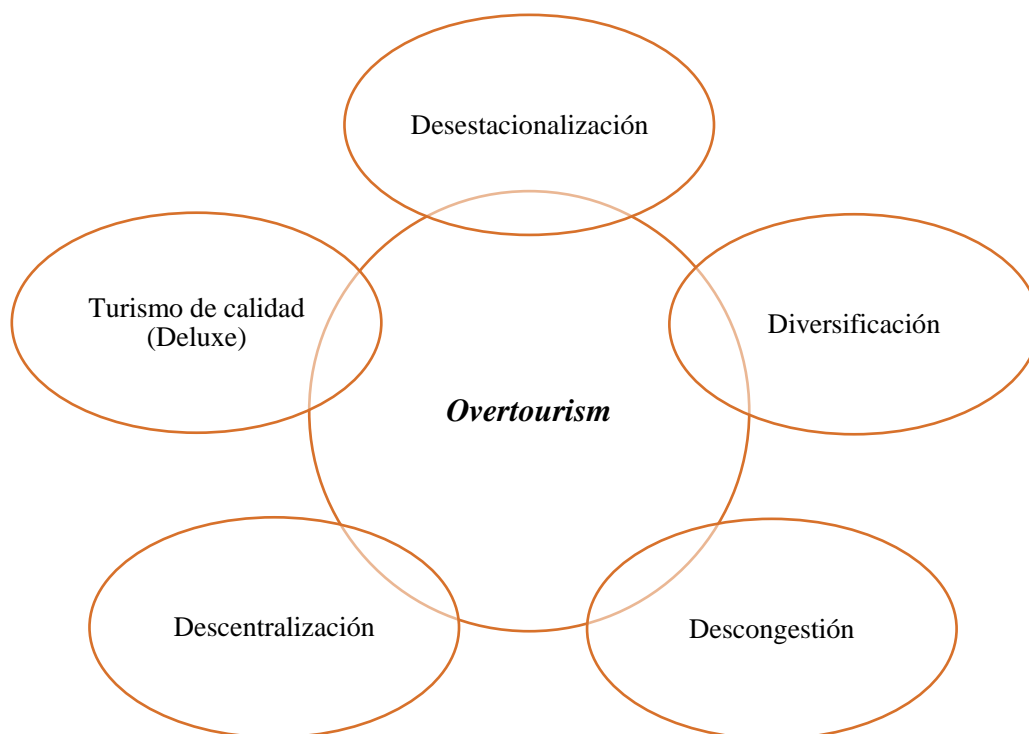
Nota. Elaboración propia

Con el análisis de la información recopilada en la tabla, fue posible encontrar las problemáticas en común halladas con la percepción de todos los actores para formar grupos de atención enfocados en los problemas encontrados, identificándolos de mejor manera para ser vinculados con los componentes del modelo 5D.

2.6.4. Diseño de la propuesta en base al modelo de las 5D

Habiendo detallado las principales problemáticas, se tomó como base el modelo de las 5D (Desestacionalización, Descongestión, Descentralización, Diversificación, *Deluxe Tourism*) propuesto por Claudio Milano (2018), incorporando además las estrategias más viables que varias instituciones y destinos han previsto con anterioridad de forma independiente para solucionar el malestar de sus atractivos turísticos.

Figura N° 5. Modelo de las 5D



Nota. Adaptado de “*Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido*” (p.559), por C. Milano, 2018, Pasos, 3 (17).

El modelo se complementó con lineamientos que han sido difundidos a través del reporte realizado por la Organización Mundial del Turismo cuya traducción titula **Sobre-turismo: Comprendiendo y gestionando el crecimiento del turismo urbano más allá de las percepciones**. El estudio se realizó en las principales ciudades europeas que han sido foco de este problema, pero con atención más cercana a los actores que forman parte de la dinamización del sitio, proponiendo al final una serie de estrategias que, aplicadas

de forma adecuada, permitirían solventar varios de los inconvenientes (United Nations World Tourism Organization, 2018).

Es así que se organizó brevemente una tabla para visualizar rápidamente la distribución de los grupos de problemáticas encontrados, en función de los componentes del modelo 5D, como se muestra a continuación.

Tabla N° 5. Formato de matriz de asignación de problemáticas a componentes del modelo 5D

Problemáticas	Modelo de las 5D				
	1	2	3	4	5
Grupo de problemáticas 1					
Grupo de problemáticas 2					
Grupo de problemáticas 3					
Grupo de problemáticas 4					
Grupo de problemáticas 5					
	Total				

Nota. Elaboración propia

Donde:

- 1:** Desestacionalización
- 2:** Diversificación
- 3:** Descongestión
- 4:** Descentralización
- 5:** Turismo de calidad (Deluxe tourism)

Con la apreciación general de la asignación de problemáticas en cada componente, el paso próximo fue definir estrategias que se enfoquen a contrarrestar los efectos negativos que estos problemas han causado al atractivo turístico y, al destino como tal. Estas estrategias han sido adaptadas a la realidad del sitio, considerando opciones que tomaron razón en base a la percepción de los actores sociales que participan en la dinámica de la Plaza de ponchos.

Tabla N° 6. Formato de matriz para detallar indicadores en función de las estrategias propuestas

Componentes del modelo 5D	Estrategias
Desestacionalización	

Nota. Elaboración propia

Con la matriz completa se obtuvo un compendio de estrategias a aplicarse en el destino por cada uno de los componentes, mostrando una perspectiva global que el estudio del atractivo proporcionó para encontrar en el siguiente paso una forma de materializarlos mediante indicadores.

2.6.5. Evaluación de la propuesta

Con las estrategias agrupadas para el atractivo turístico objeto de estudio, se planteó una etapa de evaluación con una propuesta de indicadores para evidenciar el correcto accionar de las estrategias resultantes, esto con la ayuda de una matriz.

Tabla N° 7. Formato de matriz para detallar indicadores en función de las estrategias propuestas

Componentes del modelo 5D	Estrategias	Indicadores
Desestacionalización		

Nota. Elaboración propia

La columna de indicadores principalmente buscó proporcionar una serie de indicadores que permitirán medir a las estrategias y su respectivo avance, reiterando que

las alternativas de solución están enmarcadas en la sostenibilidad con un enfoque participativo basado en la percepción de los actores sociales que forman parte del atractivo y cuyas opiniones, muchas veces han sido relegadas para dar paso a la ejecución de estrategias particulares que no han contado con diálogos previos y mucho menos la aceptación de esta dinámica social existente dentro de la Plaza de ponchos.

CAPÍTULO III: RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Una breve radiografía de la Plaza de ponchos

3.1.1. El origen del Mercado Centenario

La ciudad de Otavalo registra varios atractivos naturales y culturales; donde la Plaza de ponchos es el sitio estrella y cuenta con importante renombre en el país y Latinoamérica. Está emplazada entre las calles Quiroga, Salinas, Modesto Jaramillo y Sucre, cercana a la Plaza Central que es el principal punto para que el crecimiento de la ciudad haya podido surgir.

Sus orígenes se remontan a la ancestralidad de los indígenas *Kichwa* Otavalo quienes conservan al día de hoy sus tradiciones textiles y artesanales, en cuyos tejidos se plasman magníficas obras a través de las hábiles manos de los artesanos. Para el siglo XVI en esta área se encontraban los denominados *mindalaes* o indígenas mercaderes que iban localizando sitios estratégicos para el comercio e intercambio de productos. El territorio otavaleño en esta época no fue considerado como un potencial productor agrícola, motivo por el cual el enfoque textil tomó mayor relevancia tras la conquista española y fue así que alrededor del año 1580 se establecieron varios obrajes con el propósito de fabricación textil en mayores cantidades (Villalba, 2018).

Más adelante, a pesar de los ínfimos beneficios y lamentable calidad de vida por los que los trabajadores atravesaban; se sumaron leyes por pago de tributos e impuestos que empezaron a influir en movimientos migratorios tanto internos como externos con el objeto de ahorrar y mantener la producción textil en núcleos familiares. Mientras tanto, con la exportación y comercialización de los tejidos, se consiguió posicionar la calidad artesanal de estos productos, cuya demanda iba en crecimiento potencial (Villalba, 2018).

En 1829, Simón Bolívar elevaría Otavalo de villa a ciudad y para la conmemoración de tan notable acontecimiento se decidió construir una plaza en el norte de la misma, siendo este un sitio ornamentalmente propicio (Villalba, 2018). Este centro de comercio se venía realizando en menor escala los domingos para trueque e intercambio de productos básicos entre los habitantes de la localidad con las demás regiones. Sería en 1870 que el entonces presidente Gabriel García Moreno enunciaría con un decreto que ese día se podía expender únicamente alimentos y medicinas, dando inicio de esta manera

a la división de los mercados considerando: alimentos, animales y artesanías (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

Este sitio fue empleado para eventos deportivos e incluso un parque infantil fue construido al centro; sin embargo, se dio paso a la demolición del mismo en 1971 y así iniciar la construcción de aquella plaza que se dedicaría al comercio de textiles, tejidos, cerámicas, artesanías y similares; usando el nombre del tejido indígena más característico, el poncho. Por lo que más tarde sería conocida como Plaza de Ponchos (Villalba, 2018).

La idea del diseño surge con la arquitecta holandesa Tonny Zwollo, quien encontró peculiar interés por la cultura y la conexión de los mercados indígenas en varios sitios de Sudamérica para desarrollar su proyecto final de titulación. Siendo Otavalo parte de la influencia del imperio Inca, decidió visitar Cuzco y sus alrededores para conocer sobre la interacción armónica cultural-natural que ocurría en Macchu Picchu, además de la dinámica comercial que tenía lugar en Pisac los domingos (Female Architecture, 2005). Desde esta perspectiva, el primer aspecto de vital importancia fue el emplazamiento de un mercado local contiguo a un atractivo turístico y el diseño de este en armonía con el sitio que lo rodea.

Figura N° 6. Mercado indígena en Pisac entre 1968-1970



Nota. Adaptado de *Blue is my colour* (Video), por T. Zwollo, 2015, Youtube (<https://www.youtube.com/channel/FemaleArchitecture>)

Una vez en Otavalo, Tonny fue testigo de la dinámica de intercambio de productos e interacción comunitaria en un terreno de arena que se encontraba a las afueras del pueblo en ese entonces, por lo que sintió que sus esfuerzos debían dirigirse a cambiar aquel

recuadro sin instalaciones ni facilidades en beneficio de los habitantes, con miras a convertirlo en un mercado al aire libre cuyo particular diseño facilitaría a los artesanos la comercialización de sus productos para que visitantes los adquirieran directamente; algo importante para quienes visitan este tipo de sitios turísticos (Female Architecture, 2005).

Entre 1973 y 1975 se dio paso a la construcción del diseño actual de la estructura, con el apoyo del gobierno holandés y la supervisión del Instituto Otavaleño de Antropología (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

Figura N° 7. Dinámica social en Otavalo y construcción del Mercado Centenario



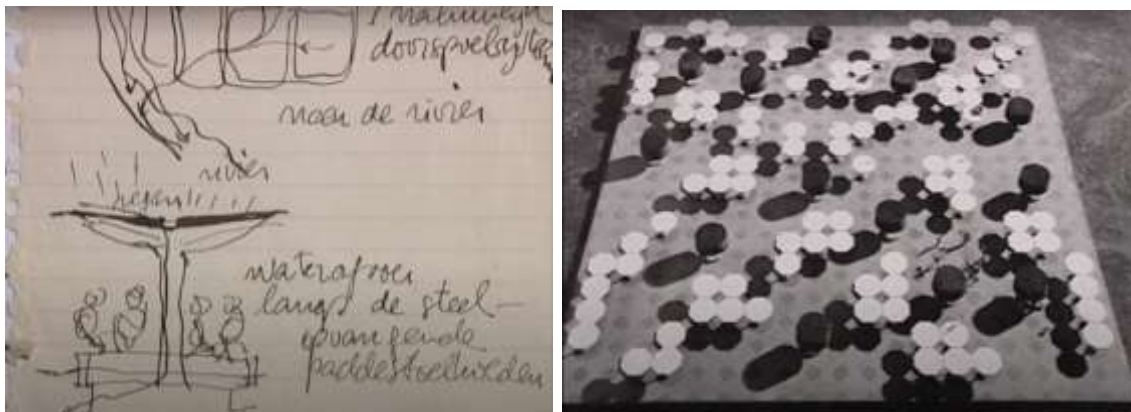
Nota. Adaptado de *Blue is my colour* (Video), por T. Zwollo, 2015, Youtube (<https://www.youtube.com/channel/FemaleArchitecture>)

Este proceso de diversas y coloridas creaciones, ha logrado reconocimiento por su extensión y magnitud los días sábados, transformándose en un gran centro de acopio artesanal y de vital notoriedad en el continente (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

3.1.2. Ocupación del suelo

El diseño concebido fue para la construcción de un mercado al aire libre, cubierto parcialmente con 90 parasoles de concreto reforzado y 14 cipreses como parte de la decoración donde el área del terreno tenía aproximadamente 80 metros por 80 metros y observado desde la parte superior tiene el diseño de una mariposa. Adicionalmente, se consideró que los parasoles tengan una estructura para colgar tejidos y mantas, mientras que en los asientos se podría apilar más mercadería y el círculo interno con los cipreses se usaría a manera de jardín interior para los comerciantes y sus familias (Female Architecture, 2005).

Figura N° 8. Bosquejo y maqueta del diseño para el Mercado Centenario



Nota. Adaptado de *Blue is my colour* (Video), por T. Zwollo, 2015, Youtube (<https://www.youtube.com/channel/FemaleArchitecture>)

Esta intervención formó parte de un proceso de renovación urbana que marcaría un núcleo de desarrollo, mismo que añadido al aspecto económico, se consolidan como ejes transversales de crecimiento en una población acorde a su escala bien sea pequeña o de mayor volumen (Villalba, 2018). Asimismo, se da inicio a una inminente centralidad con una modalidad de comercio enfocada en un día a la semana donde los comerciantes aspiran participar y así generar mejores ingresos que beneficiarían su calidad de vida junto al de sus núcleos familiares.

Por el contrario, este interés comercial que fue captando la atención de visitas e inversiones internacionales cerca del 1940, motivó desplazamientos de la población cambiando sus comunidades de origen por un espacio en el núcleo urbano, haciendo que

más personas se ubiquen definitivamente en este entorno hasta conseguir una paulatina apropiación de la zona norte de Otavalo (Villalba, 2018).

Figura N° 9. Días de feria en el Mercado Centenario en los años 90



Nota. Adaptado de *Blue is my colour* (Video), por T. Zwollo, 2015, Youtube (<https://www.youtube.com/channel/FemaleArchitecture>)

Esta concentración en la zona que circunda el Mercado Centenario fue siendo marcada con la organización social traída por los habitantes además y la participación de la entidad descentralizada, quien estaría a cargo de la delimitación de puestos y el cobro de valores que corresponden por el uso de los espacios (Villalba, 2018). Para el 2015 se contaban cerca de 3000 puestos de venta en la manzana de la construcción, esto sin considerar a las filas adicionales que se han ido ubicando en los márgenes de las calles que colindan (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015). Con el pasar del tiempo, el número de comerciantes que venían a este lugar por un sitio en el cual podrían ofertar su mercancía, iba en crecimiento; por lo cual, el área que correspondía bajo cada una de las estructuras internas iba reduciéndose y el paisaje se veía atiborrado de coloridas prendas y llamativas artesanías en el mismo lugar.

Figura N° 10. Sábado de feria en la Plaza de Ponchos antes de la pandemia

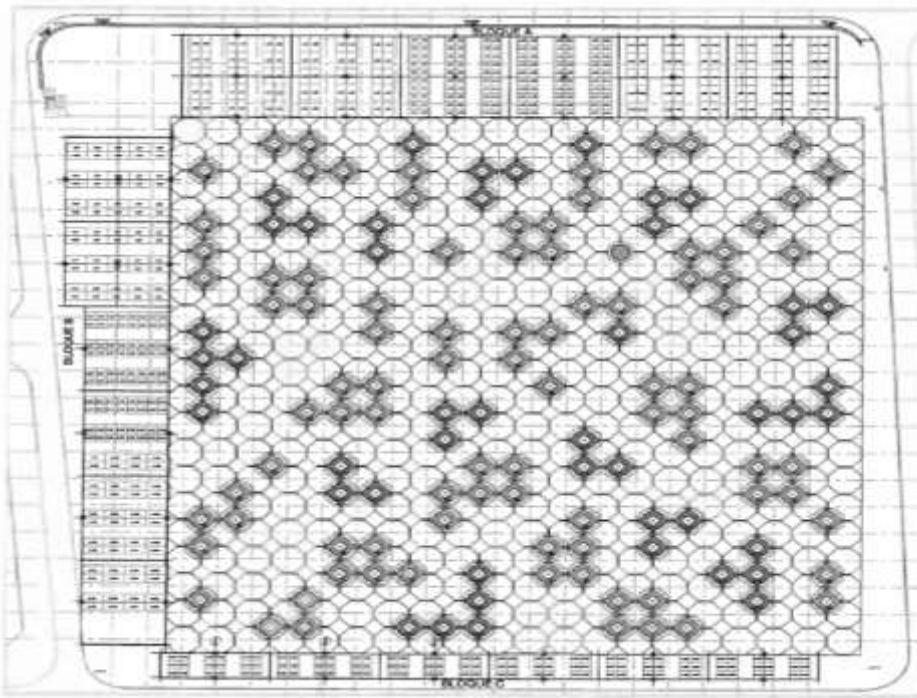


Nota. Adaptado de *Aviso de propiedad en venta*, de Inmobiliaria Tierra Nueva, 2018.

Como se aprecia en la imagen anterior, existe una gran cantidad de carpas adicionales a las de la infraestructura y filas adicionales al margen de la plaza, albergando a más puestos comerciales en un sábado de feria desde hace un par de años. Esto ha promovido un crecimiento desmedido en la apropiación del espacio urbano entorno a la Plaza de ponchos, formando ciertos conflictos respecto al uso de los espacios de venta autorizados y aquellos que se van extendiendo hacia las calles aledañas, obstruyendo la circulación peatonal de los transeúntes que buscan llevar a cabo sus actividades habituales y cerrando vías que el flujo vehicular normalmente usaría para circular.

Eventualmente, se planteó realizar un concurso que permitiría a la alcaldía poner en marcha propuestas orientadas a solucionar las problemáticas por las que su atractivo de mayor renombre atraviesa. A manera de consultoría, el proyecto ganador aprobado sugería una intervención del área dividida en tres fases que darían solución a la precaria situación por la que varios comerciantes estarían atravesando al colocarse en los alrededores de la plaza. La primera fase tendría como objetivo mantener la centralidad de la realización de la feria en los días sábados a través de una vía peatonal que esté comprendida entre los principales atractivos cercanos a la plaza de ponchos (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015).

Figura N° 11. Planta de distribución de puestos para el Mercado Centenario



Nota. Adaptado de “*Consultoría: Intervención en la Plaza Centenario*”, de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo y P. Galarza, 2015.

Una segunda fase tendría como propósito intervenir directamente el Mercado Centenario, incluyendo más infraestructura en la que se ha tratado de conservar con el tiempo y ampliando las secciones de ventas que simplemente se ubicaron en las calles contiguas a la plaza, con condiciones apropiadas para los comerciantes (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015). De forma más minuciosa, en las calles que forman parte de la extensión de la feria, se ubicarían módulos de venta con una ampliación de la acera; un breve conteo menciona que, con 11 módulos instalados, se tendrían cerca de 96 puestos de venta en un solo tramo.

Figura N° 12. Intervención en las calles para Feria sabatina



Nota. Adaptado de “*Consultoría: Intervención en la Plaza Centenario*”, de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo y P. Galarza, 2015.

Finalmente, la tercera fase preveía dar un mejor uso al parqueadero municipal y la Casa de Turismo que se encuentran diagonal a la plaza de ponchos; donde se adaptaría a un edificio moderno que ofrezca más espacios comerciales que liberarían la presión del sitio actual, además de ofrecer espacios de recreación, alimentación y difusión cultural (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015). El subsuelo tendría espacio para al menos 110 vehículos sin contar los espacios destinados a personas con discapacidad y el área que corresponde a los vehículos pesados de carga; la planta baja netamente comercial tendría 234 locales y 270 bodegas, además de sitios que proporcionan facilidades a los comerciantes como estación médica, zona de lactancia, guardería, cocina y baterías sanitarias. En la planta alta estaría el área que corresponde a la administración del lugar, un museo temático de la artesanía otavaleña, sala de exposiciones culturales y de la artesanía, una plaza icónica y cajeros automáticos.

El edificio concluye con una segunda planta alta y la planta de cubierta donde se ubicarían los patios de comida, una terraza que cumpliría funciones de mirador y comedor al aire libre.

Figura N° 13. Prospecto Edificio Centenario, Planta locales



Nota. Adaptado de “*Consultoría: Intervención en la Plaza Centenario*”, de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Otavalo y P. Galarza, 2015.

Con los antecedentes presentados anteriormente, se pueden obtener algunas puntualizaciones:

- El pueblo otavaleño lleva arraigada su ancestralidad, cultura viva y tradiciones; algo que los ha venido caracterizando desde hace mucho tiempo y de esta manera la comercialización de sus artesanías y textiles consiguieron un importante espacio en la creciente demanda, hasta ser conocidos como uno de los mercados de mayor relevancia en Sudamérica.
- La idea de la arquitecta Tonny Zwollo ha sido trabajar con el elemento invisible de la arquitectura, aquel llamado el espacio vacío o el lado femenino que no era considerado en un diseño; dándole un valor adicional a la estructura. Buscó emplazar un mercado que tenga no solo una infraestructura impresionante, este debía ser utilitario para mejorar las condiciones de la comunidad local y la interacción que tendrían con sus visitantes; generando

dinamización directa en la economía y consiguiendo que los habitantes puedan apropiarse del valor intrínseco del sitio.

- Con esta intervención, el crecimiento de la ciudad encontró otro núcleo y los intereses de la comunidad ubicaron nuevos objetivos en esta área especialmente en los días sábados en los que tenía lugar la feria mayor, movimientos migratorios consiguieron el desplazamiento de propietarios en zonas aledañas, con las expectativas de conseguir mejores ingresos para sus familias a través de sus habilidades artesanales en un sitio que logró tener reconocimiento más allá de las fronteras.
- El problema surge cuando la capacidad del Mercado Centenario excede su límite y el ente a cargo no ha conseguido controlar la asignación de los puestos de venta correspondientes ni la expansión en las calles cercanas para un día de feria. Transformando tan importante atractivo turístico en un foco de inseguridad, desorden e insalubridad, que han ido marcando cierto negativismo en la imagen del destino.
- La propuesta del nuevo Mercado Centenario es un proyecto discutible en función de sus respectivas fases de intervención, considerando que la meta no debería enfocarse en maximizar el problema existente; por el contrario, buscar alternativas que permitan liberar la presión que este lugar ha adquirido.
- Extender el área que la feria del día sábado tomaba para su realización sin el consentimiento de los habitantes del lugar, puede influir malestar entorno a esta decisión. Un incremento previsto de 1742 puestos adicionales en las calles cercanas, se percibe como una invasión de los espacios públicos donde se usa una superficie mayor a la habitual, haciendo que la problemática del sitio únicamente se dificulte.
- La actual plaza de ponchos ha sufrido visibles deterioros en su estructura física, considerando las modificaciones improvisadas que varios comerciantes han realizado por acoplar sus puestos de trabajo apenas haya un espacio disponible; motivo por el cual se requiere atención para cuidar el estado actual del lugar, al ser parte de la imagen turística e histórica de Otavalo.

- La remodelación de las construcciones existentes para construir un edificio cercano que tenga la infraestructura adecuada para constituirse como un sitio con las condiciones óptimas para visitantes y comerciantes, finalmente permitiría que las calles no vuelvan a congestionarse además de optimizar los bienes municipales; por el contrario, se perdería la idea original del diseño con la que el Mercado Centenario fue concebida, un mercado local al aire libre que de relevancia a la autenticidad de una comunidad rica en costumbres y tradiciones, permitiéndoles comercializar de forma directa sus productos.

3.2. Los principales actores sociales en la Plaza de ponchos

Cada sitio turístico está enmarcado en un modelo de gestión que busca beneficios para sus habitantes y actores involucrados, además de la sostenibilidad de su patrimonio; retribuyendo los réditos de la forma más equitativa y económicamente inclusiva posible.

Acciones de seguimiento son necesarias para que la programación prevista sea cumplida en base a los tiempos y presupuestos planteados. Ahí la importancia de evaluaciones y conteos periódicos que permitan a cada destino turístico tener un control real de su capacidad de carga turística y así conocer la presión que los diferentes atractivos están en posibilidad de aceptar.

Sin esta información previa, será más complejo dar una respuesta a las problemáticas que un destino turístico pueda estar atravesando, consiguiendo acumular malestares de los actores y un deterioro de la imagen del lugar. A esto se incluyen las marcadas tendencias turísticas que influenciaban considerables movimientos de personas, consiguiendo únicamente que la situación se vaya tornando insostenible.

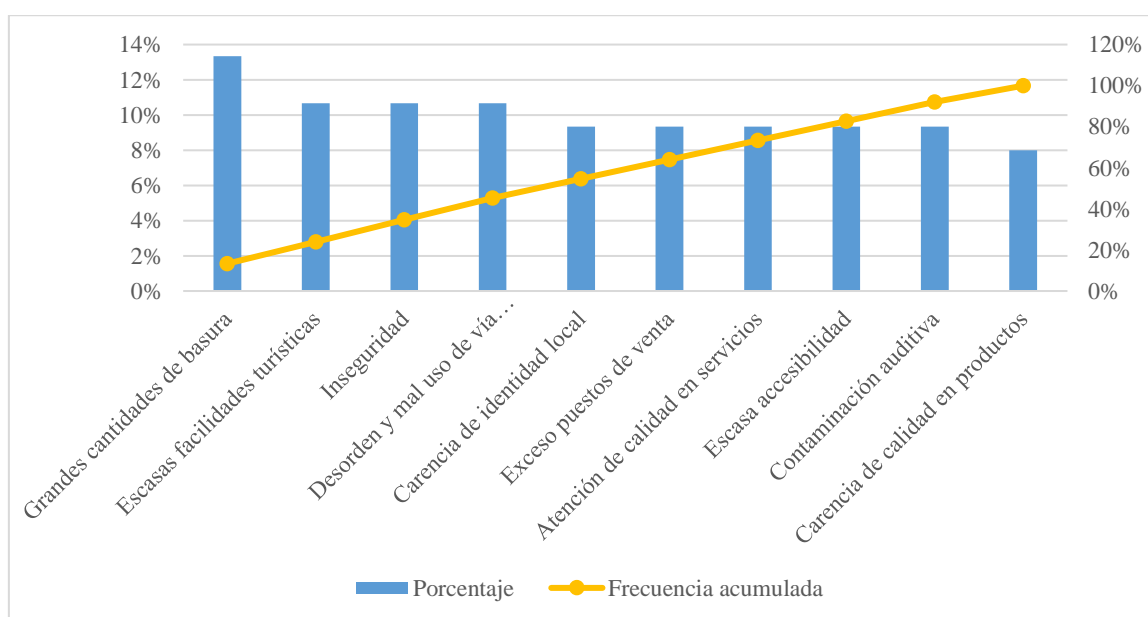
Los problemas que se colocaron inicialmente fueron una combinación de la observación realizada y aquellos que se describen en el plan de turismo cantonal. Con la herramienta para identificación de problemáticas se buscó recopilar el punto de vista de especialistas en turismo respecto la situación que el sitio de mayor renombre en Otavalo atraviesa, con los siguientes resultados parciales de la primera parte del análisis.

Tabla N° 8. Tabla de frecuencias con las problemáticas identificadas

Problemáticas	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia acumulada
Grandes cantidades de basura	10	13%	13%
Escasas facilidades turísticas	8	11%	24%
Inseguridad	8	11%	35%
Desorden y mal uso de la vía pública	8	11%	45%
Carencia de identidad local	7	9%	55%
Exceso de puestos de venta	7	9%	64%
Atención de calidad en servicios	7	9%	73%
Escasa accesibilidad	7	9%	83%
Contaminación auditiva	7	9%	92%
Carencia de calidad en productos	6	8%	100%
Total	75	100%	

Nota. Elaboración propia.

Rápidamente se aprecia que muy pocos especialistas consideraron que los problemas requieran una prioridad baja de solución. Se aplicó el diagrama de Pareto para visualizar aquellas problemáticas existentes en las que se debe focalizar los esfuerzos para su solución en la Plaza de ponchos.

Figura N° 14. Diagrama de Pareto con las problemáticas identificadas

Nota. Elaboración propia.

La gráfica muestra una línea curva que parte desde cero con la información de la frecuencia acumulada para puntualizar que, hacia la izquierda se encuentran las problemáticas a ser priorizadas en su solución mientras que, hacia la derecha aquellos problemas cuya urgencia es menor y podrían formar parte de un segundo plano. De los 10 problemas identificados, apenas la escasa accesibilidad, los altos niveles de contaminación auditiva y la carencia de calidad en los productos; podrían ser suprimidos al solucionar la mayoría expuesta.

3.2.1. La perspectiva de los visitantes

Un enemigo invisible cuyo brote mundial ha llevado al mundo a su paralización, ha conseguido afectar directamente a todos los grandes sectores económicos y sus industrias, el COVID-19 sin duda trajo el mayor número de afectaciones a la actividad turística del mundo (Organización Mundial del Turismo, 2020). A manera de breve resumen se tiene una prominente reducción de 180 millones de turistas, pérdida de 195 millones de dólares y una totalidad de destinos con emergentes estrategias que permitan afrontar las restricciones de viaje para dar inicio a una ordenada reactivación de la actividad turística (Organización Mundial del Turismo, 2020).

Figura N° 15. Llegadas de turistas internacionales por región Enero – Abril 2020



Nota. Adaptado de “Los nuevos datos muestran el impacto de COVID-19 en el turismo, mientras la OMT pide un reinicio responsable del sector” por Organización Mundial del Turismo, 2020.

Para el 2019, Ecuador tuvo un aporte del 2,24% al Producto Interno Bruto (PIB) netamente de la actividad turística; lo que generó alrededor de \$2287,5 millones en el año pasado (Ramos, 2020). Sin embargo, el escenario es completamente diferente ahora tras el impacto de la pandemia, cuyas alarmantes cifras se plasmaron fuertemente en la economía del país considerando que gran parte de los visitantes provienen del extranjero y se catalogan como grupos vulnerables frente a la propagación del virus.

Este fuerte golpe a la industria, no es el principal causante de los síntomas que la Plaza de ponchos presenta; los problemas persisten desde hace varios años y en la última planificación turística se pusieron de manifiesto una vez más, acompañados con acciones que de alguna manera surtirían efecto y así el atractivo estrella pueda brillar nuevamente con todo su esplendor. Por otra parte, Otavalo ha sido uno de los destinos preferidos para los amantes de la cultura viva y su feria artesanal se convirtió en uno de los sitios imperdibles mientras se encuentra en Ecuador; desafortunadamente, estos problemas sin solución únicamente crecieron con el pasar del tiempo y los visitantes lo fueron percibiendo hasta remplazar esta importante visita por destinos que ofrecían algo similar con mejores condiciones.

Por la situación que se atraviesa en la actualidad, se realizó un análisis de la percepción de los turistas que viajaron entre 2018 y el primer trimestre de 2020, con una agencia tour operadora cuya matriz está ubicada en Quito y su segmento de mercado es únicamente visitantes extranjeros provenientes de Europa principalmente.

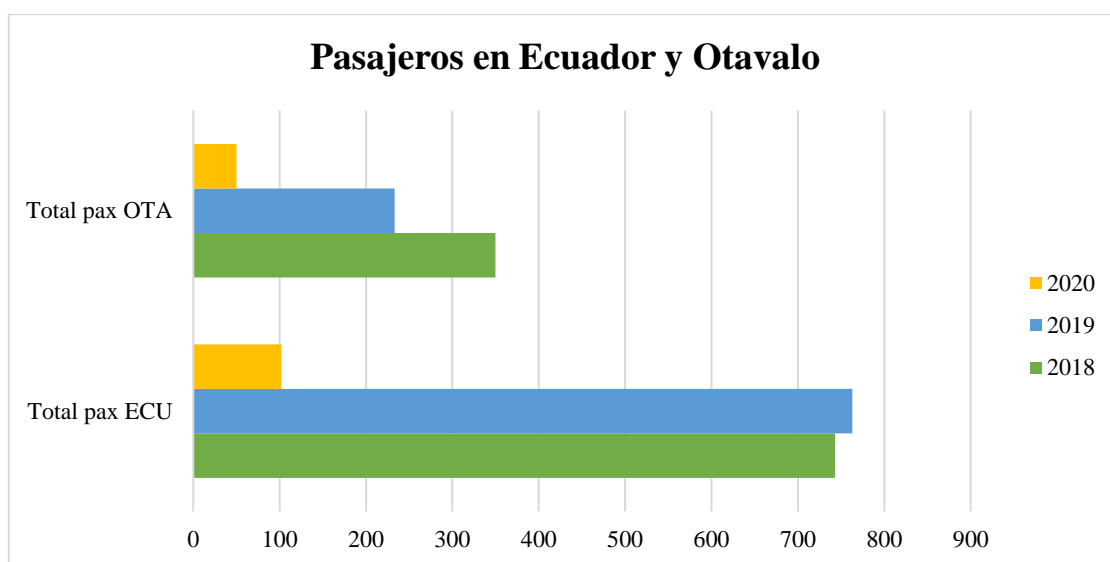
Es importante recalcar que los importantes números que esta empresa ha venido manejando, vienen siendo resultado de procesos continuos de innovación en sus productos. Ofreciendo algo que va más allá del *full day tour* en que Otavalo se ha inmiscuido, generar experiencias auténticas enmarcadas en la sostenibilidad para superar expectativas ha sido una de las principales metas de la organización con sus clientes y visitantes que llegan a través de los mismos.

A manera de recuento breve, el panorama para el 2018 fue propicio para que los arribos vía aérea incrementaran, logrando un 11% de crecimiento frente al año pasado (Ministerio de Turismo, 2019). Por el contrario, el 2019 no se consideró un excelente año debido al poco crecimiento obtenido (4% aproximado) en función a las proyecciones realizadas (Ministerio de Turismo, 2019); considerando además factores de movilización migratoria y estacionalización muy acentuada que dejaban largos lapsos sin ocupación en gran parte del país debido a una débil promoción y estrategias de planificación.

Como muestra el gráfico a continuación, se evidencia el ligero crecimiento en el total de pasajeros que visitaron el país y se muestra una marcada decisión en visitar Otavalo; de esta manera se infiere que al menos la mitad de todos los visitantes incluyeron este destino como parte de su itinerario para el 2018 y hubo un decrecimiento para los años siguientes.

Es importante enfatizar el proceso de diseño e innovación con los que la presente agencia ha preferido trabajar. Un acercamiento personalizado y ajustado a los requerimientos de cada cliente, al contrario de varios sitios que han preferido comercializar este destino como un lugar de paso para visitarlo en un solo día, sin generar ganancia real que sea invertida en Otavalo. Ahí radica el valor de la muestra analizada, en función de los datos proporcionados.

Figura N° 16. Comparación del total de pasajeros en Ecuador y Otavalo 2018 – 2020



Nota. Elaboración propia en base a datos obtenidos.

De forma general, se obtiene que en este apartado de clientes de la empresa las nacionalidades predominantes corresponden a Holanda, Alemania y Australia (Estados Unidos toma un importante porcentaje para el año 2020); donde sus principales motivaciones además de la cultura, es la cercanía que les permitía incorporar atractivos cercanos conectando con Ibarra y la Reserva Ecológica El Ángel, antes de retornar a la capital o continuar su travesía por el centro del país.

El rango etario de los visitantes se encuentra ubicado mayoritariamente entre los 51 y 58 años; que viajan en pareja, familia o grupo por aspectos de conveniencia de costos.

Aspecto que va ligado con los medios de transporte que se usan para llegar al destino, mismo que se divide en dos alternativas. Aunque muchos prefieren usar transporte público debido a la buena conectividad y bajo costo que representa; una gran mayoría se inclina al transporte turístico por la comodidad y confort que ofrece, además que pueden elegir el idioma del servicio como complemento.

Respecto el gasto promedio, para el 2018 tenía una base de \$26 por persona; cifra que fue superada por un intervalo de mayor representatividad que va entre los \$59 y \$199 por persona; considerando esta tendencia al lujo durante su estadía, en combinación con actividades cercanas que les permitiera aprovechar el tiempo de su viaje.

La estadía tiene varias perspectivas que pueden variar desde la categoría de los establecimientos hasta la cercanía con el centro o la tranquilidad de un sitio apartado. Otra opción que tuvo mucha apreciación fue la denominada experiencia con locales o *Homestay*, donde tenían la oportunidad de convivir con una familia de la zona y participar de las actividades cotidianas en su diario vivir; muchas veces lo combinaban con una noche de estancia en un hotel céntrico para tener mayor flexibilidad en sus itinerarios. Desafortunadamente, por desaciertos del proveedor de confianza, el número de quejas incrementó considerablemente y simplemente este servicio dejó de ofrecer, ahí el motivo del decrecimiento en los años siguientes (De Bruin, 2020).

Respecto las motivaciones que atraen a los visitantes hacia este lugar se encuentra la reconocida Plaza de ponchos. Estos segmentos de mercado tienden a preferir experiencias que combinen cultura y naturaleza, por lo que Otavalo ha venido siendo un ícono para combinar ambas; así se menciona la experiencia con locales sin que exista pernoctación con la familia, si el tiempo es limitado se optaba por otra opción denominada Tour de comunidades o *Village tour* que podía ser incluido sin consulta de disponibilidad previa, sea en la mañana o en la tarde; dando más flexibilidad a los visitantes con el manejo de su tiempo y el cumplimiento de sus expectativas; pero “no era recomendado realizarlo un día sábado porque las familias no estaban disponibles, no había nadie en casa y la visita perdía su concepto de fondo” aquello que despertaba el interés de los visitantes principalmente (Warncke, 2020).

Cuando la estancia tenía al menos dos noches y los visitantes disponían más tiempo para distribuir sus actividades, en su mayoría preferían explorar por su cuenta en lugar sin ninguna presión de tours adicionales; donde el sitio de preferencia es la cascada de Peguche y el tour de comunidades en caso de no haberlo tomado con anterioridad. A

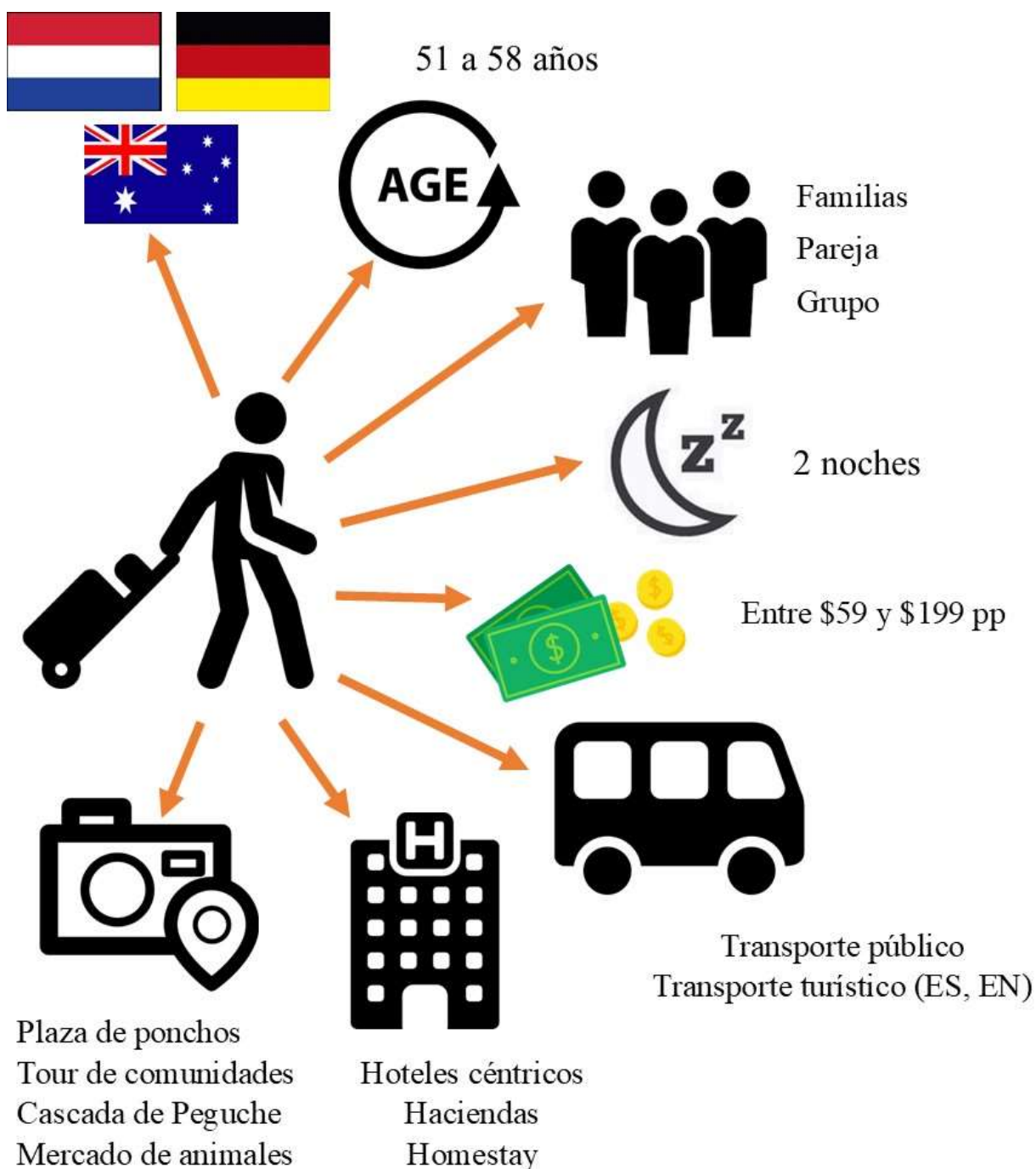
partir del segundo semestre del 2019, el Parque cóndor empezó a tomar vital importancia en respuesta a una demanda que buscar nuevas alternativas cercanas.

En adición a las mencionadas motivaciones, hay otra en particular que es el Mercado de animales debido a la interacción de intercambio o trueque que la comunidad mantiene como parte de sus tradiciones y rasgos culturales propios, consideran que es el sitio ideal para vivir la experiencia que los visitantes tanto ansían encontrar en este lugar (Bulla, 2020). Este atractivo ha causado interés en los visitantes, pero muchas veces no podían coordinar los horarios o simplemente tenían poco tiempo disponible para hacerlo.

La laguna de Cuicocha figura como un atractivo de interés por la belleza del espejo de agua emplazado en un obsoleto cráter; se constituye como el sitio ideal para realizar caminatas o recorridos en bicicleta, pero muchos desistían por la distancia y la aglomeración de personas que se podía encontrar la mayoría del tiempo (especialmente fines de semana o feriados), adicionalmente las formas de transporte para acceder en su mayoría eran privadas por lo que incrementaba el costo y, además del centro de interpretación con la ruta autoguiada no ha logrado satisfacer las expectativas de visita en algunos casos.

Como experiencias en contra, se ha podido mencionar que la inseguridad del lugar es un tema que deba tratarse como prioridad debido a que, en un día de feria a pesar de contar con puntos de vigilancia policial cercanos, no hay atención disponible o simplemente los agentes no pueden dar seguimiento a cualquier siniestro que haya sucedido (Bulla, 2020). De igual manera, manifiestan que la limpieza del lugar es pésima y el ruido que lo rodea se vuelve insoportable, las mejores compras de auténticas artesanías pueden realizarse ahí, pero la experiencia deja muchos vacíos; por lo que la mejor manera de sobrellevar la situación es hacer una visita extremadamente rápida para salir con prontitud del lugar y poder dirigirse a otro sitio más pacífico.

Figura N° 17. La perspectiva de los visitantes extranjeros en Otavalo 2018 - 2020



Nota. Elaboración propia en base a datos obtenidos.

De la perspectiva de los visitantes se puede concluir que:

- Otavalo ha conseguido difundir una importante imagen que culturalmente atrae a los visitantes, además de factores como la fácil accesibilidad en

transporte público, cercanía con la capital y su aeropuerto internacional, sin dejar de lado la Plaza de ponchos, aquella que más expectativas produce.

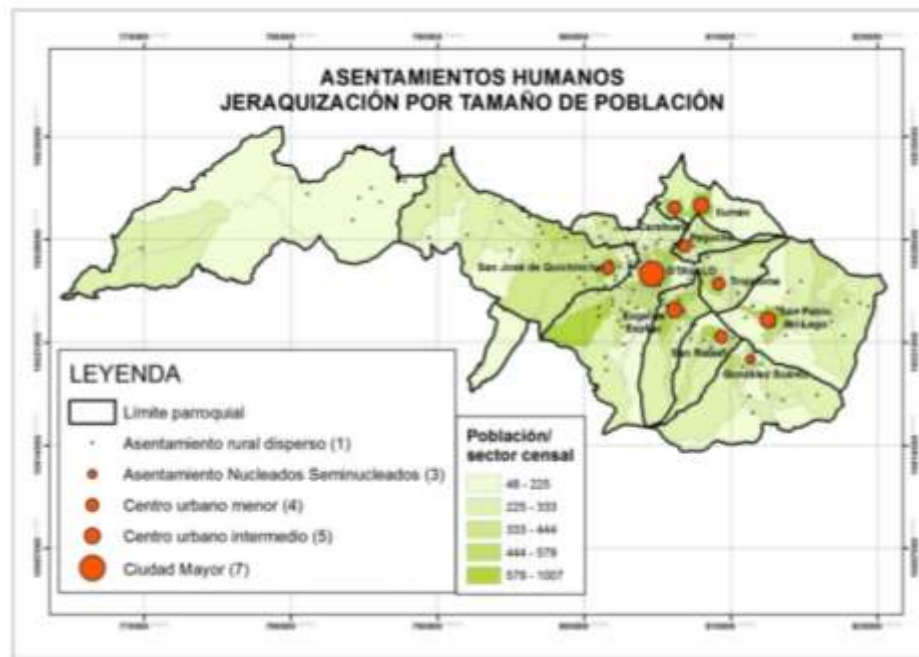
- Es considerada una ciudad pequeña, donde movilizarse es bastante fácil, tienen cafeterías y restaurantes muy cerca, se sienten seguros la mayoría del tiempo.
- Una debilidad que poseen algunos establecimientos y prestadores de servicios turísticos, es muchas veces la calidad y amabilidad con la que se atiende a los pasajeros; además de una limitante barrera por el desconocimiento de otro idioma extranjero.
- Un aspecto primordial para mejorar la experiencia es la puntualidad, algo que debe primar en todos los servicios independientemente del tipo de turista con el que se trabaje, además de técnicas de comunicación efectiva que permitan dar a conocer información relevante de la mejor manera posible.
- El tipo de alojamiento es variado y eso es una ventaja para contar con opciones que permitan satisfacer las necesidades de aquellos visitantes que buscan el confort en la urbe o la paz de los alrededores sin perderse de ninguna actividad.
- La Plaza de ponchos en su mayor esplendor toma lugar los días sábados, y esta imagen hace que el deseo del turista sea mayor por conocerla este día; desafortunadamente se ha convertido en un foco de atención donde las bellas artesanías han tenido que convivir con grandes cantidades de basura, delincuencia, contaminación auditiva y la comercialización de productos que escasamente son considerados característicos del lugar.
- Esta imagen comercial de la Plaza de ponchos difiere totalmente con la que traen consigo los visitantes, quienes esperan ser partícipes de una interacción cultural auténtica en un armonioso ambiente donde pueden apreciar incluso la elaboración de estas valiosas obras en vivo; ahora consideran que el sitio está valorado únicamente desde el punto comercial con una producción industrial, que le quita el valor artesanal.

- En la búsqueda de sitios que puedan ofrecer experiencias similares de mejor calidad, han ido ganando importancia lugares como Isinliví, Chugchilán, Tigua, Pujilí, Saquisilí y con mayor acogida positiva, Guamote.
- Un segmento de turismo con estándares más altos también ha ganado protagonismo en este escenario, por lo que hoteles boutique y haciendas turísticas son de los más elegidos por este tipo de pasajeros, quienes tampoco prescinden de las motivaciones y visitas antes mencionadas.
- Las continuas exigencias de la demanda buscan nuevas alternativas que les permitan aprovechar al máximo el tiempo que disponen en el lugar, en combinación con las actuales medidas de bioseguridad que son estrictamente necesarias en cada uno de estos sitios para generar ese ambiente de confianza al viajar.
- Finalmente, los visitantes no tienen ningún reparo en visitar la afamada Plaza de ponchos en otros días que no sea sábado; lo esencial es que se cumplan las condiciones necesarias para que esta visita sea lo que están buscando.

3.2.2. La perspectiva de los residentes

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo registra en la última actualización de su Plan de Ordenamiento territorial, aproximadamente 115.725 habitantes al 2015, donde el 37,5% corresponde a la población urbana siendo esta únicamente la cabecera cantonal, misma que se encuentra dividida en dos parroquias: San Luis y El Jordán (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015). A simple vista, como muestra el gráfico siguiente, es una zona densamente poblada y como asentamiento humano toma la categoría de ciudad mayor al albergar más de 20.000 personas en su circunscripción geográfica.

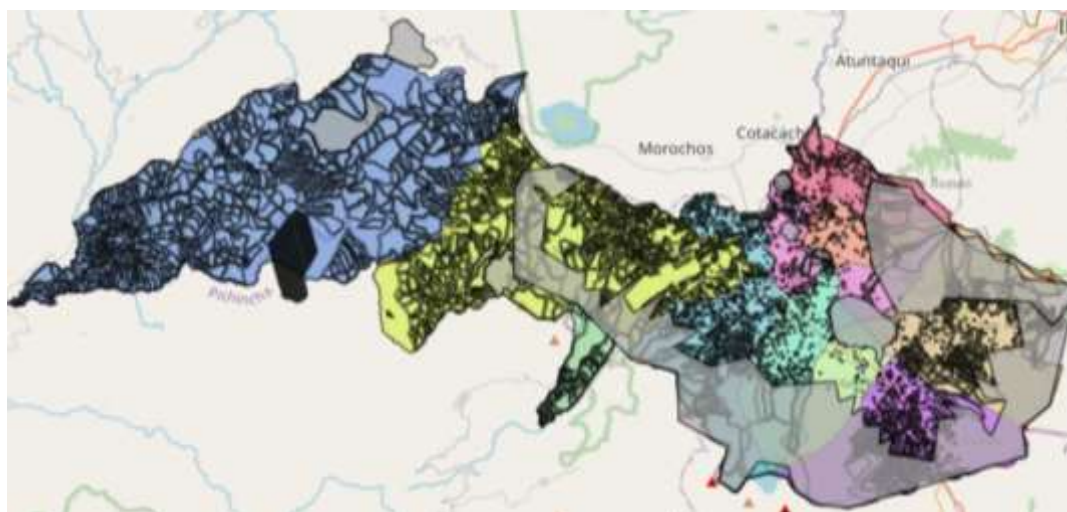
Figura N° 18. Asentamientos humanos jerarquizados en el Cantón Otavalo



Nota. Adaptado de “Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura”, por Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo, 2015.

Un acercamiento permite observar de forma más detenida aquella zona de color rosa que corresponde al área de El Jordán donde se encuentra emplazada la Plaza de ponchos, visualizando la mancha urbana que se ha tornado predominante alrededor de esta manzana.

Figura N° 19. Predios catastrados del Cantón Otavalo





Nota. Adaptado de Dirección de avalúos y catastros del GAD Otavalo, 2020.

Cada pequeño recuadro que no cuente con simbología interpretativa para identificarlo como prestador de servicios, institución pública o privada, establecimientos educativos o espacios públicos; es una propiedad que hace función de local comercial y vivienda en varios de los casos. Así es posible apreciar como este lugar se fue constituyendo como otro núcleo de enfoque comercial con tal importancia que conseguir un espacio alrededor, es bastante complejo y con altos costos.

Para determinar la saturación de un lugar en específico, es de suma vitalidad considerar la percepción individual, subjetiva o colectiva de los actores que forman parte del área de presión (Milano, 2018). Esto quiere decir que el simple hecho de contar con la intención de poner en marcha alguna iniciativa, puede afectar directamente a las personas causándoles cierto malestar y un sentimiento de exclusión por no poder manifestar sus ideas. No siempre las acciones cuentan la totalidad o el mayor porcentaje de aceptación para ejecutarla; sin embargo, se llevan a cabo.

Como parte de los datos generales se obtuvo que un 53% de los residentes encuestados son de género masculino, sus viviendas son en su mayoría propias (47%) y han vivido en este lugar por más de 10 años (37%) dando a relucir que este lugar ha sido el fiel testigo de un sinnúmero de acontecimientos y del paso de muchas generaciones.

La perspectiva de los residentes se midió en dos momentos para obtener su opinión respecto la Plaza de ponchos en un día de feria sabatina como se realizada con anterioridad, comparado con un día habitual donde el panorama del atractivo turístico era completamente distinto.

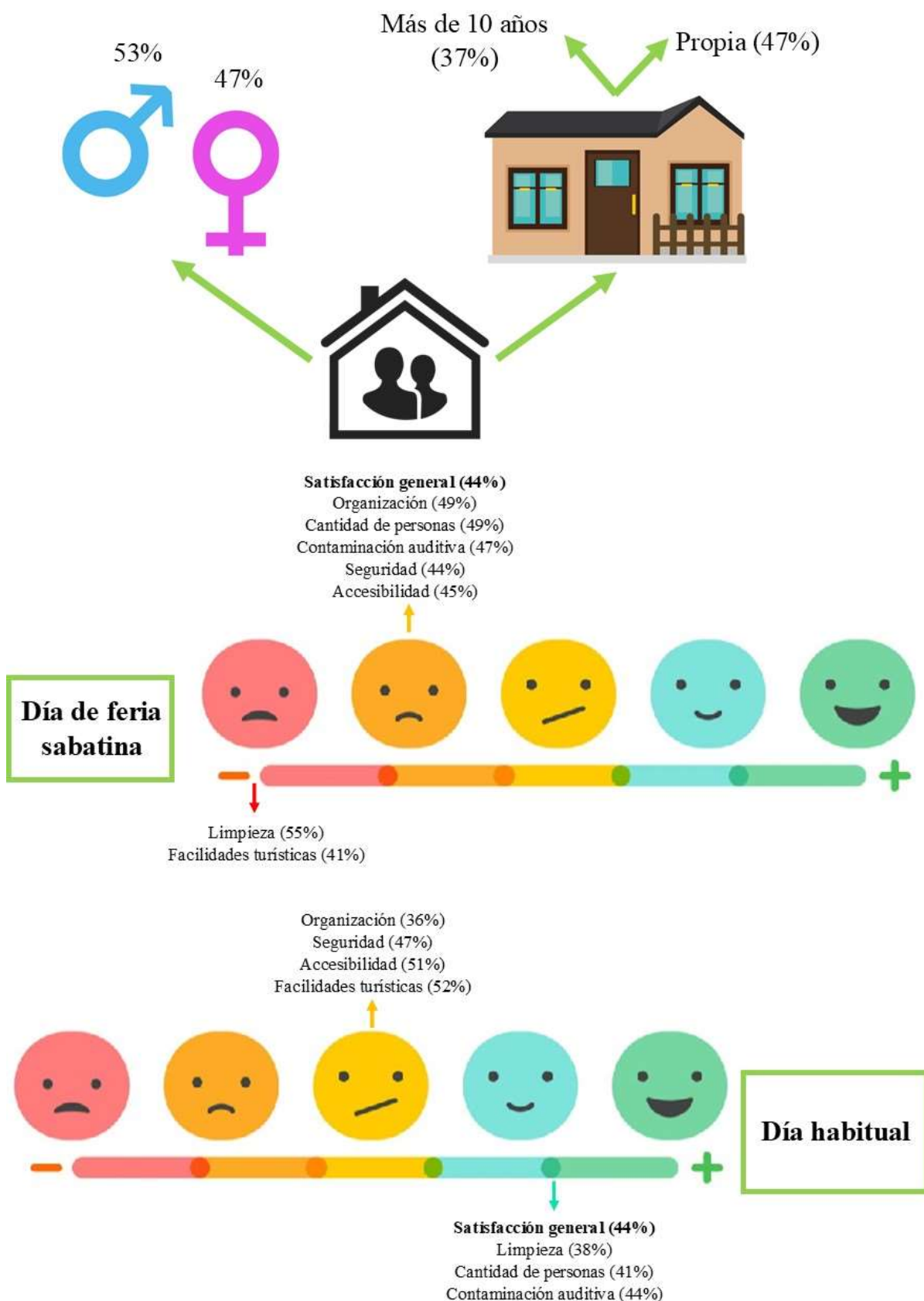
La satisfacción general de los residentes en un día de feria muestra que están poco satisfechos (44%) y esto lo corroboran las variables adicionales parte de la medición para este cometido, donde la limpieza del espacio (55%) y las escasas facilidades turísticas existentes (41%) se encuentran en el nivel más bajo de satisfacción. Supieron mencionar que es un verdadero caos la cantidad de basura que se encuentra en la misma plaza y las calles aledañas después de un día de feria, el municipio incluso emplea más recursos e inversión en la limpieza de esos días comparados a un día habitual (Cáceres & Lema, 2020). Mientras que las facilidades turísticas también son un recurrente problema, expresaron sentirse frustrados al ver cómo los visitantes hacían largas filas para usar el servicio higiénico disponible en el área, que no necesariamente estaba en las condiciones más óptimas.

Los aspectos restantes tienen también una calificación solo un poco más alta, se manifiestan poco satisfechos en relación a la organización del espacio (49%) por la paulatina apropiación de los espacios contiguos; al igual que la cantidad de personas (49%) que asistían un sábado, eran tantas que caminar se tornaba un verdadero reto. La contaminación auditiva (47%) y la seguridad (44%) tampoco han podido ser verdaderamente controlados en el sector, el ruido proviene en alto volumen y al mismo tiempo desde varios sitios que les ha llegado a resultar molesto al menos durante todo el día; mientras que la inseguridad prevalece en las calles cuando la feria artesanal tiene lugar. En varias ocasiones la Unidad de Policía Comunitaria (UPC) cercana se encuentra cerrada o las personas a cargo tienen dificultad con el manejo de idiomas extranjeros, lo que no permite dar la atención debida ante cualquier siniestro.

Por el contrario, en un día habitual se encontró que el nivel de satisfacción general es mayor, debido a que el 44% de los residentes se muestran algo satisfechos en comparación con el escenario anteriormente descrito.

Resulta curioso que hay un considerable porcentaje de indiferencia respecto a ciertas variables como la organización del espacio (36%), donde mencionan desunión de los gremios y esta acción no permite una dinámica social más equitativa. Adicionalmente, el lugar sigue siendo inseguro (47%) por el hecho de haberse consolidado como un área sumamente comercial y la accesibilidad (51%) es una limitante por los escasos accesos para personas con discapacidad. Las facilidades turísticas (52%) tampoco están presentes en días habituales, son problemas permanentes independientemente de la realización de la feria.

Figura N° 20. La perspectiva de los residentes en Otavalo



Nota. Elaboración propia en base a datos obtenidos.

No obstante; la limpieza del lugar (38%), la cantidad de personas (41%) y la contaminación auditiva (44%) han conseguido mejores puntajes de satisfacción, por reducirse notablemente en los días habituales frente a los sábados en que se venía realizando la feria de mayor importancia.

De esta manera, como perspectiva de los residentes se concluye parcialmente que:

- Un 60% del total de encuestados viven en este lugar entre uno y seis años, por lo que han podido ser testigos de varios cambios que el entorno ha ido presentando con el pasar del tiempo.
- Gran parte de las viviendas han sido modificadas acorde a la dinámica comercial y turística que el lugar fue concentrando, de esta manera muchas casas se convirtieron en edificios para aprovechar las plantas bajas con la ocupación de locales comerciales, dando un rédito adicional a los propietarios.
- La actividad turística motivo un crecimiento ligado a las actividades más solicitadas de la demanda, estas viviendas también han sido convertidas en alojamiento, establecimientos de alimentos y bebidas, locales de venta de artesanías, centros de aprendizaje del idioma español y operadoras de turismo.
- Como efectos de la migración que en el sector se ha dado desde años atrás, muchos residentes ya no habitan en las propiedades, mismas que han sido arrendadas o prestadas; cuando se tratan de familiares, cuentan con cierta libertad para hacer modificaciones y es así que también estos espacios libres dan cabida a más negocios.
- Un problema es la estacionalidad de la feria, los residentes están totalmente a favor de dinamizar la actividad turística y se alegran al ver que hay flujos de visitantes; puesto que la producción artesanal y el comercio son ejes importantes de ingresos para muchos de ellos. Pero el desorden que causaba la feria sabatina era algo que sin duda necesita atención.

- Un aspecto visualmente comprobable es el estado de los parasoles (*kallampas*) parte de la construcción de la misma plaza, así como las veredas aledañas que se han venido deteriorando por el exhaustivo uso del sitio. Realmente ya no queda nada de las áreas verdes que en un inicio se colocaron para armonizar el diseño del lugar.
- Se percibe además una débil organización entre los artesanos y comerciantes, aducen a este problema el excesivo número de comerciantes que en un sábado podían llegar a tener encuentro en la plaza, al igual que la distribución y/o tenencia de cada uno de los puestos autorizados; aseveran que una sola persona puede poseer varios de estos puestos.
- La informalidad es un tema que les preocupa, hay muchos comerciantes que laboran de esta manera y al no tener un puesto, simplemente lo improvisan usando lo que tienen a la mano. Si se ubican en las veredas, afectan también a los locales comerciales, cuyos propietarios muestran un cierto descontento por las desigualdades que han tenido lugar; aseguran que el control del ente regulador es mínimo y bastante débil.
- Un aspecto trascendente es la contaminación identitaria del lugar, se percibe y evidencia la fuerte presencia de artículos que no son artesanías; por lo cual sería importante revalorizar estos rasgos propios y procesos tradicionales de elaboración, que permitan tener un concepto más auténtico de la producción artesanal y así mejorar la imagen tanto del atractivo como del destino.
- Finalmente, se considera importante la adecuación que corresponda para que la Plaza de ponchos sea accesible a todas las personas, cuente con facilidades turísticas de calidad, se implemente información y señalización sobre las atracciones cercanas, además de capacitaciones a los comerciantes para mejorar la atención al cliente y un mejor control de las ventas ambulantes informales de migrantes que han llegado a Otavalo y no cuentan con la predisposición de acatar algún tipo de medida reguladora.

3.2.3. La perspectiva de los comerciantes

Las artesanías que en este lugar se manifiestan, sin duda es uno de los escenarios con los que cualquier visitante amante de la cultura viva y auténticas experiencias busca. Los hábiles artesanos que con el pasar del tiempo han logrado perpetuar este arte a través de las generaciones, son aquellos que dieron el primer aliento vital para el funcionamiento y posterior reconocimiento de la Plaza de ponchos.

Con el proceso de construcción de la infraestructura prevista por la arquitecta Tonny Zwollo, se iniciaron críticas en contra de la intervención, mencionando que no era correcto llevar a cabo esta obra por iniciativa de una persona extranjera y que sea mujer. Una reunión se llevó a cabo directamente con los comerciantes indígenas que empezaban a hacer uso del lugar como si hubiese sido algo que siempre estuvo ahí. Con la ayuda de intérpretes se concluyó que la comunidad se encontraba satisfecha y agradecida por las nuevas instalaciones (Female Architecture, 2005), de esta manera Tonny sugiere que la organización de este espacio sea encabezado por personas que sean parte de la actividad, que conozcan la dinámica y puedan defender sus derechos o solicitar apoyo con los fundamentos que solo el amplio conocimiento del sitio, les permita interactuar (Cáceres & Lema, 2020).

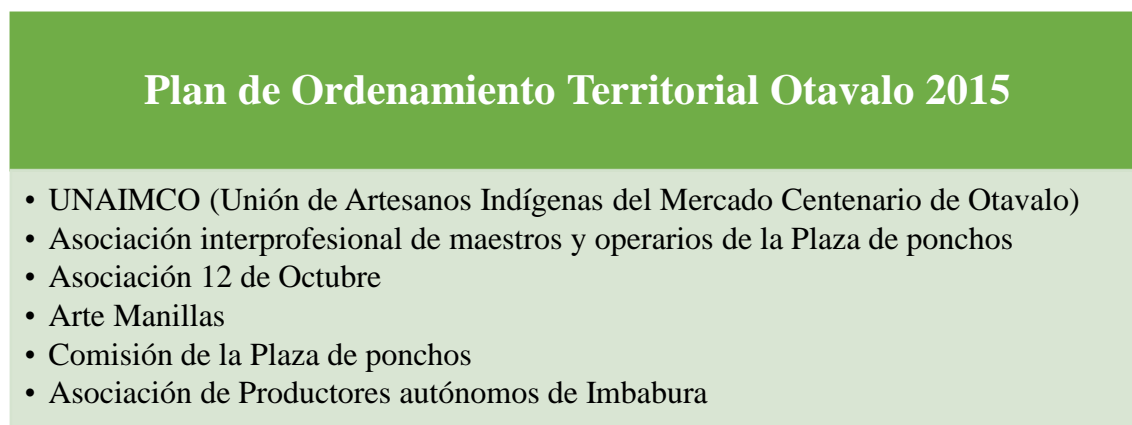
De esta manera, la asociación nace como una plataforma política y sobre todo independiente (Cáceres & Lema, 2020) donde uno de los primeros nombres que resaltan con mayor protagonismo es la UNAIMCO (Unión de Artesanos Indígenas del Mercado Centenario de Otavalo) aproximadamente en 1980, misma que de la mano con otras organizaciones de menores dimensiones, buscaron definir el estado de la plaza en relación a los espacios disponibles para la venta; así varios comerciantes fueron incluyéndose en la apropiación de los puestos, se delimitó la actual distribución que se conoce y las zonas cercanas para aquellos que comercializaban de forma independiente también (Villalba, 2018).

Con la mejora económica que el lugar representaba y el crecimiento del turismo para la época, tener un espacio era indispensable para quienes querían mejorar su nivel de vida y dar a conocer la característica producción artesanal a la que se dedicaban. Sin embargo, todas las iniciativas que no involucraban cobro por utilización del espacio, eran generadas y puestas en marcha por la asociación, quienes empezaban a ver un potencial crecimiento que requería el ampliar el uso del lugar y así dar cabida a más comerciantes; motivo por el cual, una de las primeras acciones fue desterrar de ahí a los jugadores

mestizos de la pelota de mano y a varias vendedoras mestizas también que expendían alimentos preparados (Villalba, 2018). Lo que claramente denota una primera acción que iba enfocada a la expansión del espacio público dentro del margen de una continua búsqueda en la actividad comercial por los habitantes de la localidad, en la cual el ente regulador no tuvo ningún protagonismo y el liderazgo total de gestión recae sobre aquellos que dirigen estas agrupaciones en conjunto con sus integrantes; un motivo más por el cual estos actores difieren en la toma de decisiones hasta la actualidad.

Las opiniones divididas han logrado que estos grupos hayan decidido conformar su propio núcleo, donde estén muy claros sus intereses y aquello que quieren lograr. Según el Plan de turismo cantonal se registran algunas de ellas, mientras que con la perspectiva de los propios involucrados se obtiene un mayor alcance, en función de la participación que se requiere para poner en marcha cualquier acción. Los integrantes de esta primera asociación, tuvieron la sensación de no sentirse representados por la misma; aquel nombre tuvo un uso particular del cual no pudieron formar parte (Cáceres & Lema, 2020).

Figura N° 21. Asociaciones artesanales identificadas en la Plaza de ponchos de Otavalo



Nota. Elaboración propia.

A las mencionadas asociaciones artesanales, se incluyen representantes de las calles cercanas (Pasaje Saona, calles Sucre, Salinas, Modesto Jaramillo y Quiroga) debido al uso e impacto que se ha generado en estos espacios; quienes por sus características forman parte de los residentes como actores partícipes del lugar.

Así se crea hace aproximadamente 10 años, la Asociación interprofesional de maestros y operarios de la Plaza de ponchos con el objetivo de incorporar la visión y realidad de todos quienes laboran diariamente en este icónico sitio; esta se conforma con la dirigencia, que lidera la asociación y propone ideas en beneficio de los involucrados. Por otra parte, se encuentra el equipo técnico, quienes son el soporte multidisciplinario para validar las acciones propuestas y ponerlas en marcha de la mejor manera posible. Aquí se encuentran varios jóvenes profesionales que nacieron en familias con tinte de artesanos y crecieron en la Plaza de ponchos, llegaron a laborar aquí y muchos lo siguen haciendo, creyendo firmemente en que “una nueva generación de artesanos en la plaza”, es posible (Cáceres & Lema, 2020).

De la muestra total analizada, se obtuvo que hay una ligera predominancia del género femenino (54%) entre los comerciantes, cuyo 39% se encuentran ofertando sus productos en este lugar por más de 10 años como parte de hábiles tradiciones familiares que se han pasado de generación en generación. Por tal motivo, la presencia de productores artesanales (63%) es mayor y desde el inicio han tratado de laborar de forma legítima con la autorización de puestos permanentes dentro de la Plaza de ponchos (26%). Otra perspectiva surge del mismo grupo de encuestados, con la opinión de quienes laboran como intermediarios (38%) y en gran parte no han contado con la ventaja de contar con un puesto autorizado en la plaza, por lo que ampliamente encuentran su respaldo la apertura total de la feria sabatina para ubicarse, pese a hacerlo de una manera improvisada (15%).

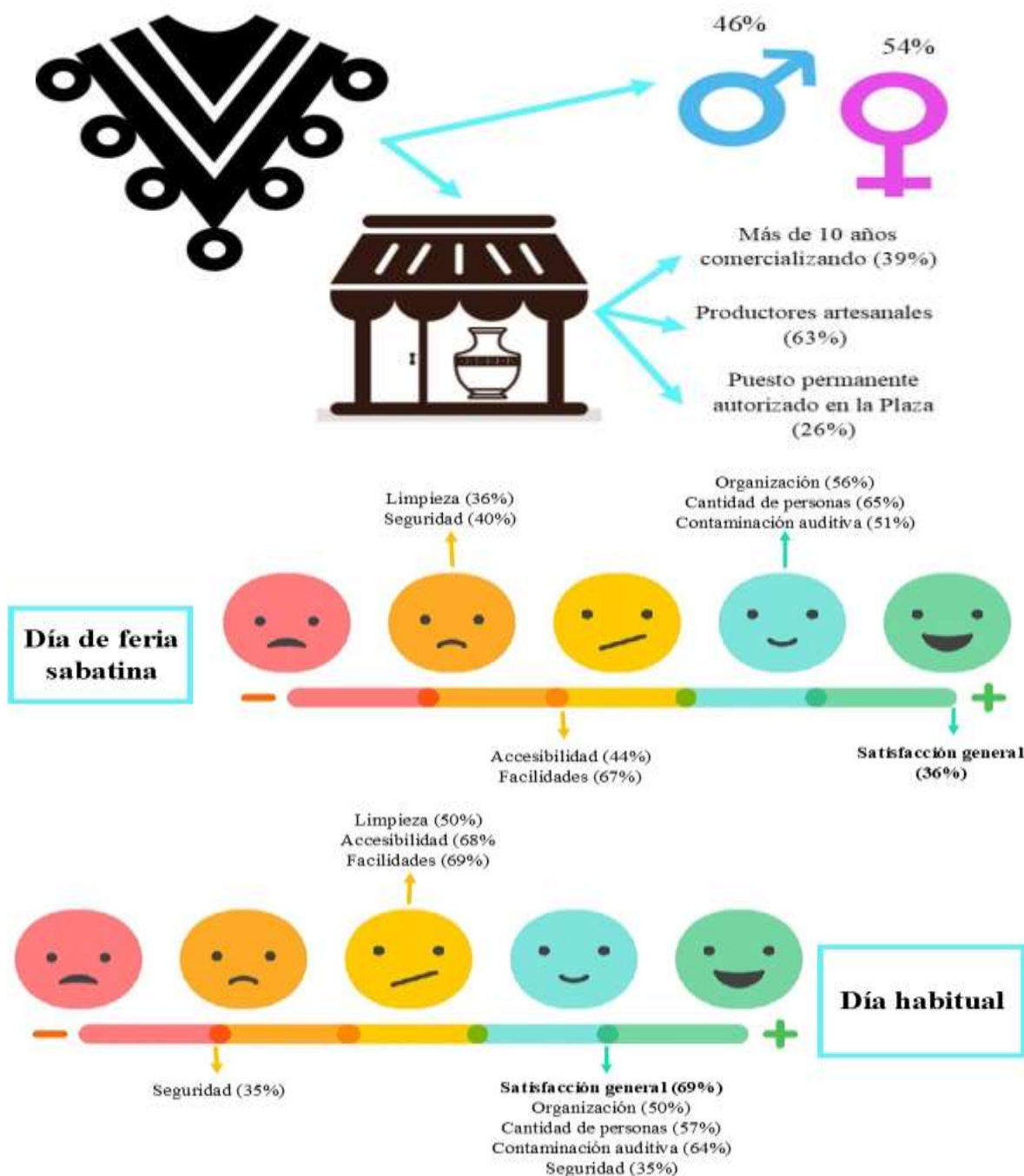
Enfatizando en las agrupaciones sociales y gremios existentes, la idea es clara puesto que no aseveran pertenecer a ninguna asociación; por el contrario, el sentido de pertenencia a este importante sitio, hace que se mantenga el fiel compromiso de participar activamente en cualquier tipo de iniciativa que sea anunciada en beneficio del lugar y todos quienes la conforman.

De la misma manera en que se trabajó con los residentes, la satisfacción que tienen respecto la plaza se realizó en dos momentos. En primera instancia están los días de feria sabatina y resulta un sorprendente 36% que se encuentra muy satisfecho con el lugar de forma general, difiriendo de cierta manera con quienes habitan en esta área. Aspectos con los que se encuentran algo satisfechos corresponden a la organización del espacio (56%), cantidad de personas (65%) y contaminación auditiva (51%); su punto de vista es bastante peculiar pues no se consideran aglomerados; al contrario, opinan que se requiere una mayor expansión para dar lugar a todos los comerciantes que no cuentan con un lugar

permanente, están mayormente conformes mientras más personas vayan porque tienen mayor oportunidad de incrementar sus ganancias y, finalmente el ruido producido los ayuda a llamar la atención de las personas, así que no es perjudicial.

Se sienten indiferentes haciendo referencia a la accesibilidad (44%) y las facilidades turísticas (67%) puesto que consideran, no es una responsabilidad directa de ellos; al contrario, la municipalidad debería tomar parte en ello no solo en días de feria.

Figura N° 22. La perspectiva de los comerciantes de la Plaza de ponchos de Otavalo



Nota. Elaboración propia.

Los aspectos con menor puntuación involucran a la limpieza (36%) y seguridad (40%) del lugar, con los cuales se encuentran poco satisfechos debido a las grandes cantidades de residuos que son generados después de un día de feria y el tema de la seguridad que afecta directamente al entorno independientemente del momento.

El entorno de un día habitual emplaza su satisfacción general en un muy positivo rango de algo satisfecho (69%), acompañado de una considerable mejora de varios aspectos que en el escenario anterior se encontraban más dispersos. La organización del espacio (50%), la cantidad de personas (57%) y contaminación auditiva (64%) progresan significativamente por el simple hecho de no contar con la presión del día de feria; las actividades se desarrollan de forma calmada haciendo que los impactos evaluados no tengan la misma magnitud y los participantes de este espacio tengan más tranquilidad en su jornada de trabajo.

Por última instancia la seguridad tiene una opinión dividida entre poco satisfecho (35%) y algo satisfecho (35%), siendo polos opuestos que denotan una marcada presencia de inseguridad en el área circundante, pero al mismo tiempo se sienten seguros de la plaza.

De la perspectiva de los comerciantes se obtiene como menciona a continuación:

- La distribución de género entre los comerciantes es bastante equitativa y para estar presentes en sus puestos permanentemente, muchas veces buscan apoyo de sus conocidos o familiares cercanos.
- Esta se puede considerar como una importante concentración de productores artesanales (63%) que se encuentran participando de estas actividades con un mínimo de cuatro años y en su mayoría superando los 10 años (sumados 75%), haciendo especial énfasis en el núcleo familiar como base de continuidad en las tradiciones propias a través del tiempo.
- La forma de laborar en la Plaza de ponchos se ha salido de control de cierta manera, en varias muestras se constató que un solo comerciante tiene hasta tres modalidades de trabajo dentro de la misma zona de presión; generando que nuevas oportunidades puedan verse forzadas a limitarse en un puesto improvisado que únicamente puede ser ubicado en las calles.

- Una firme idea de este grupo de estudio es que mientras más personas se encuentren visitando la plaza; existen más posibilidades de generar ingresos y es por esto que los días habituales les causa menos satisfacción en base a esta perspectiva, misma que difiere con los residentes del lugar debido a que en muchos casos los comerciantes no habitan en la zona donde existe mayor presión.
- Se registran opiniones sobre una predominante falta de espacio para terminar de incluir a los demás comerciantes que en muchos casos son productores artesanales y no han tenido la oportunidad de acceder a tan ansiado complemento de trabajo, como es un puesto autorizado para ofrecer sus productos en la Plaza de ponchos. De esta manera, una parte está a favor de ubicarlos en las calles por tener más espacio debido a la posible expansión que se pueda tener de la feria sabatina; por el contrario, otra agrupación no está a favor de la anterior idea, aseverando que únicamente se lograría complicar la actual situación.
- Paulatinamente se ha manifestado una visible intrusión de productos que no corresponden a la identidad propia del lugar, un agente externo que fomenta este particular pueden ser los intermediarios en un intento de diversificar su oferta, incluyendo artículos plásticos o textiles sin el fundamento artesanal con el que los productores han venido trabajando por años. A esto se suma la participación de las ventas informales en los alrededores del lugar, haciendo que la imagen artesanal se torne negativa y distorsionada.
- La infraestructura de la plaza no ha recibido mantenimiento en mucho tiempo, adicionalmente se aprecia una notable destrucción de *kallampas* por ejemplo. La intención de exhibir productos de gran peso y extensión han conseguido que se realicen modificaciones en estas estructuras, al igual que con el espacio usado por cada comerciante; por ende, cada vez requieren más espacio por puesto en lugar de optimizar el que ha sido destinado desde el inicio.
- Los puestos autorizados en el interior de la plaza han sido delimitados en forma empírica, el espacio destinado a cada uno es muy corta haciendo que

queden demasiado juntos. Ahora con la aplicación de protocolos de bioseguridad, se han reorganizado improvisadamente considerando la distancia requerida hasta nuevas instrucciones; por tal motivo, insisten en hacer uso del espacio público manteniendo la feria sabatina en las calles.

- Otro aspecto es la importancia que la Plaza de ponchos representa para todos quienes forman parte de esta comunidad que se ha formado en su alrededor, su firme creencia es que debe existir una priorización de este lugar frente a otros atractivos turísticos locales, considerando que es el más icónico de todos.

3.3. Propuesta de mejoras al modelo de gestión de la Plaza de ponchos

3.3.1. Análisis del panorama internacional y estrategias planteadas para destinos con sobre-turismo

El fenómeno del sobre-turismo se ha convertido en una búsqueda frecuente de soluciones que permitan equilibrar el exceso de visitantes y el confort de los residentes en varios sitios, sin mucho éxito en realidad por el simple hecho que cada destino tiene particularidades distintas que deben ser consideradas y hay muchos problemas de fondo propios de la gobernanza local que no han logrado ser resueltos.

Si la actividad turística es correctamente gestionada, trae consigo varios beneficios a la localidad, pero el escenario contrario es portador de impactos negativos que en la mayoría afectan directamente a los recursos naturales y económicos, sin dejar de lado aquellos relacionados con la sociedad y aspectos culturales propios del destino (Varga, 2018). Y si a esto se le incluye la preexistencia de problemas que no han podido erradicarse en algún tiempo, la oferta llega a superar la demanda y un rápido crecimiento se convierte en una amenaza tanto para el patrimonio como para la población; la fragilidad de este equilibrio suele tener más peso en el lado negativo con fuertes interrupciones culturales que entregan a los visitantes experiencias débiles y de baja calidad (Tourtellot, 2018).

Con las nuevas tendencias que ahora se marcan, hay mucho interés en las actividades al aire libre por ser sitios propicios para evitar aglomeraciones, a diferencia de las urbes. Este tipo de ambientes tienden a exponerse hasta ser emplazamiento de

construcciones que no siempre tienen un diálogo previo con los habitantes ni considerando los posibles impactos a ser causados en el entorno, donde algunos pueden ser irreversibles en tan especiales lugares (Fitzgerald, 2018)

En resumen, los antiguos modelos de gestión turística de cierta manera han fallado “como el resto de la sociedad, en centrarse demasiado en los resultados cuantificables y menos en las personas” (Adamuz, 2020), muchos sitios necesitan intervención antes de la pandemia pero este factor hace que los cambios se requieran con mayor prontitud y sobre la marcha, obligatoriamente algo esencial es cimentar estas nuevas estrategias en la sostenibilidad como paso obligado hacia la reactivación ordenada.

La mercadotecnia en su proceso de innovación de marca debe incorporar a la sostenibilidad y a las dimensiones no tradicionales que ahora forman parte de ella (Institute of Placement Management, 2018); mismas que en nuestra realidad se expresan en los objetivos de desarrollo sostenible y el Plan Nacional de Desarrollo.

La lista de sitios afectados por sobre-turismo en el mundo ha incrementado exponencialmente entre el 2016 al 2019 por varios factores en general, entre ellos: mayor flexibilidad para tomar vacaciones, mejoras económicas en los núcleos familiares y tendencias turísticas inspiradas en filmes, series y videos musicales. El análisis comprende 24 de los atractivos turísticos con mayor gravedad entre culturales y naturales; puntualizando que las consecuencias son distintas en cada atractivo y por lo tanto las estrategias tienen diferentes enfoques.

Figura N° 23. Destinos turísticos del mundo afectados por *overtourism*



Machu Picchu - Perú



Angkor Wat -
Camboya



Taj Mahal - India



Venecia- Italia



Barcelona - España



Kyoto - Japón



París - Francia



Londres - Inglaterra

Amsterdam -
Holanda

Dubrovnik - Croacia



Hanoi - Vietnam



Santorini - Grecia



Bali - Indonesia



Reykjavik - Islandia



Boracay - Filipinas

Nota. Elaboración propia con el apoyo de Getty Images.

Entre los aspectos comunes que se han encontrado, se pueden mencionar los siguientes:

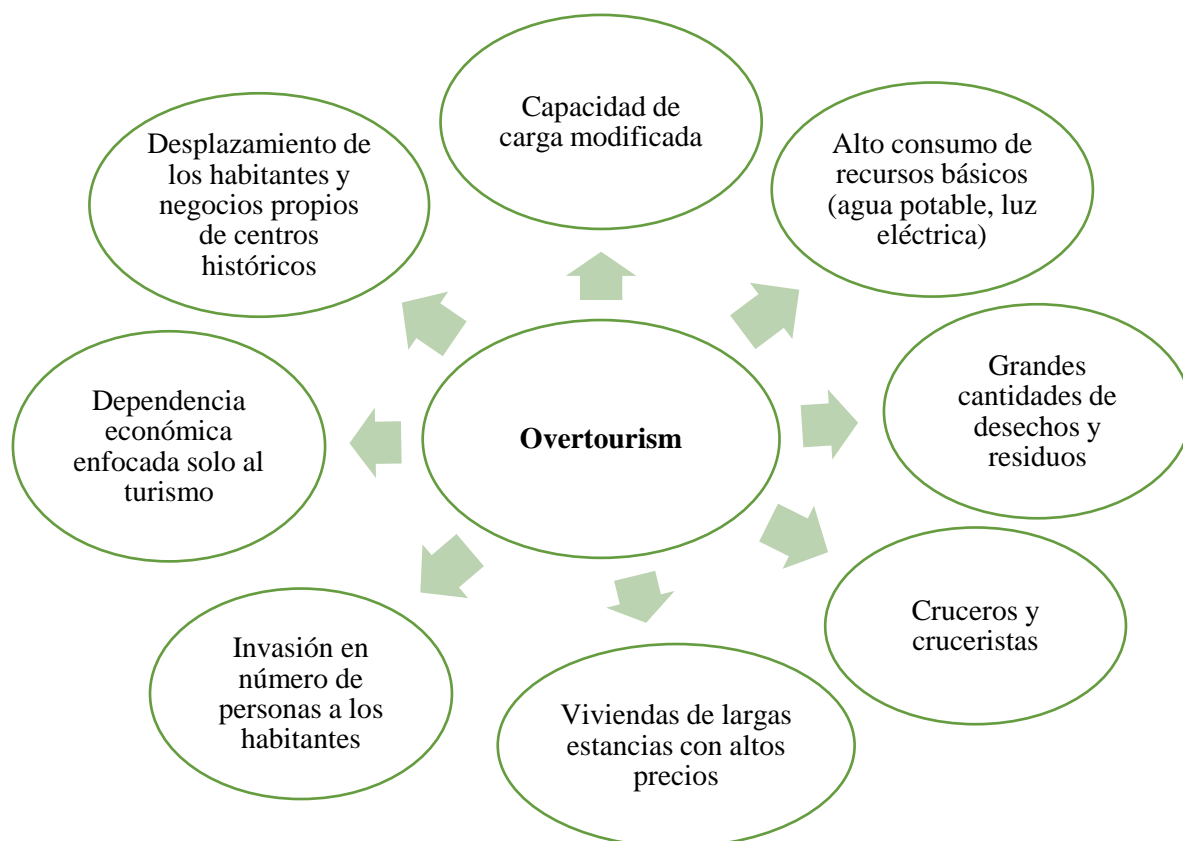
- Varias de las ciudades tienen algún distintivo de trascendencia para la UNESCO o dentro de su casco histórico hay monumentos históricos de la misma importancia (UNESCO World Heritage Center, 2019).
- Sitios arqueológicos como Machu Picchu tienen una capacidad de carga establecida, pero por el acelerado crecimiento han modificado estos valores sin consentimiento de los involucrados ni considerando los potenciales impactos (Observatorio del Turismo Irresponsable, 2017).
- Una creciente demanda requiere mayor consumo de recursos básicos para satisfacerla, muchos de estos recursos apenas tienen cobertura mínima para la comunidad local lo que desata un enfrentamiento continuo que no considera el malestar y las necesidades de los habitantes (Lyxplanet, 2017).
- La excesiva cantidad de basura que la actividad turística genera con las descontroladas visitas es considerada emergencia en varios atractivos, con una cifra récord de recolección de 100 toneladas de basura en un día para el caso de Bali (Mar Nuevo, 2019) y aún no descartan construir islas artificiales para suplir la demanda; por otra parte conseguir que la playa parezca un depósito de aguas residuales como en Boracay o simplemente causando la destrucción del 80% de los arrecifes de coral en Maya Bay, Tailandia (Stall, 2019).
- Otro problema de gran importancia que varios atractivos comparten, es debido a los cruceros. Los puertos se han convertido en una parada donde miles de excursionistas apenas tienen un aproximado de tres horas para recorrer brevemente la ciudad sin dejar beneficios reales al destino por la premura de tiempo y el bajo consumo que realizan en el lugar como es el caso bastante popular de Venecia o Grecia y recientemente Croacia que cuenta con una población aproximada de 5.000 habitantes, pero la visitan 529 embarcaciones que traen consigo 800.00 visitantes en promedio al año (Redacción Tendencias, 2017). Un caso similar es el de Brujas, cuyos puertos han

comenzado a ser frecuentados pero el gasto promedio de cada turista es uno de los más bajos en su área (El Universal, 2019).

- En consecución del problema que antecede, cuando los visitantes duplican, triplican o sextuplican la población del lugar; hay serias desigualdades en el lugar. El casco histórico de ciudades importantes se vuelven intransitables y los precios no solo de los alquileres, incrementa drásticamente como es el caso de Reykjavik (Redacción La Vanguardia, 2017) o Ámsterdam donde en su reducido espacio las tiendas que suplían cualquier variedad de productos han cambiado su giro de negocio a tiendas turísticas de souvenirs o restaurantes que buscan llamar la atención de los visitantes.
- Las viviendas de largas estancias han conseguido elevar los precios de los centros históricos, además de desplazar progresivamente a los locales por este tipo de alojamiento como se ha apreciado en Barcelona, Palma de Mallorca y Londres (Castán, 2016).
- Cuando los destinos cuentan con un atractivo único y muy bien conocido alrededor del mundo, sufren de constantes aglomeraciones alrededor de estas obras de arte y cultura como es el caso de Kyoto donde la concentración de grandes grupos opacaban el florecimiento de sus más bellas flores (Redacción Turista Magazine, 2018) o París y el famoso Museo Louvre que se vio en la obligación de cerrar temporalmente por este mismo motivo (Redacción El Universal, 2019).
- La dependencia económica que una localidad pueda tener con la actividad turística puede llegar a ser perjudicial, debido a que las políticas podrían verse sometidas a cambios repentinos para satisfacer la creciente demanda sin considerar las consecuencias. Un caso es el de Timbu en Bután, un destino considerado de élites pero cuya economía no es variada, han controlado acertadamente el número de turistas pero sin otra alternativa que genere ingresos, se preparan para fortalecer la infraestructura turística y recibir muchos más visitantes (Ethirajan, 2013) o las reconocidas Islas Maldivas con un ecosistema frágil repleto de arrecifes coralinos y su proyecto de construir

islas artificiales como soporte de las actuales estructuras a manera de un gran resort (Rodríguez, 2015).

Figura N° 24. Problemáticas comunes en los destinos afectados por *overtourism*



Nota. Elaboración propia.

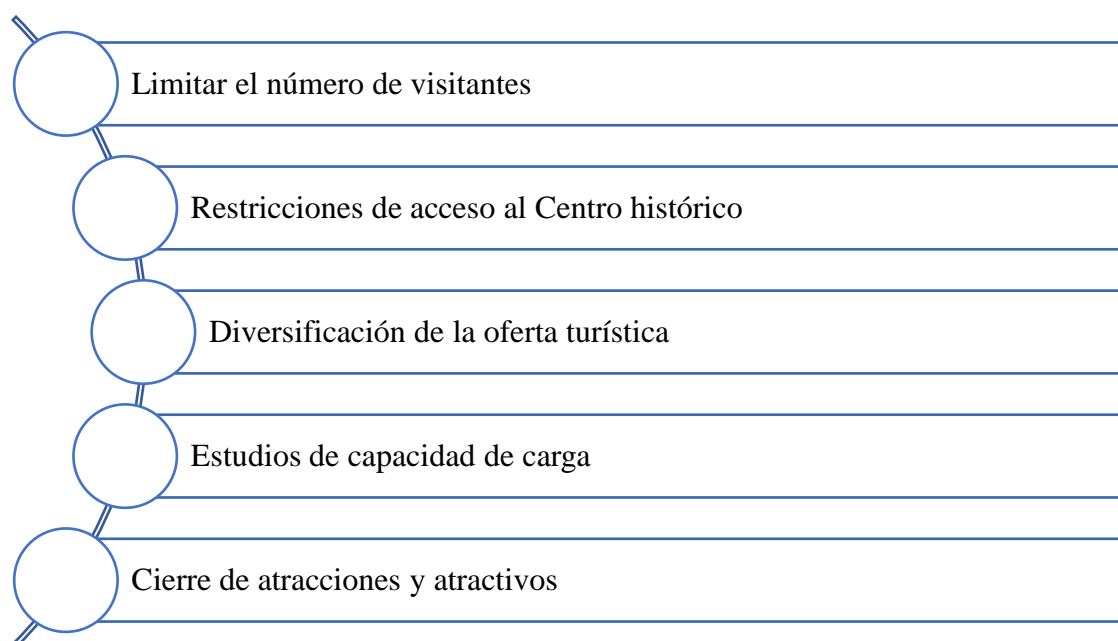
De la misma manera en que los problemas fueron identificados, las alternativas de solución para detener este masivo y perjudicial crecimiento, son variadas según los diferentes países y las políticas que han podido desarrollar según sus intereses y prioridades.

Medidas drásticas como cerrar islas totalmente hasta recuperar parte de su hábitat, pasando por implementación de impuestos o rubros extras a ser pagados en el destino y campañas de concientización para motivar viajeros responsables (Tourtellot, 2018); nuevos estudios de capacidad de carga real para salvaguardar el patrimonio (Varga, 2018) o restricciones que limitan modalidades de alojamiento de larga estancia en las áreas de presión, de la mano con un proceso de diversificación para la oferta turística (Adamuz, 2020).

Después de realizar la identificación de todas las estrategias con los países que formaron parte del análisis, se decidió eliminar Indonesia, Maldivas y México por no considerar acciones para frenar este problema; al contrario, consideran alternativas para incrementar el flujo de visitantes. La estrategia con mayor acogida es limitar al menos a la mitad el número de visitantes independientemente de su medio de llegada al destino, seguida de restricciones para circular o transitar en el centro histórico, una propuesta de diversificación de la oferta y lamentables cierres de los atractivos como acción definitiva hasta recuperar el entorno, refaccionar los atractivos y estructurar un plan con soluciones.

Finalmente, otras medidas que se replican son limitar el tiempo de visita en los atractivos, una nueva planificación del territorio que viene de la mano con una restricción en los permisos de construcción para nuevos establecimientos de alojamiento.

Figura N° 25. Estrategias adoptadas para combatir el *overtourism*



Nota. Elaboración propia.

Producto del análisis vertical de la matriz se muestran a los países que han invertido mayores esfuerzos para mitigar estos impactos causados por el sobre-turismo. El mayor número de acciones previstas ha sido liderado por Holanda, debido a su reducida extensión en comparación con los otros destinos, han optado por acciones de mediano plazo para combatir estos síntomas de la manera más creativa y diversa. Con unos puntos detrás se encuentra Italia, por ser el referente que la imagen negativa de las

aglomeraciones turísticas ha dejado, finalmente figuran Bélgica que ha decidido tomar estrategias prontas en la marcha para no acumular complicaciones, además de Suiza y Perú en beneficio de su patrimonio.

Figura N° 26. Países con mayor número de estrategias frente al *overtourism*

	<p>Holanda Demarketing Regular comportamiento de los visitantes</p>
	<p>Italia Protección de bienes patrimoniales</p>
	<p>Bélgica Denegar permisos nuevos de construcción</p>
	<p>Suiza Limitar plataformas de estancias largas</p>
	<p>Perú Modelos de planificación sostenible</p>

Nota. Elaboración propia.

Es alentadora la iniciativa que han tomado gran número de naciones, considerando que las medidas de bioseguridad y la nueva normalidad a la que el mundo se adapta, se quedarán por mucho tiempo y en caso de incrementos en el flujo turístico, la situación no puede mantenerse como se ha descrito con anterioridad.

3.3.2. Mercados artesanales representativos en Sudamérica

Si un grupo de comerciantes se agrupan en un determinado lugar con el afán de exponer y vender sus productos, se tiene un mercado por definición; por lo que un mercado artesanal tiene este particular, aquellos objetos e invenciones realizados a mano por hábiles artesanos que llevan impregnada su ancestralidad, cosmovisión, imaginación y destreza.

El paseo de los artesanos, Ushuaia - Argentina

La ciudad del fin del mundo cuenta también con un interesante mercado de artesanías al que se le ha denominado el paseo de los artesanos, cuyo nombre formal es Paseo Artesanal Enriqueta Gastelumendi en honor a la famosa talladora artesanal que logró reconocimiento regional como uno de los mayores exponentes culturales.

Este lugar fue inaugurado el 12 de octubre del 2004, día del aniversario de Ushuaia. Al principio fue una galería abierta que albergaba cerca de 26 puestos en la Plaza 25 de Mayo, debido a las fuertes condiciones climáticas propias del sitio se tomó otra estrategia para que pueda funcionar durante todo el año y así en el 2006, se ejecuta el proyecto de la galería actual que incrementó a 49 puestos para artesanos locales; donde priman la diversidad y la calidad de sus obras (Artesanías Ushuaia, 2020). No obstante, se ofrecen también prendas y equipamiento para los viajeros que no trajeron las prendas suficientes que resistan el frío del sitio.

Algo importante es la organización del lugar, el espacio de la galería corresponde a la municipalidad; sin embargo, existe un colectivo de trabajadores independientes del que forman parte los artesanos y son ellos quienes se encargan del mantenimiento de los puestos, gastos de electricidad y calefacción (Pellettieri, 2013) desde hace 15 años atrás aproximadamente.

Con la pandemia y los reciente hechos, el municipio incentivó la propuesta de ofrecer este recorrido virtual creando una página web que muestra la variedad de productos y cuenta con el directorio de todos los artesanos; esto como alternativa hasta que la apertura física fue posible en Junio, pero es una idea que ha tenido importante acogida pues los consumidores la siguen usando (Bouchard, 2020).

Figura N° 27. Paseo artesanal Enriqueta Gastelumendi, Ushuaia



Nota. Adaptado de “Somos nosotros” de Artesanías Ushuaia, 2020.

Mercado artesanal de Tarabuco, Sucre - Bolivia

El origen de este mercado data a la época de los procesos independentistas surgidos en el territorio (siglo XIX) que fue una vez fue conquistado por españoles y se encuentra aproximadamente a 65 kilómetros de Sucre. Este despliegue de colores, es considerado uno de los mejores en la región y tiene lugar todos los domingos del año en la plaza central, donde los comerciantes instalan sus puestos de venta; en su mayoría artesanías, pero es posible encontrar productos agrícolas, cárnicos y la famosa hoja de coca (Bauset, 2017). Adicionalmente, se ha podido apreciar que varios puestos han decidido comercializar productos industrializados que no corresponden al lugar o simplemente los tejidos ya no son elaborados a mano con tintes naturales, lo que disminuye el valor propio de las artesanías.

Algo que llama mucho la atención de todos los visitantes es el uso de la vestimenta típica, tanto que varios estudiosos lo consideran como el pueblo andino que mejor ha conservado sus tradiciones, incluso desde el incario (Pasicznik, 2005). No se ha

encontrado alguna información adicional respecto este sitio, si hay estrategias que hayan querido regularlo o procesos de aglomeración que no hayan podido ser controlados; tampoco se encontraron medidas de bioseguridad para su reactivación a la actualidad.

Figura N° 28. Mercado artesanal de Tarabuco, Sucre



Nota. Adaptado de “*Coloridos mercados de Bolivia – Un domingo en Tarabuco*”, de Vamos Honey, 2017.

Mercados artesanales de Perú

En Perú se puntualizarán dos mercados que se han convertido en sitios imperdibles durante una visita a este país, por reunir artesanías típicas que representan la cultura y habilidad y autenticidad de sus productos.

El primero es el **Mercado indio de Miraflores**, esta área es reconocida por sus dotes e infraestructuras comerciales, aquí es posible realizar compras con los mejores

precios y entre ellas las valiosas artesanías. Lamentablemente no ha sido posible hallar información o relatos que involucren la historia del sitio, simplemente se muestra como una moderna construcción de aproximadamente cuatro bloques donde los artesanos y comerciantes cuentan con un local y un rasgo que impresiona a los visitantes es el uso de la vestimenta tradicional (Raub, 2014). No podría considerarse de la misma categoría que el objeto de estudio por no ser un mercado al aire libre; sin embargo, cuenta con producción artesanal y rasgos similares. Su horario de atención es igual a un establecimiento comercial, todos los días del año y en fechas especiales se organizan festivales de música y danza tradicional; en esos días puede apreciarse que la entrada al lugar o pocas veces las calles circundantes, pueden tener puestos improvisados de artesanos.

Figura N° 29. Mercado indio de Miraflores, Perú



Nota. Adaptado de “*Mercado indio*”, de Four Square City guide, 2012.



Nota. Adaptado de “*Mercado indio*”, de K. Raub, 2014.

El Segundo es el **Mercado de artesanía de Pisac en el Valle Sagrado**, mismo que fue visitado por la Arquitecta Zwollo y del cual tomó inspiración para diseñar la estructura de la Plaza de ponchos en Otavalo.

El origen de este lugar refiere al incario, las bondades de su suelo lo hicieron importante en la agricultura y más tarde la habilidad de sus artesanos sería una motivación que ha traído a un sinnúmero de visitantes, por el colorido del mercado y todas las maravillas que pueden apreciar y adquirir. La ciudad española se fundó cerca de 1570 y desde ahí se ha mantenido esta tradición que ahora es bastante conocida, su ubicación cercana a Cuzco y al estar en el lado oriental del Valle Sagrado, hace que los aventureros decidan quedarse más tiempo para recorrer parte de sus complejos arqueológicos (Boleto Machu Picchu, 2016).

El mejor día para visitarlo son los domingos, hay una importante afluencia los días martes y jueves también, sin dejar de mencionar que está disponible el resto de días en la semana. Se ubican en la plaza central con puestos improvisados y muy cercanos entre comerciantes, el espacio puede ampliarse hacia las calles aledañas en caso de que los artesanos lo consideren pertinente (Boleto Machu Picchu, 2016). Al igual que los ejemplos anteriores, no solo comercializan artesanías, se convierte en una colorida mezcla que lo combinan con productos agrícolas e incluso bebidas tradicionales (Pirwa Hostels, 2016).

Figura N° 30. Mercado de artesanía de Pisac, Perú



Nota. Adaptado de “Mercado Artesanal de Pisac, un día de compras por el Valle Sagrado”, de Pirwa Hostels, 2016.



Nota. Adaptado de “*El Mercado de Pisac en el Valle Sagrado*”, de Boleto Machu Picchu, 2016.

Plaza Rotary, Cuenca - Ecuador

En el Centro Histórico de Cuenca, entre las calles Gaspar Sangurima y Vargas Machuca se encuentra la reconocida Plaza Rotary que fue parte de un proyecto de intervención urbana y sin duda, aportó positivamente a la dinamización comercial, ordenada, segura y turística del sector a través de la venta de variadas artesanías.

Inicialmente, aquí se daba lugar a una estación de transporte interprovincial alrededor de 1960 y el flujo de personas en el lugar, atraía la atención de comerciantes que fueron ubicándose en pequeños kioscos donde se ofrecían productos artesanales tradicionales especialmente sogas y la denominaron Mercado campesino o Plazoleta de las sogas (Arquitectura panamericana, 2018).

Uno de los problemas era la precaria condición de los puestos de los comerciantes que se sostenían con débiles estructuras metálicas cubiertas con plásticos y ninguna visible seguridad; a pesar de ser un espacio público no contaba con ninguna área verde o recreativa, ni señalización alguna. Motivo por el cual, el proyecto pretendía construir 96 puestos de exhibición y venta de artesanías que contaban con iluminación, mobiliario y fachas acorde a los nuevos espacios verdes, pasajes peatonales, batería sanitaria y estación de seguridad (Arquitectura panamericana, 2018). Con la intervención realizada en el 2009, se propuso revalorizar este tradicional espacio con una moderna y ordenada imagen que propicia a los comerciantes exponer sus artesanías y a los visitantes, apreciar y

adquirir toda esta variedad de productos; la plaza se mantiene con fines artesanales, pero puede ser modificada según la necesidad ciudadana (Matute, 2019).

Figura N° 31. Plaza Rotary, Cuenca



Nota. Adaptado de “*Revitalización urbana Plaza Rotary*”, de Arquitectura panamericana, 2018.

3.3.3. Diagnóstico de la Plaza de ponchos

Un atractivo turístico de calidad es aquel que lleva consigo una óptima gestión en todos sus aspectos, enmarcados en la sostenibilidad para que el beneficio de la actividad sea redistribuido por igual, así como las responsabilidades que conlleva cuidar el patrimonio natural y cultural del entorno.

Cuando este modelo de gestión tiene tintes rígidos y no ha sido parte de un proceso participativo que involucre a los principales actores que dinamizan el lugar, varios factores influyen para que la calidad total se vaya debilitando; dando paso a varios

problemas que atentan contra la imagen y prestigio que un sitio pudo haber conseguido con mucho trabajo a lo largo de los años.

Una de las problemáticas más notorias es la brecha existente entre los principales actores que son la base fundamental para el funcionamiento de este atractivo turístico. Por un lado, el ente regulador que ha tenido muy poca participación por la débil apertura de la asociación de operarios que forman parte de la Plaza de ponchos presentando (Lema, 2020), lo que le ha significado una dura batalla para tener un control sobre estadísticas reales que les permitiesen tener una visión más clara sobre las posibles opciones que tendrían para remediar los problemas que se han venido presentando.

Por el contrario, se encuentra la asociación que, por iniciativa propia ha liderado la gestión de este espacio público y asegura que la comprensión de la dinámica de la Plaza, debe hacerse partiendo desde un profundo conocimiento de la cosmovisión andina combinada con una perspectiva comunitaria que lleva una larga trayectoria de rebeliones y logros a lo largo de la historia. Hay un fuerte interés político por la cantidad de personas involucradas de cada familia que forma parte de la historia del lugar, varios buscan esa participación para dirigir tan trascendental e icónico sitio posible (Cáceres & Lema, 2020).

Así se extraen importantes puntualizaciones que permiten comprender parte del distanciamiento entre estos actores, donde la falta de comunicación efectiva es una vital herramienta que ha sido omitida para la socialización de información; la participación e inclusión de quienes están en el diario vivir es imprescindible para conocer la realidad de la situación y las verdaderas necesidades por las que atraviesan. Los niveles superiores de organización suelen mantener la rigidez de sus jerarquías para simplemente imponer ideas que les parece acertadas y cuentan con estudios de muy buena calidad, pero no cuentan con el respaldo de los demás involucrados y es ahí cuando la oposición surge.

Se incluye la perspectiva de los residentes, que de alguna manera han sido tomados en cuenta por las acciones que la asociación ha puesto en marcha, considerando que son actores importantes al ubicarse en el área de presión; pero su influencia es casi nula.

Finalmente, los visitantes. Es lamentable que no se cuenten con estadísticas reales ni un perfil del turista real – potencial que tiene Otavalo como parte de sus principales motivaciones; la gestión de la promoción digital y la información que se muestra en la página de turismo (a pesar de ser no estar actualizada) es un primer referente de importancia que el visitante encuentra para conocer más de su destino. Sin embargo, no

hay atención en los correos electrónicos de contacto para comunicarse de forma virtual y presencialmente es la misma situación, hay un débil manejo de idiomas extranjeros que no permite fluir la comunicación ni aportar con las necesidades de los turistas.

El preámbulo expuesto con las conclusiones rescatadas del punto de vista que cada grupo de estudio expuso en referencia a la Plaza de ponchos, se agrupa en una matriz que permite tener una apreciación global y numérica de los aspectos a tratarse con mayor prioridad. La situación post COVID ha establecido una serie de procedimientos basados en protocolos de bioseguridad para una nueva normalidad que se quedará por un tiempo; por tanto, es la oportunidad ideal para aplicar lineamientos que permitan una reactivación propicia, que no recaiga en el antiguo accionar del lugar.

Tabla N° 9. Matriz para agrupar problemas de las preguntas abiertas en la identificación de problemáticas

Problemáticas	Actor	Actor	Actor	Actor	Actor
	1	2	3	4	5
Productos ajenos que contaminan la identidad de Otavalo	2	1	7	5	1
Ventas ambulantes que no son artesanías		1	3	8	1
Nulo valor agregado	1	1			1
Fomentar espacios y atractivos culturales adicionales	1				1
Considerable reducción en los flujos turísticos			3	4	
Falta de acciones de comercio justo	2			2	
Venta para artesanos, no revendedores			4	3	1
Repartición inequitativa de puestos	1		1	6	1
Desorden de puestos de venta (pocos, muy juntos)		2	6	4	1
Comerciantes informales sin puesto de venta		2	9	8	1
Vendedores ambulantes extranjeros			6	3	
Poco manejo de idiomas extranjeros	1	2	1	2	1
Mala atención de los vendedores		1	2		
Falta de señalización y señalética	2	1	3	2	1
Vandalismo en letreros			2	2	
Falta servicios higiénicos y parqueaderos	1	3	2	5	1
Carencia de información sobre artesanías, historia y cosmovisión	1			1	1
Casas de cambio, cajeros automáticos	1	2		1	1

Pagos <i>contact less</i> , Tarjetas de crédito/débito	1	2		1
Mala distribución del espacio, intransitable		1	2	1 1
Escasos espacios verdes			2	
Escaso saneamiento y presencia de roedores	1	2	4	3
Poco uso del espacio público para fines culturales	1			1
Mal estado de la infraestructura de la plaza			2	4
Incorrecta implementación de medidas de bioseguridad				1
Desunión de los gremios existentes	3		1	1 1
Nulo interés municipal			1	3
No se consideran ideas y propuestas planteadas antes				1
No hay elecciones conjuntas de los representantes			1	1
Residencias destinadas a locales comerciales			1	
Marketing para el sitio	1			

Nota. Elaboración propia

Donde;

Actor 1: Especialistas

Actor 2: Visitantes

Actor 3: Residentes

Actor 4: Comerciantes

Actor 5: Gobierno Autónomo Descentralizado

Varias de las problemáticas reincidieron en algunas de las variables que fueron puestas a consideración; por el contrario se lograron identificar importantes observaciones en aspectos adicionales relacionados a la contaminación de la identidad otavaleña, débil esfuerzo en la conservación de espacios públicos, marcado desorden con los puestos de venta, muy pocas facilidades turísticas como pagos electrónicos y una cierta desunión entre el gremio artesanal-comercial y entes reguladores de la actividad. De esta manera, los problemas han pasado a formar parte de grupos que engloban sus similitudes como muestra el gráfico siguiente.

Figura N° 32. Agrupación de problemáticas adicionales identificadas en la Plaza de ponchos



Nota. Elaboración propia

De esta manera se pueden reestructurar como conclusiones parciales del diagnóstico las siguientes:

- Cada destino debe considerar en planificación mantener actualizado el inventario de atractivos turísticos con el estado de conservación en el que se encuentran, para que la gestión turística tenga una base sólida de la cual partir y mucho más aún cuando se traten de bienes que tienen reconocimientos a nivel internacional, como los otorgados por la UNESCO.
- La sostenibilidad debe ser considerado como un eje transversal para la formulación de políticas, planes y proyectos en cualquier ámbito; esto permitirá promover iniciativas que tengan mejores niveles de aceptación por parte de todos los actores.
- Las tendencias turísticas pueden tener una fuerte influencia en determinados sitios por temporalidades específicas de duración y es por ese motivo que muchas autoridades solo esperan que estos flujos reduzcan, suponiendo que con ello terminaría la problemática por la que atraviesan. En muchos de los

casos, los problemas solo se agravan y la demanda crece exponencialmente; esta combinación crea insostenibilidad y puede llegar a requerir el doble de esfuerzo para combatirla.

- Es acertado mencionar la rapidez de las acciones que se puedan tomar, una vez identificado el problema se debe empezar a plantear alternativas que permitan solucionarlo tras la marcha; mientras más tiempo se espere por un clímax, más complejo será resolverlo.
- Una planificación territorial debe ser integral, económicamente rentable y participativa. El momento que se toman decisiones considerando una sola de las perspectivas presentes en el destino o atractivo turístico, se comete un grave sesgo que excluye tal vez a los actores más importantes para que esta actividad haya conseguido la actual importancia.
- Otavalo y su tradicional mercado artesanal han logrado un posicionamiento muy importante en la región por tener características como la autenticidad, originalidad, diversidad, extensión y magnitud; ante todo por ser netamente de artesanías, existen otros mercados específicos para apreciar la producción agrícola y el intercambio de animales. Una ventaja que distribuye de una mejor manera los intereses tanto de los visitantes como de los comerciantes.
- Los competidores tienen una oferta similar respecto las artesanías y sus derivados; sin embargo, no cuentan con una estructura que haya sido diseñada para estos fines, únicamente lo siguen realizando de manera empírica a través de la apropiación de los espacios necesario para estas actividades. A excepción del caso en Miraflores que pierde el concepto del mercado al aire libre y el caso en Ushuaia que es un modelo positivo de gestión participativa, colaborativa y ordenada.
- Parte del valor agregado en todos los ejemplos es la autenticidad del lugar, los viajeros van en busca de auténticas experiencias y buscan encontrar en estos sitios cumplir sus expectativas. Por lo tanto, las artesanías deben ser reflejo de los valores culturales que la localidad posee, aspectos como la vestimenta

tradicional y que la calidad de los productos sea muy alta. El momento que se inmiscuyen productos ajenos, la oferta pierde credibilidad.

- La intervención urbana en Cuenca es un ejemplo más de que se puede contar con espacios abiertos para las artesanías, donde los comerciantes tienen un espacio versátil para sus productos dentro de un entorno fuera de las aglomeraciones, que cuenta con iluminación, accesibilidad, seguridad, limpieza y ornato.

3.3.4. Diseño de la propuesta en base al modelo de las 5D

Para la propuesta de este modelo, Milano (2018) reúne las principales estrategias que varios destinos han puesto en marcha con la dirección de la Organización Mundial del Turismo, agrupándolas en cinco grandes grupos de los cuales partirán medidas que buscan remediar estas problemáticas acordes a la realidad de cada destino. Brevemente se definirá brevemente cada grupo parte del modelo.

Desestacionalización

La estacionalidad en turismo se ha convertido en un importante reto para muchos destinos, que dependen directamente de esta actividad y donde el clima puede llegar a definir ciertos lapsos donde existen abrumadoras cantidades de visitantes o estas, reducirse a un ínfimo número que puede ser considerada esencial para que el lugar recupere fuerzas y sus atractivos tomen un descanso antes de regresar a su común ciclo. El problema es que la alternativa más tentadora y fácil busca reforzar la infraestructura de alojamiento y alimentación durante la temporada de menor concurrencia, para adelantarse al fuerte flujo de visitantes que la temporada alta traería.

Con una mejora en la imagen del destino, los establecimientos de servicios turísticos tendrían la opción de permanecer más tiempo activos y se estaría atrayendo a un segmento cuyo poder adquisitivo es más alto, y uno de sus intereses es la flexibilidad para su viaje en conjunto a una experiencia de calidad. Incluso para la gestión del destino es importante debido a una reducción de inversión y esfuerzos para mantener el lugar en los estándares adecuados (recolección de basura, cobertura de servicios básicos, seguridad), así como en la protección de su patrimonio (Cardona, 2014).

Diversificación

Cada espacio turístico es poseedor de recursos culturales y naturales, que pueden formar parte de la oferta turística. No obstante, hay varios de estos sitios que se han consolidado como atractivos turísticos y han llegado a ser los más visitados, dejando de lado otros potenciales lugares que pueden formar parte de nuevas “actividades y experiencias turísticas” de una renovada propuesta (Milano, 2018, p.557).

Como parte de las características que un destino turístico sea candidato a obtener certificaciones, se ha considerado la diversificación como una estrategia global para tener incluso inventarios turísticos y catastros de establecimientos actualizados a la fecha, pudiendo ser información de importancia para la toma de decisiones.

Estas acciones pueden agrupar la “potenciación y desarrollo de nuevos productos” y “reacondicionamiento de espacios turísticos consolidados” (Baños Castiñeira, 1998, p.88). Ambas estrategias pueden ser consideradas para un mismo lugar, dependiendo de las complicaciones que tenga en su territorio y en función de los intereses a los que se quiera dirigir estos esfuerzos.

Descongestión

La descongestión intenta redistribuir los flujos de visitantes que generalmente se encuentran acentuados en áreas específicas y muchas de ellas no están en condiciones de recibir la magnitud de flujos de personas que las visitan.

Por el espacio reducido que las urbes poseen, combinado con los accesos y facilidades de movilización que involucran a más actores cada vez; suelen convertirse en puntos fáciles de congestión que desencadena varios problemas anexos y por este motivo al ritmo que se prevé crezcan las ciudades, una correcta gestión debe integrar este punto como parte de la agenda a cumplir (United Nations World Tourism Organization, 2018).

Asimismo, esta estrategia no quiere decir que las grandes cantidades de personas deban trasladarse todas hacia un nuevo punto fuera de la urbe (Milano, Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido, 2018); al contrario, debe formularse un método que permita controlar la capacidad de carga correcta en los sitios afectados y monitorear de cerca a los sitios parte de la oferta diversificada para que no sean alterados en poco tiempo.

Descentralización

La descentralización puede ser comprendida desde dos aspectos, el primero referente al modelo que se aplicará se enfoca un proceso que va de la mano de la diversificación y la descongestión con propuestas alternativas que buscan ofrecer nuevos productos turísticos bajo el marco de una nueva imagen turística más limpia y sostenible que un destino anteriormente masificado pueda tener (Milano, Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido, 2018).

Por otra parte, en el Ecuador se hace referencia a la participación ciudadana en función de la delegación de competencias, esto a las jurisdicciones que forman los diferentes niveles de organización territorial; donde la actividad turística es uno de los varios poderes entregados y así cada organismo autónomo tuviese la autoridad de decidir sobre el futuro que su jurisdicción planea en un futuro respecto a esta actividad (Castro, 2004).

Un destino turístico funciona con la sinergia de varios elementos que lo componen y la convergencia de estas fuerzas puede convertir dar a la gestión un verdadero reto, aun así, una alternativa para combatirla es la cooperación cercana con los involucrados turísticos y no turísticos en los diferentes niveles de organización, incluyendo al sector privado, comunidades, turistas y habitantes (United Nations World Tourism Organization, 2018).

Turismo de calidad (Deluxe)

El turismo de lujo del cual se habla en la propuesta del modelo, refiere principalmente a las políticas de precios que puedan implementarse como medida para contrarrestar los efectos de las aglomeraciones que causan los anteriores efectos ya descritos.

Efectivamente, esta es una estrategia que varios países conscientes del valor de su patrimonio y lo frágil que puede llegar a ser cuando es expuesto a exorbitantes flujos de visitas; además de buscar mayores ingresos que puedan quedarse en el destino con este tipo de segmento de clientes. Sin embargo, esto puede representar una contradicción y un sesgo a la industria, incrementando significativamente los precios sin tomar en cuenta los diferentes tipos de visitantes que forman parte de la dinamización del destino, así como un “encarecimiento de los bienes y productos locales” para los propios habitantes y la “redistribución de los beneficios resultaría mucho más reducida” (Milano, 2018, p.558).

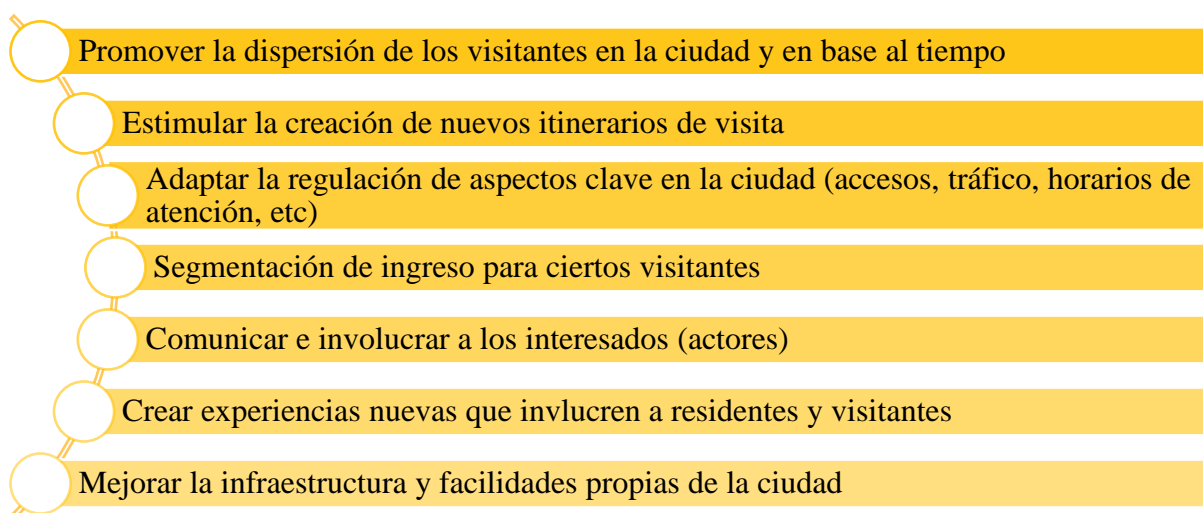
Consecuentemente, es necesario puntualizar que un turismo de lujo necesariamente trae calidad consigo por el hecho de ser más costoso. La calidad total de

un destino es resultado de los esfuerzos conjuntos de cada unidad que conforman los diferentes grupos de actores turísticos, si un establecimiento decide proponer la iniciativa de mejorar sus niveles de satisfacción con un fortalecimiento de la cultura organizacional, empezará por optimizar los recursos y dar mayor importancia a sus colaboradores con un ambiente laboral adecuado, remuneraciones justas y capacitaciones continuas, por mencionar algunos ejemplos. El producto final será verificado con los clientes quienes no necesariamente estaban en condiciones de pagar montos tan altos, pero cumplieron sus expectativas y llevarán una imagen recomendable del lugar, difundiendo su experiencia.

Como un aporte adicional figura el reporte de la Organización Mundial del Turismo, cuyo enfoque ha manifestado la preocupación por el acelerado crecimiento que los núcleos urbanos van registrando de forma exponencial estimando al 2050 un incremento del 70% comparado con las cifras actuales, sin considerar aún los números que representan los turistas urbanos. Todas estas personas usarán una mayor cantidad de recursos, causando impactos en la cultura local y ejerciendo fuerte presión sobre la infraestructura y cobertura de facilidades; por tal motivo, una adecuada gestión de la actividad permitirá una redistribución equitativa en armonía con todos los actores involucrados (United Nations World Tourism Organization, 2018), sin que la balanza se incline a favor de un solo actor involucrado.

Para fortalecer el compendio de estrategias, se tomaron lineamientos que se acoplan de forma general al panorama de estudio en la Plaza de ponchos.

Figura N° 33. Agrupación de problemáticas adicionales identificadas en la Plaza de ponchos según informe de la OMT



Nota. Elaboración propia

Los lineamientos planteados en el mencionado informe, dan una perspectiva global de las estrategias en las que se debe profundizar siendo acopladas a la realidad por la que el sitio o atractivo turístico atraviesa. En un primer momento se buscó ubicar la posición de los grupos de problemáticas identificados como parte del diagnóstico, en función de los componentes que el modelo de las 5D propone, como se muestra en la tabla siguiente.

Tabla N° 10. Matriz de asignación de problemáticas a componentes del modelo 5D

Problemáticas	Modelo de las 5D				
	1	2	3	4	5
Comercialización y puestos de venta	x				
Diversificación de la oferta turística		x			
Reacondicionamiento de atractivos		x			
Producción artesanal e identidad			x		
Planes integrales y estudio de impactos			x		
Facilidades turísticas		x			
Gestión del espacio público		x	x		
Marketing y campañas de sensibilización				x	
Gestión participativa del territorio				x	
Atención y servicio al cliente					x
Control y seguimiento de acciones					x
	Total	1	4	3	2

Nota. Elaboración propia

Donde;

1: Desestacionalización

2: Diversificación

3: Descongestión

4: Descentralización

5: Turismo de calidad (Deluxe tourism)

Con los totales que corresponden a cada columna, se aprecia rápidamente que el componente de diversificación integra la mayoría de problemáticas encontradas, seguido

de las acciones orientadas a la descongestión. Adicionalmente se observa que los componentes descentralización y turismo de calidad agrupan dos problemas cada uno, para finalizar con la desestacionalización que incluye una sola problemática.

Por consiguiente, considerando los problemas que forman parte de cada componente, se establecen estrategias orientadas a solucionarlos de la mejor manera, tomando como base los antecedentes del presente estudio.

Tabla N° 11. Detalle de estrategias propuestas por componentes del modelo 5D

Componentes del modelo 5D	Estrategias
Desestacionalización	Delimitar la feria sabatina para ventas mayoristas y turísticas
	Asegurar la disponibilidad del mercado artesanal toda la semana
	Redistribuir los puestos de venta
	Limitar la apertura de nuevos establecimientos
Diversificación	Actualizar el inventario de atractivos
	Actualizar el catastro de establecimientos turísticos
	Promover el diseño de circuitos turísticos dinámicos
	Crear o modificar nuevos productos turísticos participativos
	Implementar un Pasaporte turístico con beneficios
	Incentivar descuentos en los atractivos nuevos
	Mejorar infraestructura y espacios de la Plaza de ponchos
	Implementar el concepto de ciudad jardín
Implementar señalética informativa, interpretativa	
Descongestión	Asignar sitios menos concurridos para eventos
	Optimizar tiempos de visita y horarios de atención
	Salvaguardar el patrimonio, rescatar la identidad cultural y revalorizar la producción artesanal
	Analizar de forma integral la potencialidad, desarrollo, gestión e impactos en el territorio
Descentralización	Planificar la urbe de forma sostenible
	Motivar procesos de innovación para valor agregado
	Iniciar un proceso de renovación de la marca
	Fomentar cultura de reciclaje en la urbe
	Incentivar producciones limpias y sancionar contaminantes
	Implementar un modelo de gestión participativo con actores clave

	Promover fondos ambientales y acciones de comercio justo
Turismo de calidad	Conformar un grupo para gestión del turismo con reuniones permanentes
	Capacitar periódicamente a los actores clave

Nota. Elaboración propia

Las estrategias propuestas, siendo aplicadas paulatinamente pretenden fortalecer el modelo de gestión, aliviando las problemáticas que han permanecido por varios años en el atractivo turístico. La acumulación de estos problemas únicamente ha conseguido que una imagen negativa sea líder en la percepción de los actores clave que son parte de la dinámica social del entorno objeto de estudio.

3.3.5. Evaluación de la propuesta

Tras la identificación de las estrategias en cada uno de los componentes que corresponden al modelo 5D, es importante establecer una serie de indicadores que permitan dar seguimiento a las sugerencias realizadas para el modelo de gestión del lugar, en favor del atractivo turístico Plaza de ponchos.

Tabla N° 12. Detalle de estrategias propuestas por componentes del modelo 5D

Componentes del modelo 5D	Estrategias	Indicadores
Desestacionalización	Delimitar la feria sabatina para ventas mayoristas y turísticas	Número de comerciantes mayoristas presentes el día sábado Número de artesanos presentes para el día sábado
	Asegurar la disponibilidad del Mercado artesanal toda la semana	Número de artesanos disponibles cada día de la semana
	Redistribuir los puestos de venta	Número real de puestos disponibles en la Plaza de ponchos Número real de comerciantes y artesanos habilitados Evolución del uso y ocupación del suelo
	Limitar la apertura de nuevos establecimientos	Número de establecimientos en espera de aprobación

Diversificación	Actualizar el inventario de atractivos	En 6 meses actualizar el Inventario de atractivos turísticos
	Actualizar el catastro de establecimientos turísticos	En 6 meses actualizar el Catastro de establecimientos turísticos
	Promover el diseño de circuitos turísticos dinámicos	En 3 meses definir al menos 3 temáticas para circuitos turísticos en la zona
	Crear o modificar nuevos productos turísticos participativos	En 3 meses participar en la creación/modificación de al menos 5 nuevos productos turísticos
	Implementar un Pasaporte turístico con beneficios	Número de personas que adquirieron el pasaporte turístico Número de establecimientos beneficiados por el uso del pasaporte turístico Volumen de ventas de artesanías locales
	Incentivar descuentos en los atractivos nuevos	Número de descuentos registrados por establecimiento Número de visitantes acreedores de descuentos por establecimiento/servicio
	Mejorar infraestructura y espacios de la Plaza de ponchos	En 3 meses remodelar el área interna y contigua a la Plaza de ponchos
	Implementar el concepto de ciudad jardín	Número de jardines urbanos implementados
Implementar señalética informativa, interpretativa	En 3 meses implementar señalética turística e informativa en puntos específicos de la ciudad	
Descongestión	Asignar sitios menos concurridos para eventos	Número de sitios con su respectiva capacidad Número de eventos y festividades con estadísticas promedio de asistentes
	Optimizar tiempos de visita y horarios de atención	Tiempo de visita por persona en atractivos turísticos Número real de visitantes por atractivo turístico
	Salvaguardar el patrimonio, rescatar la identidad cultural y revalorizar la producción artesanal	En 6 meses realizar una propuesta de planificación del patrimonio para uso turístico que contenga un estudio para valorar la producción artesanal y sus rasgos característicos que permita fortalecer la identidad cultural

	<p>En 6 meses elaborar un plan integral de desarrollo y gestión participativa que involucre un estudio integral de impactos (ambientales, territoriales, sectoriales y específicos en atractivos turísticos) y permita definir capacidades de carga para los diferentes atractivos turísticos</p> <p>Número de contadores de personas digitales implementados</p> <p>En 6 meses realizar una propuesta de planificación urbana sostenible, incluyendo un estudio de viabilidad para adecuar zonas de parqueo alejadas de los puntos de presión y peatonizar áreas exclusivas</p> <p>Evolución temporal de producción de residuos urbanos/habitante/año</p>
Descentralización	<p>Motivar procesos de innovación para valor agregado</p> <p>En 6 meses realizar talleres con los prestadores de servicios turísticos para motivar la creatividad e innovación en su operación y servicios</p>
	<p>Iniciar un proceso de renovación de la marca</p> <p>En 6 meses realizar un estudio de mercado enfocado al marketing de experiencias y <i>slow tourism</i>, que permita definir el perfil del visitante real y potencial</p>
	<p>Fomentar cultura de reciclaje en la urbe</p> <p>En 6 meses diseñar dos campañas de sensibilización; una para motivar la cultura de reciclaje en los habitantes y otra para concientizar a los turistas</p> <p>Evolución temporal de producción de residuos urbanos/habitante/año</p> <p>Evolución temporal de reciclaje urbano/habitante/año</p> <p>Número de personas alcanzadas con las campañas</p>
	<p>Incentivar producciones limpias y sancionar contaminantes</p> <p>Número de ordenanzas propuestas contra las principales fuentes de contaminación identificadas</p> <p>Porcentaje de reducción del uso de fundas plásticas como parte de la venta de artesanías</p> <p>Volumen de productos con eco etiquetas, eco envases o eco empaques</p>

	Implementar un modelo de gestión participativo con actores clave	Número de actores sociales involucrados con la actividad turística Número de actores involucrados con la actividad comercial Número de sesiones realizadas para socialización de proyectos Número de asistentes en las sesiones y elecciones realizadas
Turismo de calidad	Promover fondos ambientales y acciones de comercio justo	Monto asignado para fondos ambientales Número de artesanos habilitados con sus respectivos productos
	Conformar un grupo para gestión del turismo con reuniones permanentes	Número de sesiones conjuntas realizadas para toma de decisiones, seguimiento y evaluación de actividades Número de asistentes en las sesiones convocadas
	Capacitar periódicamente a los actores clave	Rapidez en la respuesta de los actores clave Número de personas capacitadas
		Número de medios disponibles para socializar la percepción de los actores Evolución de opiniones, quejas, reclamos y sugerencias

Nota. Elaboración propia

El compendio de estrategias planteadas busca aliviar directamente los síntomas negativos que el atractivo turístico ha venido atravesando con el paso del tiempo, muchos de ellos presentes desde la realización del Plan de turismo cantonal, un instrumento de vital importancia al ser el turismo la segunda fuente diversificadora de la economía.

Ha sido posible contrastar las percepciones que los actores sociales tienen respecto a la gestión y condiciones en las que la Plaza de ponchos se viene desarrollando, un aspecto que varias veces ha sido omitido y como efecto de aquello, un sinnúmero de alternativas ideadas con anterioridad han quedado estancadas y olvidadas por simples detalles como problemas de comunicación y acciones integradoras que puedan fomentar la participación equilibrada de todos quienes forman la interacción propia de la actividad turística, como parte de una imagen que forma parte de la mentalidad que cada visitante se lleva del lugar.

CONCLUSIONES

Tras el exhaustivo proceso investigativo realizado, se obtienen vitales puntualizaciones que responden directamente a los objetivos planteados inicialmente como resultados globales del proceso, partiendo de lo específico a lo general.

- La idea principal que motivó la intervención de la más tarde reconocida Plaza de ponchos estuvo enfocada en una estructura innovadora y utilitaria para dinamizar la producción artesanal y la economía local de los habitantes, un mercado al aire libre en el que los visitantes tendrían una experiencia auténtica y al mismo tiempo la comunidad reconocería la importancia de conservar sus costumbres, tradiciones y patrimonio.
- El atractivo turístico forma parte de un modelo de gestión vigente; sin embargo, el ordenamiento idóneo en su espacio y la organización de sus actores, no han concretado acciones que permitan cumplir las estrategias previstas y esto ha dado paso al surgimiento de varias problemáticas en su entorno.
- Este lugar rápidamente se convirtió en un punto de notable atención, a lo que se añaden disposiciones para clasificar los productos ofertados siendo distribuidos en distintos días; consiguiendo así la estacionalidad de la feria los días sábados, lo que desencadena una fuerte presión en el área. El sábado sería el día ideal para todos quienes buscan formar parte de la ansiada mejora en la calidad de vida para sus familias a través de esta actividad comercial.
- Es evidente que el atractivo turístico en mención no cuenta con estudios ni alcances de capacidad de carga y es ahí que se origina el desequilibrio que puede dar paso al sobre-turismo. La oferta excede la demanda, la inequitativa repartición de puestos hace que las calles se conviertan en lugares improvisados para la venta y en la opinión de muchos, la mejor solución es ampliar el alcance de la feria invadiendo el espacio público sin el consentimiento de todos los actores.

- La expectativa de los visitantes (extranjeros principalmente) los acompaña desde su país de origen, la imagen comercial del mejor y más grande mercado artesanal de Sudamérica que solo puede ser visitado como tal un día sábado, se disuelve al contrastar la realidad que el lugar les ofrece. La experiencia que les deja su visita es el de un lugar sobrevalorado, que ha perdido paulatinamente su valor auténtico y carece de facilidades básicas para una estadía placentera.
- Los residentes cuentan también con una opinión propia y, si bien no han llegado al clímax de la situación para dejar sus viviendas en busca de otro sitio; han averiguado la manera de irse adaptando con la actividad turística, por lo que las malas condiciones de gestión que ha tenido la feria sabatina ha sido un aspecto que lo sobrellevan por costumbre, no por satisfacción.
- Una de las alternativas encontradas por los residentes es el emprendimiento, modificando sus propiedades para convertirlas en establecimientos alineados al turismo, administradas por los mismos propietarios o rentadas a otras personas. Se añade que el sector contiguo a la Plaza de ponchos ha conseguido incrementar el valor de la plusvalía, al ser la zona comercial de mayor importancia; sin embargo, por este exponencial crecimiento consideran que el área ya no es residencial a pesar de tener varios servicios a disposición muy cercanos.
- Los comerciantes suman su aporte y difiere con las perspectivas anteriores, a pesar de ser actores en el mismo atractivo. Con el débil lazo que existe entre las asociaciones y el ente autónomo descentralizado, su alternativa fue idear un modelo propio de organización basado en la participación de todos los involucrados, donde la unión hace la fuerza y permite dirigir sus esfuerzos a los objetivos propuestos en beneficio de la comunidad.
- Desafortunadamente, este aislamiento hace que ninguno de los modelos de gestión haya podido retomar el control de todos los problemas que enferman a la Plaza de ponchos. No existe control en las modalidades de trabajo para comerciantes, incrementa la informalidad en las ventas, la intermediación de

productos se hace presente con estrategias lejanas al comercio justo que pone en desventaja a los productores artesanales, se destruye la infraestructura en busca de más espacio para exhibir productos con mayores dimensiones, se ha invadido el espacio público improvisando puestos frente a locales comerciales y obstruyendo el paso peatonal, fomentando la inseguridad, contaminación auditiva y la generación de grandes cantidades de residuos sólidos que representan inversiones públicas adicionales para cumplir con la limpieza del área. Aquello denota que prevalecen los intereses económicos sobre los verdaderos valores que enmarca este sitio parte de la memoria histórica y la imagen turística de Otavalo.

- Un aspecto que comparten los involucrados es respecto la intrusión de productos que no corresponden a la identidad artesanal característica del lugar; realmente no se enfoca a la industrialización de la producción, sino en la comercialización de artículos ajenos a la artesanía como plásticos de uso doméstico, prendas de vestir a base de poliéster, calzado deportivo, entre otros; haciendo que la autenticidad mostrada pierda credibilidad.
- La sostenibilidad se combinó sutilmente entre los componentes del modelo de las 5D para formular estrategias a ser consideradas con rapidez en la gestión del destino, que para iniciar debe tornarse verdaderamente inclusiva y participativa, evitando exclusiones. Un mapeo de actores cuidadosamente realizado permitirá tener una sólida base para interactuar con los involucrados correctos, captando sus perspectivas y haciéndolos formar parte de un proceso más amigable desde la concepción de un proyecto, hasta su ejecución y/o abandono.
- Será importante brindar especial atención al sentimiento que los actores sociales de un área presionada tengan antes de poner en marcha proyectos que más tarde no sean parte de su perspectiva y, por tanto, no cuenten con su apoyo. De esta manera se podrá optimizar recursos y el desarrollo de la urbe seguirá manteniendo su equilibrio con una continua reciprocidad de ideas y aportes.

- Otavalo tiene ventajas como destino que pueden ser aprovechadas para consolidar una imagen renovada del lugar, que ponga de manifiesto los valores culturales auténticos que han permanecido fervientes con el pasar de generaciones y así logren fusionar el reconocimiento internacional obtenido con la correcta implementación de medidas de bioseguridad. A diferencia de los mercados artesanales estudiados, este distribuye su diversidad y variedad de tal manera que varias experiencias se pueden generar según las motivaciones de los visitantes.

RECOMENDACIONES

Contrastando los aportes previos, surgen a manera de sugerencias ideas que permitirán alentar los aspectos positivos hallados, así como evitar posibles consecuencias negativas para el atractivo turístico objeto de estudio y el destino en general.

- Implementar estrategias de comunicación efectiva en todos los niveles de organización que permitan construir una interacción social más comprometida con el bien común de la ciudad, buscando la colaboración de los diferentes actores para dialogar respecto ideas o posibles intervenciones que beneficiarán tanto al destino como a sus habitantes.
- Desarrollar estudios integrales tomando la sostenibilidad como eje transversal principal para planificar estratégicamente el territorio en función de sus recursos, atributos, reconocimientos, logros y puntos débiles; dentro de un escenario real que busque metas realizables en los lapsos pertinentes, y que estas sean una actividad inicial imperdible en cada cambio de autoridades, permitiendo asegurar la continuidad de los propósitos planteados.
- Valorizar la producción artesanal, aquellos rasgos propios y procesos tradicionales que han definido a este arte; por el cual lo reconocen dentro y fuera del país, para tener información base que cimenten lineamientos, empleados más tarde para discernir entre los productos de calidad que conforman parte de la oferta en el destino. Las artesanías se consideran un reflejo de la cultura viviente, al igual que sus costumbres y vestimenta tradicional.
- Actualizar la información turística del destino es primordial para lograr una gestión y/o planificación adecuada, con datos verídicos sobre el número de establecimientos registrados, autorizados o en lista de espera para ser aprobados; de igual manera con los atractivos turísticos, conocer sus estadísticas, estado de conservación y posibles riesgos harán que se puedan

repensar las decisiones sobre el futuro del destino con un panorama más amplio y acertado.

- Fortalecer la división municipal que dirige las estrategias enfocadas en la actividad turística. Es posible que el destino cuente con muy buena promoción digital pero también se aprecia una página web con información desactualizada, puntos de información turística que suelen permanecer cerrados o no proporcionan datos de importancia por tener al idioma extranjero como limitación (al igual que en varios establecimientos), escasos sitios de parqueo y servicios higiénicos en buenas condiciones, cajeros automáticos funcionales o una mayor aceptación de pagos electrónicos, por mencionar algunos.
- Fomentar la participación de los ciudadanos y visitantes, proponer campañas de sensibilización que permita predefinir un comportamiento ético durante la visita. Por un lado, que los habitantes se sientan motivados a brindar servicios de calidad siendo auténticos embajadores de su legado cultural; y por otro, que los turistas comprendan la cosmovisión dentro del sitio al que se dirigen para que puedan desenvolverse con respeto y total libertad interactuando con la comunidad.
- Facilitar la obtención de información para el desarrollo de proyectos de investigación, al igual que una mayor colaboración para efectos académicos; la información de contacto que muestran en las diferentes páginas web, no tiene respuesta ante ninguna solicitud.

REFERENCIAS

- Acerenza, M. Á. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Trillas.
- Adamuz, J. A. (30 de Abril de 2020). *Las claves del turismo post COVID19*. Recuperado el 31 de Agosto de 2020, de National Geographic:
https://viajes.nationalgeographic.com.es/lifestyle/turismo-despues-coronavirus_15469
- Arquitectura panamericana. (24 de Enero de 2018). *Revitalización urbana Plaza Rotary*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de
<http://www.arquitecturapanamericana.com/revitalizacion-urbana-plaza-rotary/>
- Artesanías Ushuaia. (2020). *Sobre nosotros*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de
<https://artesaniasushuaia.com/sobre-nosotros.html>
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (20 de Octubre de 2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Obtenido de Registro oficial 449:
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de <https://amevirtual.gob.ec/wp-content/uploads/2017/04/08-CODIGO-ORGANICO-DE-ORGANIZACION-TERRITORIAL-COOTAD.pdf>
- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2011). *Ley Orgánica de la economía popular y solidaria y del sector financiero popular y solidario*. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de
<https://www.seps.gob.ec/documents/20181/25522/LEY%20ORGANICA%20DE%20ECONOMIA%20POPULAR%20Y%20SOLIDARIA%20actualizada%20noviembre%202018.pdf/66b23eef-8b87-4e3a-b0ba-194c2017e69a>

- Asamblea Nacional Constituyente del Ecuador. (2018). *Código Orgánico del Ambiente*. Recuperado el 16 de Mayo de 2020, de <https://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/09/Codigo-Organico-del-Ambiente.pdf>
- Baños, C. (1998). La oferta turística complementaria en los destinos turísticos Alicantinos: Implicaciones territoriales y opciones de diversificación. *Investigaciones geográficas*(19), 85-103. Recuperado el 6 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/176/17654249005.pdf>
- Bauset, J. L. (2 de Mayo de 2017). *Visita del Mercado de Tarabuco en Bolivia*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de Viajefilos: <https://viajefilos.com/visita-del-mercado-de-tarabuco-en-bolivia/>
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación (administración, economía, humanidades y ciencias sociales)*. Bogotá: Pearson.
- Boleto Machu Picchu. (22 de Agosto de 2016). *El Mercado de Pisac en el Valle Sagrado*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de <https://www.boletomachupicchu.com/mercado-pisac-valle-sagrado/>
- Bouchard, H. (28 de Mayo de 2020). El Municipio colaboró con artesanos para diseñar un paseo virtual. *Diario del fin del mundo*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de <https://www.eldiariodelfindelmundo.com/noticias/2020/05/28/86903-el-municipio-colaboro-con-artesanos-para-disenar-un-paseo-virtual>
- Buitrón, E. (2019). *Diseño arquitectónico de un mercado artesanal en la ciudad de Otavalo sector "Plaza de Ponchos"*. Recuperado el 1 de Abril de 2020, de Universidad Internacional SEK: <https://repositorio.uisek.edu.ec/handle/123456789/3457>
- Bulla, V. (14 de Septiembre de 2020). Entrevista Office Manager CE Travels Ecuador. (M. J. Espín, Entrevistador)

- Bustillos, B. (2013). *Plan de Ordenamiento Territorial turístico del Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura, para fomentar el desarrollo de la actividad turística*. Recuperado el 1 de Abril de 2020, de Universidad Tecnológica Equinoccial: <http://repositorio.ute.edu.ec/xmlui/handle/123456789/13417>
- Cáceres, A., & Lema, W. (21 de Septiembre de 2020). Entrevista Asociación de la Plaza de ponchos. (M. J. Espín, Entrevistador)
- Cardona, J. R. (2014). La Estacionalidad Turística e sus Potenciales Impactos. *Rosa Dos Ventos*, 446-468. Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/4735/473547041009.pdf>
- Castán, P. (21 de Agosto de 2016). *Los propios viajeros se quejan de exceso de turistas en Barcelona*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de El Periódico: <https://www.elperiodico.com/es/barcelona/20160821/los-propios-viajeros-se-quejan-de-exceso-de-turistas-en-barcelona-5335385>
- Castro, E. (2004). *La descentralización de las competencias turísticas en el Ecuador*. Recuperado el 6 de Septiembre de 2020, de http://www.cordanec.com/Descargas/Turismo/III_1.PDF
- Congreso Nacional del Ecuador. (2002). *Ley de Turismo*. Recuperado el 11 de Mayo de 2020, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO>.
- Congreso Nacional del Ecuador. (2004). *Reglamento a la Ley de Turismo*. Recuperado el 11 de Mayo de 2020, de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2015). *Guía Metodológica para proyectos y productos de Turismo Cultural Sustentable*. Obtenido de <https://www.cultura.gob.cl/wp-content/uploads/2015/01/guia-metodologica-turismo-cultural.pdf>

De Bruin, K. (20 de Julio de 2020). Entrevista representante de ventas en Holanda. (M. J. Espín, Entrevistador)

Diario La Hora. (14 de Octubre de 2015). Se elabora el Plan de Desarrollo Turístico Cantonal. *Diario La Hora*. Recuperado el 1 de Abril de 2020, de <https://www.lahora.com.ec/noticia/1101873778/se-elabora-el-plan-de-desarrollo-turc3adstico-cantonal>

Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Local de Otavalo. (2020). *Otavalo Travel*. Recuperado el 2 de Abril de 2020, de <http://www.otavalo.travel>

Duarte, M. (2013). *Planificación y control de proyectos*. Recuperado el 27 de Agosto de 2020, de EALDE Business School:
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/44144377/Diagramde_pareto.pdf?1459094327=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DDiagrama_de_Pareto.pdf&Expires=1598583135&Signature=NwbwkKTtDcYV6u7kTHsFVmfJUIzZWb95Qhg~isaJEDD0AF9HfQ6ya~dD5UNwc3Vmbhk-hARZu

El Universal. (18 de Septiembre de 2019). *Lugares que ya no quieren más turistas*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <https://www.elimparcial.com/estilos/Lugares-que-ya-no-quieren-mas-turistas-20190918-0088.html>

Entorno turístico. (2020). *Glosario de Turismo*. Recuperado el 3 de Abril de 2020, de <https://www.entornoturistico.com/glosario-de-turismo/>

Ethirajan, A. (11 de Noviembre de 2013). Bután: golpe de realidad para un país feliz. *BBC News Mundo*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de https://www.bbc.com/mundo/noticias/2013/11/131103_butan_enfrenta_problemas_economicos_finde_bd

- Fayos-Solá, E. (1994). Competitividad y calidad en la nueva era del turismo. *Estudios turísticos*, 5-10. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2203453>
- Female Architecture. (2005). *Designing as an answer to the nature*. Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de Indian Markets: <http://www.femalearchitecture.com/en>
- Fitzgerald, S. (6 de Julio de 2018). *Avoid Crowds at Popular Destinations and Try These Hidden Gems*. Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de National Geographic: <https://www.nationalgeographic.com/travel/features/overtourism-alternative-destinations-to-visit/>
- Four Square City guide. (2019). *Mercado indio*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de <https://es.foursquare.com/v/mercado-indio/4dc099154b2210e0461304b0/photos>
- Getty Images. (2020). *Getty Images*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <https://www.gettyimages.es/fotos/santorini?license=rf&phrase=santorini&sort=mostpopular#license>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (16 de Abril de 2012). *Ordenanza sustitutiva para la prevención, regulación y control de la contaminación producida por el ruido en el Cantón Otavalo*. Recuperado el 1 de Abril de 2020, de <http://www.otavalo.gob.ec/transparencia/ordenanzas.html#ordenanzas-2012>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (29 de Mayo de 2012). *Reforma a la Ordenanza para la gestión integral de los residuos sólidos en el Cantón Otavalo*. Recuperado el 1 de Abril de 2020, de <http://www.otavalo.gob.ec/transparencia/ordenanzas.html#ordenanzas-2012>

- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (Marzo de 2015). *Actualización del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón Otavalo - Provincia de Imbabura*. Recuperado el 26 de Agosto de 2020, de http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/PORTAL_SNI/data_sigad_plus/sigadplusdocumentofinal/1060000500001_DOCUMENTO%20FINAL%20PDOT%20OTAVALO_15-03-2015_19-55-15.pdf
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (2015). *Consultoría: Intervención en la Plaza Centenario. Nuevo mercado Centenario de la ciudad de Otavalo*.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (Noviembre de 2015). *Manejo sustentable del Desarrollo Turístico y Creación de la Marca turística del Cantón Otavalo*. Recuperado el 1 de Abril de 2020, de <http://www.otavalo.travel/wp-content/uploads/2020/01/PLAN-DE-TURISMO-2015-2020.pdf>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Otavalo. (2020). *Dirección de avalúos y catastros*. Recuperado el 26 de Agosto de 2020, de http://geoportal.otavalo.gob.ec/geo_otavalo/visores/consultas_publicas/index.html
- Gómez, C. (2010). *El Desarrollo Sostenible: Conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación*. Recuperado el 7 de Abril de 2020, de UNESCO: <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Havana/pdf/Cap3.pdf>
- Goodwin, H. (2017). The challenge of overtourism. *Responsible Tourism Partnership*.
- Guerrero, B. (Agosto de 2016). Otavalo: Cultura artesanal. *Clave Turismo Ecuador*. Recuperado el 7 de Abril de 2020, de <https://claveturismo.com/es/otavalo/>

Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. d. (2014). *Metodología de la investigación* (Sexta ed.). México: McGraw Hill.

Inmobiliaria Tierra Nueva. (2018). *Plusvalía.com*. Recuperado el 14 de Agosto de 2020, de Aviso de propiedad en venta: <https://www.plusvalia.com/propiedades/ojo-inversionistas-vendo-propiedad-en-la-plaza-de-50666444.html>

Institute of Placement Management. (2018). *Coping with success: A toolkit of resources for understanding and managing "overtourism"*. Recuperado el 31 de Agosto de 2020, de <https://www.placemanagement.org/special-interest-groups/visiting-places/overtourism/coping-with-success-a-toolkit-of-resources-for-understanding-and-managing-overtourism/>

La voz del Sandinismo. (28 de Noviembre de 2014). Ecuador es un modelo de desarrollo sostenible. *La voz del Sandinismo*. Recuperado el 13 de Abril de 2020, de <https://www.lavozdelsandinismo.com/internacionales/2014-11-28/ecuador-es-un-modelo-de-desarrollo-sostenible/>

Lema, M. (1 de Septiembre de 2020). Entrevista al Director de desarrollo económico del Municipio de Otavalo. (M. J. Espín, Entrevistador)

Lyxplanet. (18 de Noviembre de 2017). *Los templos de Camboya se están hundiendo por culpa del turismo*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <http://www.lyxplanet.com/templos-de-camboya-se-estan-hundiendo-por-culpa-del-turismo/>

Malhotra, N. (2008). *Investigación de mercados* (Quinta ed.). México: Pearson.

Mar Nuevo. (19 de Agosto de 2019). *¿Te gusta Bali? Indonesia creará otras diez para impulsar el turismo*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de Tendencias Hoy: https://www.tendenciashoy.com/viajeros/destinos/te-gusta-bali-indonesia-creara-otras-diez-para-impulsar-el-turismo_644528_102.html

- Marrero, F. (Noviembre de 2016). *Glosario de términos hoteleros, turísticos y relacionados*. Recuperado el 13 de Abril de 2020, de <https://www.hosteltur.com/files/web/templates/term/wikitur.pdf>
- Matute, R. (9 de Diciembre de 2019). Regeneración de la plaza Rotary atrae a los turistas. *El tiempo, Diario de Cuenca*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de https://www.eltiempo.com.ec/noticias/cuenca/2/regeneracion-de-la-plaza-rotary-atrae-a-los-turistas?__cf_chl_jschl_tk__=4bd3ecb6c91e45bfaca395769bd5be017b13ecd6-1599172280-0-AWHOtI7Z56Deet9p3-R5pM_04C83k2-XP7otFuCZULZ7SGwr6N7wETi3OI7PyQhd_KdrBAaqCIni0dUTEK
- McCool, S., & Moisey, N. (2008). *Tourism, recreation, and sustainability: Linking culture and the environment* (Segunda ed.). New York: CAB International. Obtenido de <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download;jsessionid=0BE46716DD980B480338511DA96423A4?doi=10.1.1.458.3854&rep=rep1&type=pdf>
- Milano, C. (2018). *Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido*. Pasos, 16(3), 551-564. Recuperado el 26 de Agosto de 2020, de http://www.pasosonline.org/Publicados/16318/PS318_01.pdf
- Milano, C., Cheer, J., & Novelli, M. (2019). *Overtourism: Excesses, Discontents and Measures in Travel and Tourism*. Boston: CAB International.
- Ministerio de Cultura y patrimonio. (2016). *Ley Orgánica de Cultura*. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de <https://www.culturaypatrimonio.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/01/Ley-Orga%CC%81nica-de-Cultura-APROBADA-Y-PUBLICADA.pdf>
- Ministerio de Turismo. (23 de Diciembre de 2019). *Gestión institucional*. Recuperado el 26 de Agosto de 2020, de Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019: <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>

Ministerio de Turismo. (4 de Febrero de 2019). *Noticias*. Recuperado el 26 de Agosto de 2020, de El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018: <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuatoriano-crecio-un-11-en-2018/>

Ministerio de Turismo. (2019). *Plan Nacional de Turismo - PLANDETUR 2030*. Recuperado el 30 de Marzo de 2020, de https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2020/03/PLAN-NACIONAL-DE-TURISMO-2030-v.-final-Registro-Oficial-sumillado-comprimido_compressed.pdf

Ministerio del Ambiente Ecuador. (Noviembre de 2014). *Naciones Unidas reconoce a Ecuador como modelo de Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 13 de Abril de 2020, de <https://www.ambiente.gob.ec/naciones-unidas-reconoce-a-ecuador-como-modelo-de-desarrollo-sostenible/>

Naciones Unidas. (Septiembre de 2015). *Desarrollo Sostenible*. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de La Asamblea General adopta la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible: <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>

Naciones Unidas. (2015). *Objetivo 11: Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles*. Recuperado el 28 de Marzo de 2020, de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/cities/>

Observatorio del Turismo Irresponsable. (2017). *La problemática de la sobrecarga en Machu Picchu*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <http://oti.turismo-sostenible.net/project/la-problematica-de-la-sobrecarga-en-machu-picchu/>

Organización Internacional del Trabajo. (25 de Junio de 2020). *Nota informativa de la OIT*. Recuperado el 28 de Noviembre de 2020, de El impacto de la COVID-19 en el sector del turismo: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/--sector/documents/briefingnote/wcms_748876.pdf

- Organización Mundial de Turismo. (2020). *Glosario de términos de turismo*. Recuperado el 13 de Abril de 2020, de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *COVID-19: Ante todo, las personas*. Recuperado el 23 de Agosto de 2020, de <https://www.unwto.org/es/turismo-covid-19>
- Organización Mundial del Turismo. (Junio de 2020). *Los nuevos datos muestran el impacto de COVID-19 en el turismo, mientras la OMT pide un reinicio responsable del sector*. Recuperado el 23 de Agosto de 2020, de <https://www.unwto.org/es/news/los-nuevos-datos-muestran-el-impacto-de-covid-19-en-el-turismo>
- Orozco, J., & Núñez, P. (Abril de 2013). Las teorías del desarrollo: En el análisis del turismo sustentable. *Intersedes*, XIV(27). Recuperado el 28 de Noviembre de 2020, de https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?pid=S2215-24582013000100008&script=sci_arttext
- Pasiecznik, N. (5 de Diciembre de 2005). *Tradición y color en el Mercado de Tarabuco*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de Diario del viajero: <https://www.diariodelviajero.com/cultura/tradicion-y-color-en-el-mercado-de-tarabuco>
- Pellettieri, L. (28 de Octubre de 2013). *El Paseo de los Artesanos: la feria de artesanías de Ushuaia, la ciudad más austral del mundo*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de La Feriada: <https://laferiada.wordpress.com/2013/10/28/el-paseo-de-los-artesanos-la-feria-de-artesantias-de-ushuaia-la-ciudad-mas-austral-del-mundo/>
- Pirwa Hostels. (26 de Noviembre de 2016). *Mercado Artesanal de Pisac, un día de compras por el Valle Sagrado*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de <https://www.pirwahostels.com/es/blog/mercado-artesanal-de-pisac-un-dia-de-compras-por-el-valle-sagrado/>

- Ramos, X. (10 de Mayo de 2020). Coronavirus frenó al turismo cuyos ingresos caerán un 70 % en Ecuador durante el 2020. *El Universo*. Recuperado el 23 de Agosto de 2020, de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/10/nota/7836018/turismo-galapagos-ecuador-covid-19>
- Raub, K. (2014). *Mercado indio*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de AFAR: <https://www.afar.com/places/mercado-indio>
- Real Academia de la lengua Española. (2020). *Diccionario de la lengua española*. Recuperado el 13 de Abril de 2020, de <https://dle.rae.es/percep%C3%B3n>
- Redacción El Universal. (27 de Mayo de 2019). Museo de Louvre cierra por exceso de turistas. *El Universal*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <https://www.eluniversal.com.mx/destinos/museo-de-louvre-cierra-por-exceso-de-turistas>
- Redacción La Vanguardia. (20 de Marzo de 2017). <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20170320/421035343523/islandia-impuesto-turismo-frenar-masificacion.html>. *La Vanguardia*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20170320/421035343523/islandia-impuesto-turismo-frenar-masificacion.html>
- Redacción Tendencias. (25 de Agosto de 2017). *Así es como Croacia combate la masificación turística*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de https://www.tendenciashoy.com/viajeros/destinos/croacia-combate-la-masificacion-turistica_505062_102.html
- Redacción Turista Magazine. (6 de Noviembre de 2018). Japón, preocupado por exceso de turistas. *Turista Magazine online*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <https://www.turistamagazine.com/v2/?p=37776>

Rodríguez, M. V. (7 de Enero de 2015). *Maldivas se convertirá en un complejo de islas artificiales para no desaparecer*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de Diario del viajero: <https://www.diariodelviajero.com/asia/maldivas-se-convertira-en-un-complejo-de-islas-artificiales-para-no-desaparecer#:~:text=Maldivas%20se%20convertir%C3%A1%20en%20un%20complejo%20de%20islas%20artificiales%20para%20no%20desaparecer,-HOY%20SE%20HABLA&text>

Rummel, N. (29 de Agosto de 2018). Overtourism: Los turistas desbordan los destinos de vacaciones más populares – frente al sufrimiento de la población. *TourCert Journal*. Obtenido de <https://www.tourcert.org/es/overtourism/>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017 – 2021, Toda una Vida*. Recuperado el 29 de Marzo de 2020, de https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

Silva, R. (1 de Enero de 2010). ¿Quiénes son los actores sociales? *La Hora*. Recuperado el 13 de Abril de 2020, de <https://www.lahora.com.ec/noticia/977490/quines-son-los-actores-sociales>

Stall, L. (4 de Septiembre de 2019). Seis maravillas naturales cierran al público por exceso de turistas. *La Vanguardia*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de La Vanguardia: <https://www.lavanguardia.com/ocio/viajes/20190904/47167898956/seis-maravillas-naturales-cierran-publico-exceso-turistas.html>

Toselli, C. (2003). Turismo cultural, participación local y sustentabilidad. *Portal iberoamericano de Gestión cultural*.

- Tourtellot, J. (21 de Diciembre de 2018). *Overtourism: too much of a good thing*. Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de National Geographic: <https://www.nationalgeographic.com/travel/features/overtourism-how-to-make-global-tourism-sustainable/>
- UNESCO World Heritage Center. (2019). *Lista del Patrimonio Mundial de la UNESCO*. Recuperado el 2 de Septiembre de 2020, de <https://whc.unesco.org/es/list/>
- United Nations World Tourism Organization. (2018). *'Overtourism'? – Understanding and Managing Urban Tourism Growth beyond Perceptions, Executive Summary*. Recuperado el 31 de Agosto de 2020, de <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420070>
- Valle, M. (2015). *Oferta y demanda del Mercado Centenario Artesanal "Plaza De Ponchos" en el Cantón Otavalo, para el rediseño de la imagen turística y cultural*. Recuperado el 1 de Abril de 2020, de Universidad Técnica del Norte: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/4856>
- Vamos Honey. (20 de Junio de 2017). *Coloridos mercados de Bolivia – Un domingo en Tarabuco*. Recuperado el 3 de Septiembre de 2020, de <https://vamoshoney.com/es/coloridos-mercados-de-bolivia-un-domingo-en-tarabuco/>
- Varga, P. (2018). *Managing Overtourism*. Recuperado el 30 de Agosto de 2020, de Ecole Hôtelière de Lausanne: <https://hospitalityinsights.ehl.edu/how-to-manage-overtourism>
- Villalba, T. (2018). *La Plaza Centenario (Plaza de Ponchos) de Otavalo, Ecuador: estudio y análisis para su conservación y puesta en valor*. Recuperado el 12 de Agosto de 2020, de Universidad Politécnica de Valencia: <https://riunet.upv.es/handle/10251/114222>

- Viteri, M., Murriagui, S., & Cadena, J. (7 de Julio de 2017). Consideraciones de la Etnoeconomía a la concepción clásica de mercado: Análisis etnográfico del mercado de ponchos y animales de Otavalo. *Retos de la ciencia*, 87-97. Recuperado el 1 de Abril de 2020, de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/50183589/articulo_de_economia.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCONSIDERACIONES_DE_LA_ETNOECONOMIA_A_LA.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=ASIATUSBJ6BAGIBVSQU6%2F2020
- Warncke, A. (13 de Septiembre de 2020). Entrevista representante de ventas en Alemania. (M. J. Espín, Entrevistador)
- World Tourism Organization and United Nations Development Programme. (2017). *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Highlights*. *UNWTO* . doi:<https://doi.org/10.18111/9789284419340>
- Zwollo, T. (Dirección). (2015). *Blue is my colour, Designing as an answer to nature* [Película]. Recuperado el 13 de Agosto de 2020, de <https://www.youtube.com/watch?v=2bprYktHcU&list=PL0IITMpwYY51hOkNEZrZVs6hkHb5fl6N&index=3>

ANEXOS

Anexo N° 1. Herramienta para identificación de problemáticas con especialistas

UNIVERSIDAD UTE

MAESTRÍA EN TURISMO

IDENTIFICACIÓN DE LAS PRINCIPALES PROBLEMÁTICAS EN LA PLAZA DE PONCHOS DE OTAVALO

Estimado Especialista en Turismo,

El instrumento a continuación tiene por objetivo identificar los principales problemas que se presentan en la Plaza de Ponchos de Otavalo, considerando los días sábados en que tenía lugar la feria artesanal de mayor importancia.

Debe seleccionar la prioridad de solución en cada problemática siendo 1 la más baja y 5 la más alta, al final hay dos preguntas abiertas que le permitirán incluir problemas adicionales que usted considere en base a su experiencia, además de posibles soluciones que podrían aplicarse.

Género: Masculino ____ Femenino ____

Edad: Entre 22 y 32 años ____ Entre 33 y 43 años ____

Entre 44 y 54 años ____ Más de 55 años ____

N	Problemáticas	Prioridades de solución Marque con una X				
		1	2	3	4	5
1	Carencia de identidad local					
2	Carencia de calidad en los productos					
3	Grandes cantidades de basura					
4	Exceso del número de puestos de venta					
5	Atención de calidad en los servicios					
6	Inseguridad y robos permanentes					
7	Contaminación auditiva					
8	Escasa accesibilidad para personas con capacidades especiales					
9	Desorden y mal uso de la vía pública					
10	Escasas facilidades turísticas (parqueaderos y servicios higiénicos)					

¿Considera problemáticas adicionales? Por favor mencionarlas a continuación:

Con los problemas mencionados ¿Qué alternativas de solución propondría? Por favor mencionarlas a continuación:

¿Cuántos años trabaja en turismo?

Menos de 1 año ____ Entre 1 y 3 años ____

Entre 3 y 5 años ____ Más de 5 años ____

Indique ¿a qué institución / empresa pertenece? y ¿cuál es su cargo?

¡Gracias por su amable colaboración y tiempo!

Anexo N° 2. Análisis estadístico en PSPP de la identificación de problemáticas con especialistas

Variables de la escala de Likert analizadas con el Alpha de Cronbach = 0,81 (Fiabilidad satisfactoria)

Objetivo - PSPPIRF Visualizador de resultados

Archivo Editar Ventanas Ayuda

RELIABILITY

RELIABILITY

/VARIABLES= F1Identidad F2Calidad F3Bases F4Puestos
F5Atención F6Seguridad F7Auditoria F8Accesibilidad F9Desarrollo
F10Facilidades
/MODEL=ALPHA.

Escala ANOVA

Resumen del proceso de casos

	N	%
Casos incluidos	20	100,00
Excluidos	0	,00
Total	20	100,00

Estadísticos de fiabilidad

Alfa de Cronbach	Valor elemento
,81	,00

GET

SAVE

RELIABILIT

FREQUENCIES

FREQUENCIES

/VARIABLES= Género Total F1Identidad F2Calidad F3Bases F4Puestos F5Atención F6Seguridad F7Auditoria F8Accesibilidad F9Desarrollo F10Facilidades Experiencia
/FORMAT=ANNOUI TABLE
/STATISTICS=MEANS T VARIANCE PODE RECORD
/HISTOGRAM=NORMAL

Género

Objeto de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Masculino	1	13	65,00	65,00	65,00
Femenino	2	7	35,00	35,00	100,00
Total		20	100,0	100,0	

Género

N	Valor	%
1	Masculino	65,00
2	Femenino	35,00
Medio		1,25
Modo		1,00
Desv. Std.		,49
Varianza		,24
Alfabeto		1,00
Alfabeto		1,00
SE (Mediana)		,1

HISTOGRAM

Desv. Std. = 0,49
Moda = 1,4
N = 20,00

SAVE

RELIABILIT

FREQUENCIES

Edad

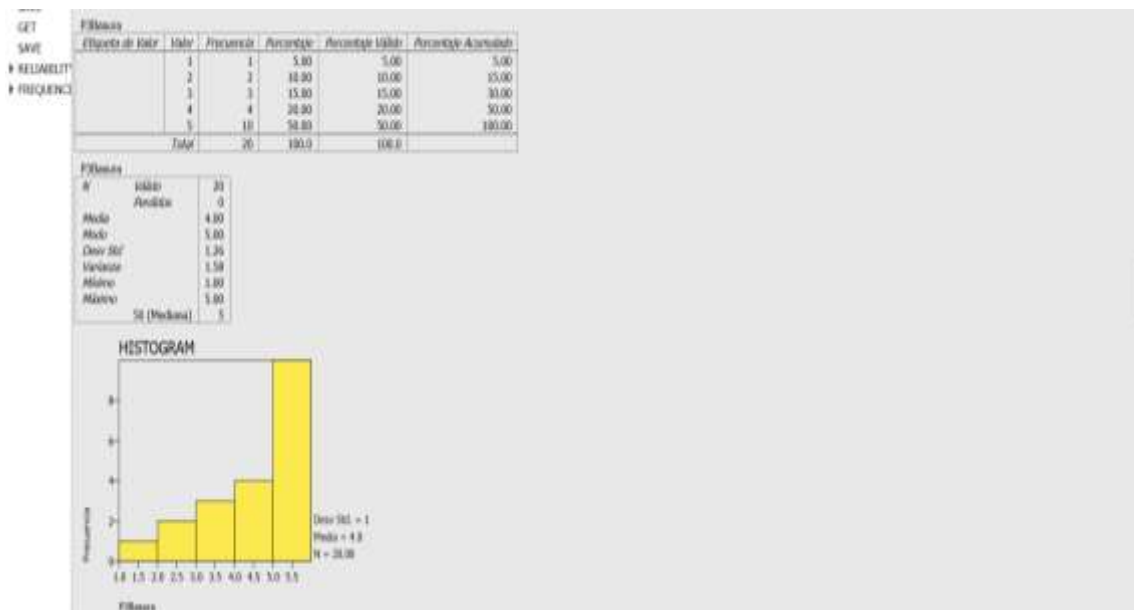
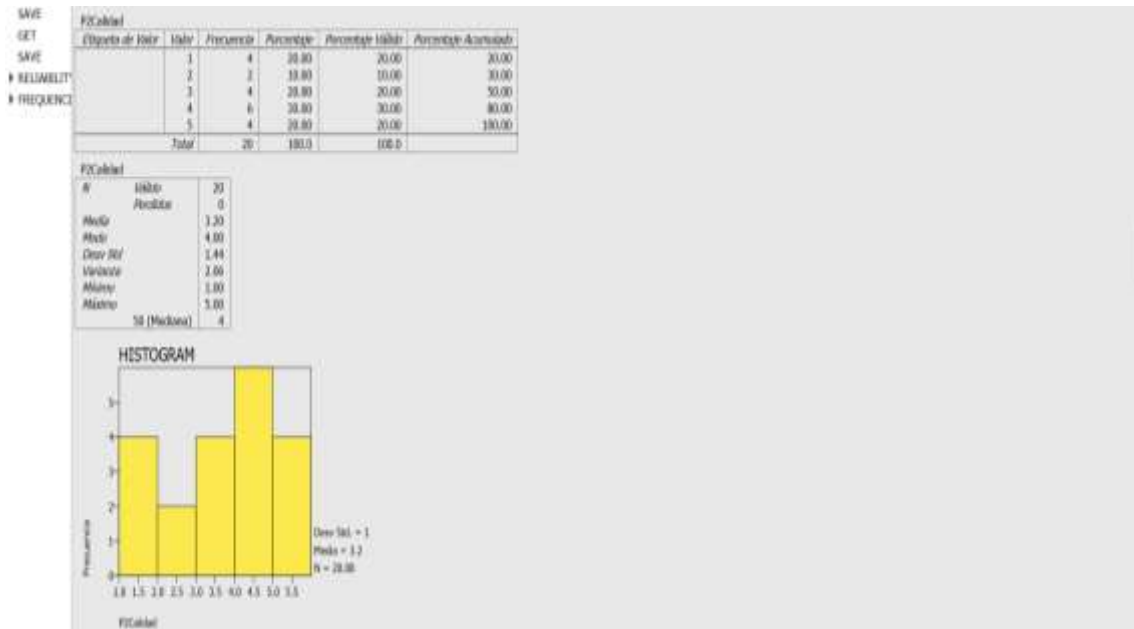
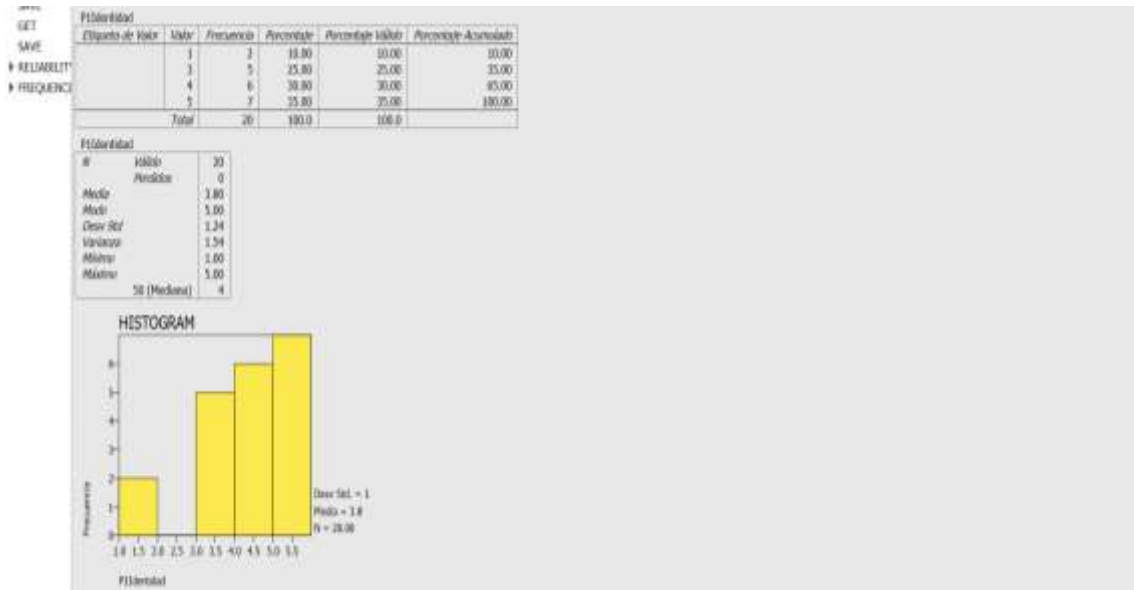
Objeto de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Entre 22 y 30 años	1	3	15,00	15,00	15,00
Entre 31 y 40 años	2	14	70,00	70,00	85,00
Entre 41 y 54 años	3	3	15,00	15,00	100,00
Total		20	100,0	100,0	

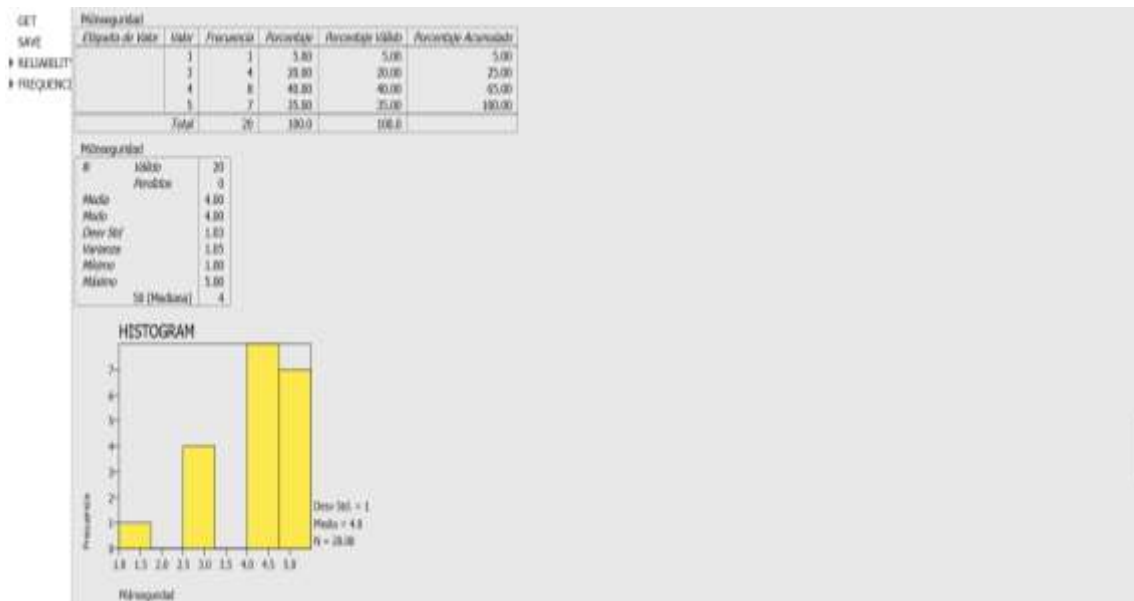
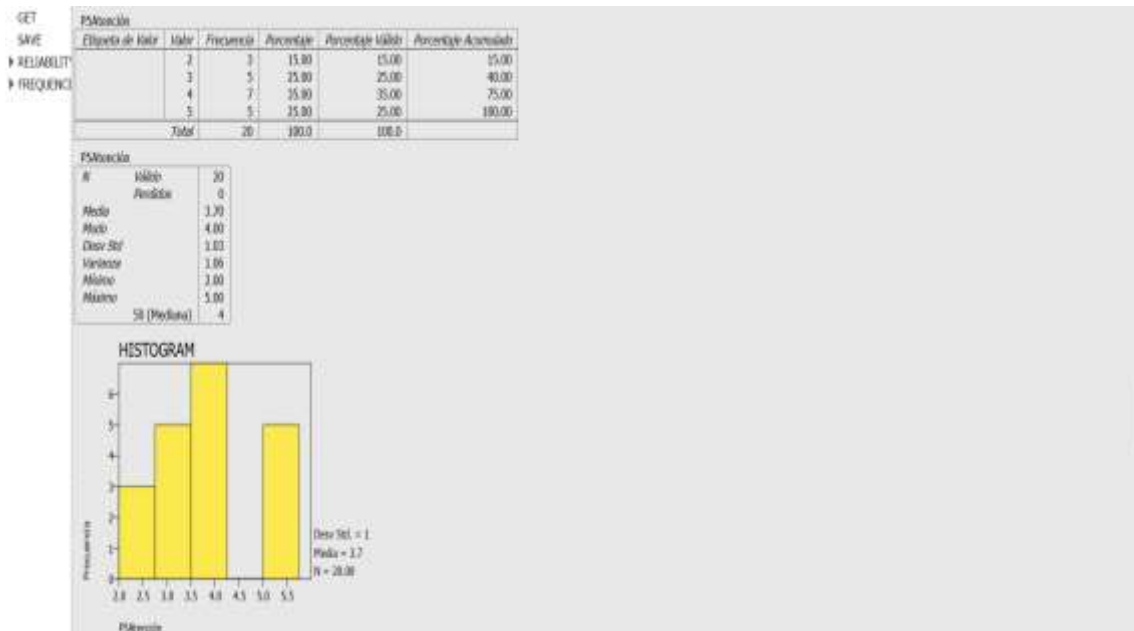
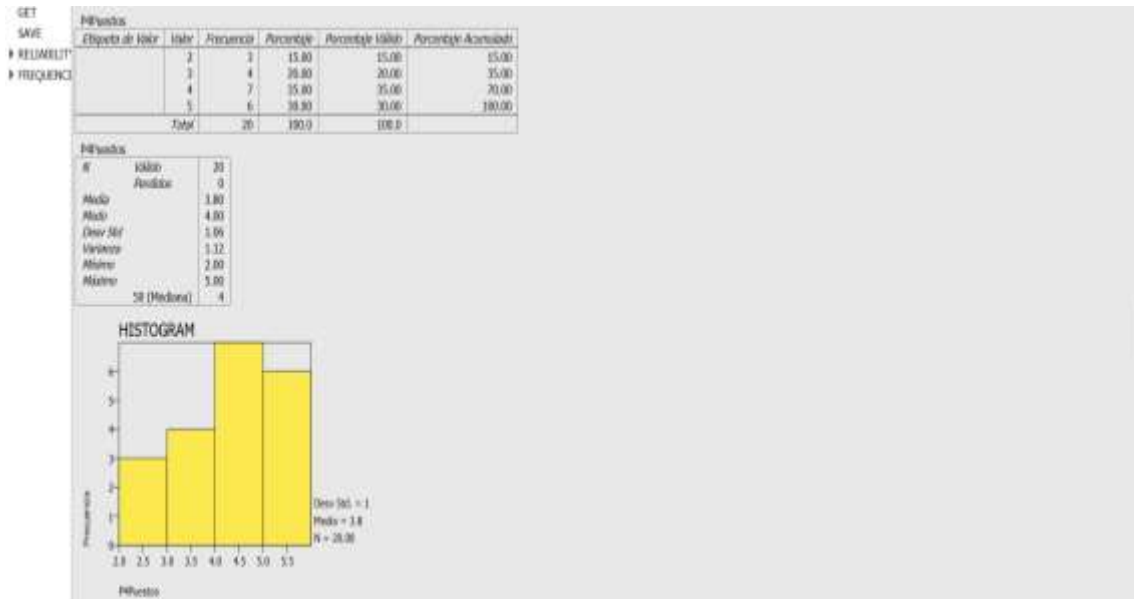
Edad

N	Valor	%
1	Masculino	15,00
2	Femenino	70,00
Medio		2,00
Modo		2,00
Desv. Std.		,56
Varianza		,32
Alfabeto		1,00
Alfabeto		1,00
SE (Mediana)		,2

HISTOGRAM

Desv. Std. = 0,56
Moda = 2,0
N = 20,00



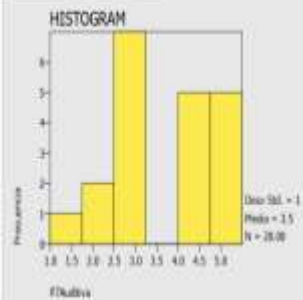


GET
SAVE
▶ RELIABILITÄT
▶ FREQUENZ

FQualität					
Ergebnis der Note	Note	Frequenz	Prozent	Prozent kumuliert	Prozent kumuliert
	1	1	5,00	5,00	5,00
	2	2	10,00	10,00	15,00
	3	7	35,00	35,00	50,00
	4	5	25,00	25,00	75,00
	5	5	25,00	25,00	100,00
Total		20	100,0	100,0	

FQualität

n	Werte	20
	Abstände	0
Modus		3,55
Median		3,00
Deviationskoeffizient		1,15
Varianz		1,31
Standardabweichung		1,10
Minimum		3,00
Maximum		5,00
St. (Median)		4

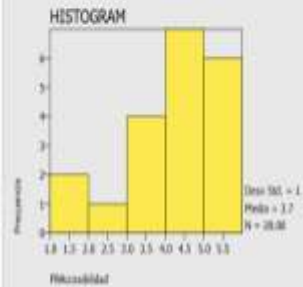


GET
SAVE
▶ RELIABILITÄT
▶ FREQUENZ

PKompetenz					
Ergebnis der Note	Note	Frequenz	Prozent	Prozent kumuliert	Prozent kumuliert
	1	2	10,00	10,00	10,00
	2	1	5,00	5,00	15,00
	3	4	20,00	20,00	35,00
	4	7	35,00	35,00	70,00
	5	6	30,00	30,00	100,00
Total		20	100,0	100,0	

PKompetenz

n	Werte	20
	Abstände	0
Modus		3,50
Median		4,00
Deviationskoeffizient		1,25
Varianz		1,59
Standardabweichung		1,20
Minimum		3,00
Maximum		5,00
St. (Median)		4

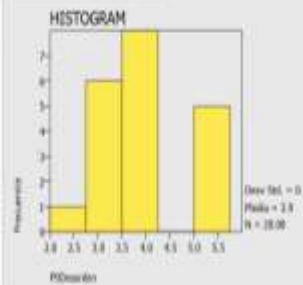


SAVE
▶ RELIABILITÄT
▶ FREQUENZ

PKompetenz					
Ergebnis der Note	Note	Frequenz	Prozent	Prozent kumuliert	Prozent kumuliert
	2	1	5,00	5,00	5,00
	3	6	30,00	30,00	35,00
	4	8	40,00	40,00	75,00
	5	5	25,00	25,00	100,00
Total		20	100,0	100,0	

PKompetenz

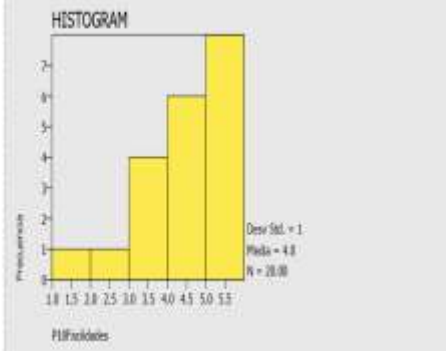
n	Werte	20
	Abstände	0
Modus		3,85
Median		4,00
Deviationskoeffizient		0,80
Varianz		0,77
Standardabweichung		0,80
Minimum		3,00
Maximum		5,00
St. (Median)		4



OK
 SAVE
 ▶ RELIABILIT
 ▶ FRECUENCIA

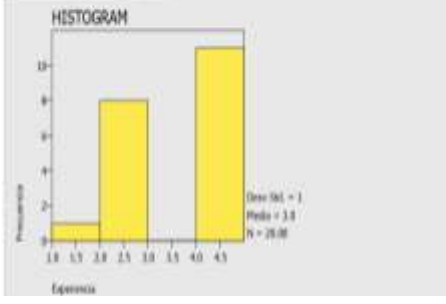
PIFacilidades					
Ejemplo de libro	libro	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acum.	Porcentaje Acumob.
	1	1	5.00	5.00	5.00
	2	1	5.00	10.00	10.00
	3	4	20.00	30.00	30.00
	4	6	30.00	60.00	60.00
	5	8	40.00	100.00	100.00
Total		20	100.0		

PIFacilidades		
#	libro	20
	Posibles	0
Medio		3.65
Modo		5.00
Desv. Std.		1.15
Varianza		1.31
Máximo		5.00
Mínimo		1.00
SI (Mediana)		4



Experiencia					
Ejemplo de libro	libro	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acum.	Porcentaje Acumob.
Menos de 1 año	1	1	5.00	5.00	5.00
De 1 a 3 años	2	6	30.00	35.00	35.00
Más de 3 años	4	13	65.00	100.00	100.00
Total		20	100.0		

Experiencia		
#	libro	20
	Posibles	0
Medio		3.65
Modo		4.00
Desv. Std.		1.10
Varianza		1.21
Máximo		4.00
Mínimo		1.00
SI (Mediana)		4



Anexo N° 3. Guión de entrevista representante de la Unidad de Turismo GAD**Otavaló****UNIVERSIDAD UTE****MAESTRÍA EN TURISMO****GUIÓN DE ENTREVISTA UNIDAD DE TURISMO GAD OTAVALO**

Objetivo: Conocer la perspectiva de los representantes a cargo de la gestión turística en el ente autónomo descentralizado y su relación con los actores involucrados.

1. El atractivo ¿está incluido en la versión más reciente del modelo de gestión?
¿Desde qué perspectiva se lo consideró?
2. En base a la selección y priorización de problemáticas ¿Cuáles son aquellas que requieren mayor atención?
3. ¿Cuánto se expande el uso público del atractivo en un día de feria?
4. ¿Con cuáles han invertido más recursos para solucionarlos? ¿Han tenido resultado?
5. Además de los programas y actividades para reforzar la seguridad, erradicar la contaminación auditiva y dar un mejor uso a la casa municipal ¿Hubo alguna iniciativa de intervención específica según el plan de turismo 2015?
6. De los actores sociales mencionados ¿cuáles presentan mayor inconformidad? ¿de quiénes tienen mayor respaldo? ¿quiénes demandan más apoyo?
7. ¿Se han tomado acciones para remediar la inconformidad?
8. ¿Qué alternativas se han considerado para el uso del mercado los días sábados?
¿Me podría comentar sobre el proyecto del nuevo mercado centenario?
9. Tras la pandemia, ¿qué alternativas se han formulado para reactivar el comercio en el mercado?
10. ¿Cuál es la proyección a futuro de este atractivo?

Anexo N° 4. Guión de entrevista agentes de venta y operaciones turísticas

UNIVERSIDAD UTE

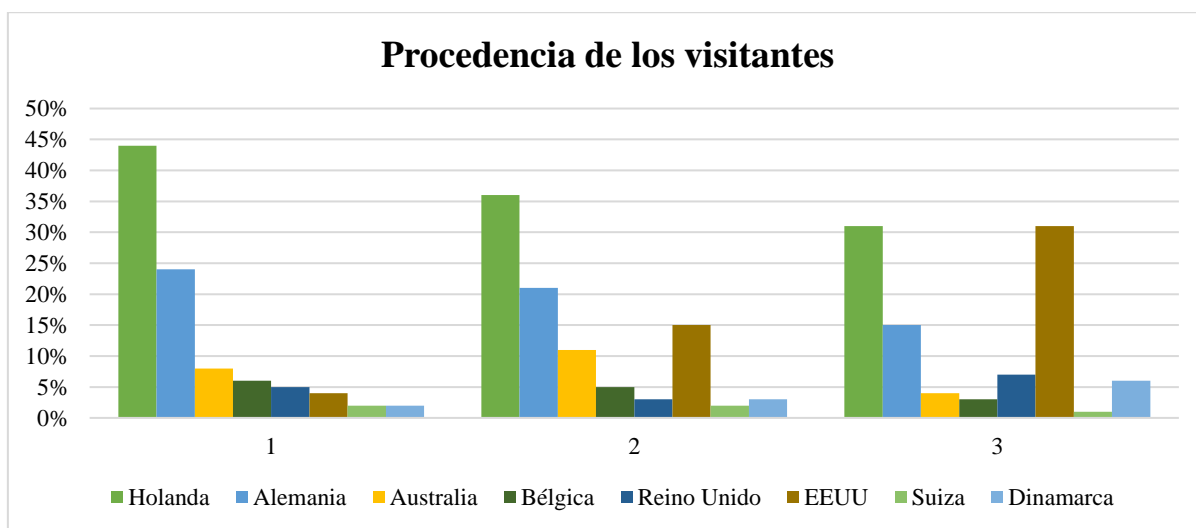
MAESTRÍA EN TURISMO

GUIÓN DE ENTREVISTA AGENTES DE VENTA Y OPERACIONES TURÍSTICAS

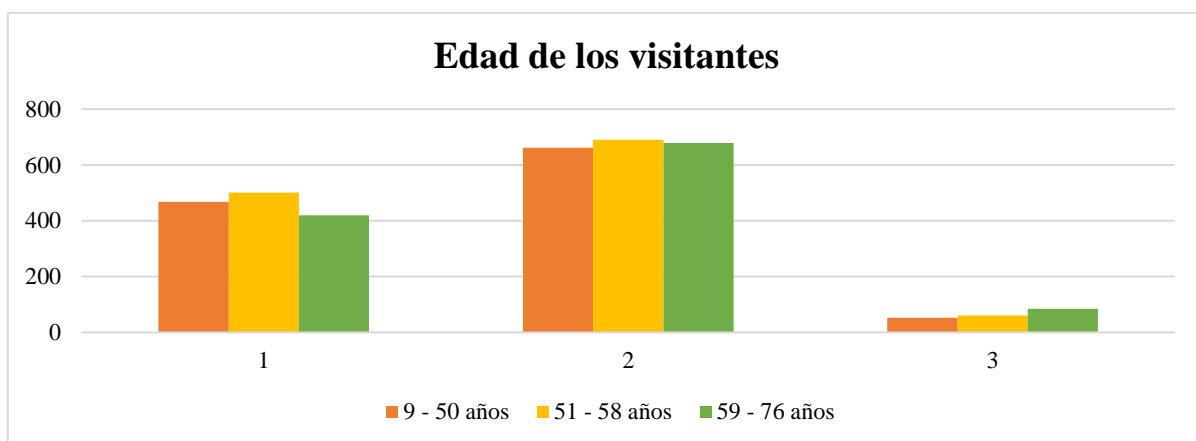
Objetivo: Conocer la perspectiva de los profesionales a cargo de la operación turística y venta directa con turistas extranjeros cuyos itinerarios de visita incluyan Otavalo.

1. ¿Cuál ha sido la evolución de Otavalo como destino desde el 2018 para los clientes del segmento de estudio?
2. ¿Qué porcentaje representan estos clientes a través de este lapso?
3. ¿Cuáles son las maneras de viajar de los turistas? ¿Qué medios de transporte usan?
4. ¿Cuál es el promedio de noches que permanecen?
5. ¿Cuáles son las principales problemáticas que han limitado la operación en el destino?
6. ¿Cuál ha sido su experiencia propia en el destino?
7. ¿Han tenido que solventar inconvenientes durante el transcurso de la operación de algún viaje?
8. ¿Cuáles son los reclamos o quejas más recurrentes?
9. ¿Es posible comparar la dinámica de un día de feria y uno regular? ¿Ventajas, desventajas?
10. ¿Cuáles son las actividades más solicitadas en Otavalo?
11. ¿Hay alguna proyección a futuro para los programas que se puedan ofrecer hacia este destino?

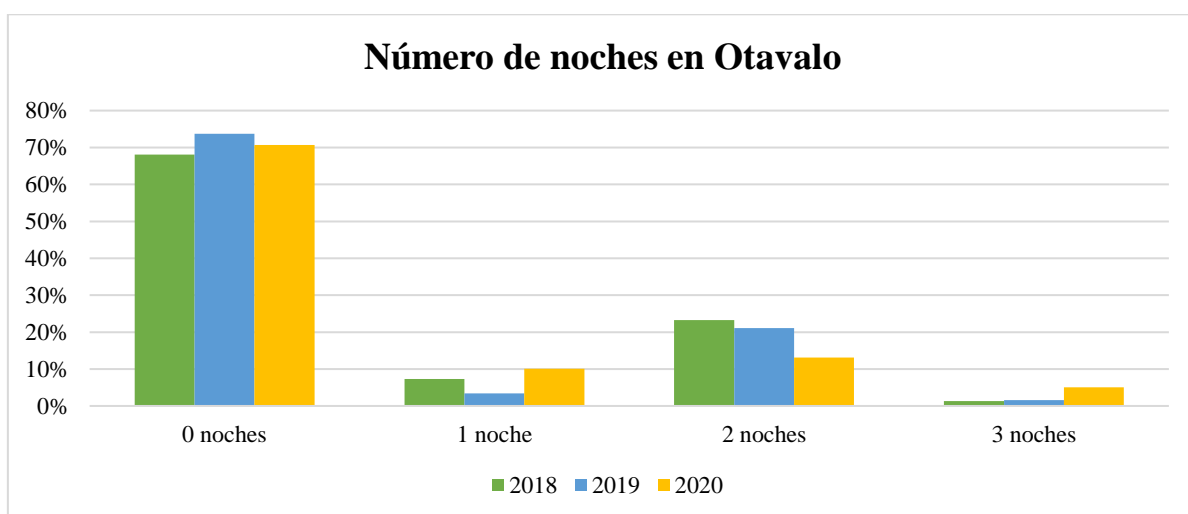
Anexo N° 5. Análisis estadístico de los visitantes, base de datos CE Travels



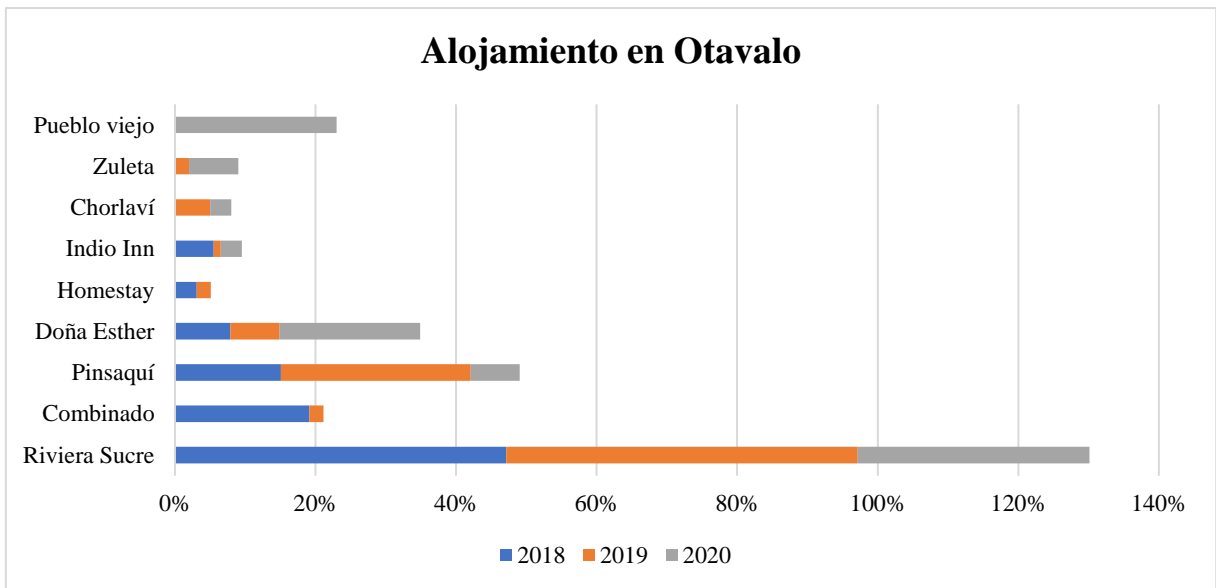
Fuente: Elaboración propia



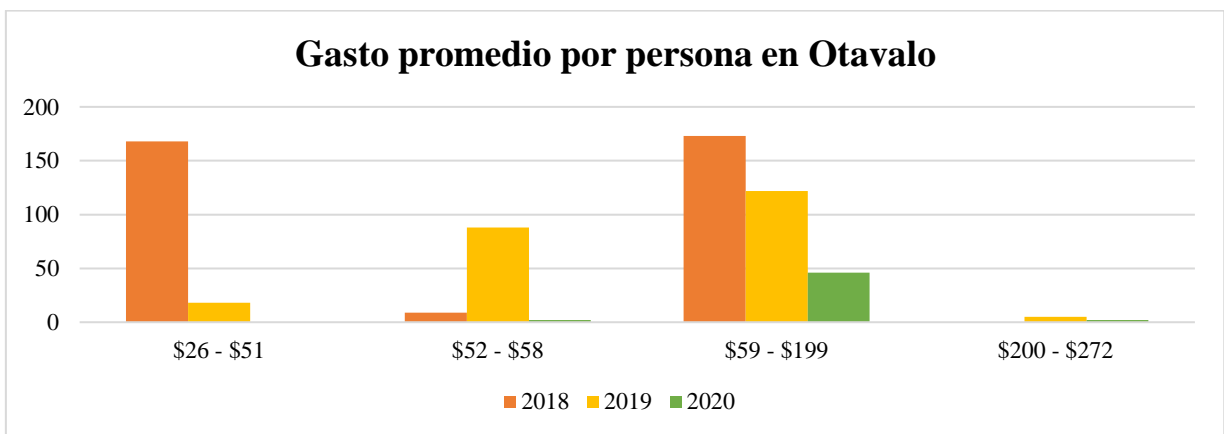
Fuente: Elaboración propia



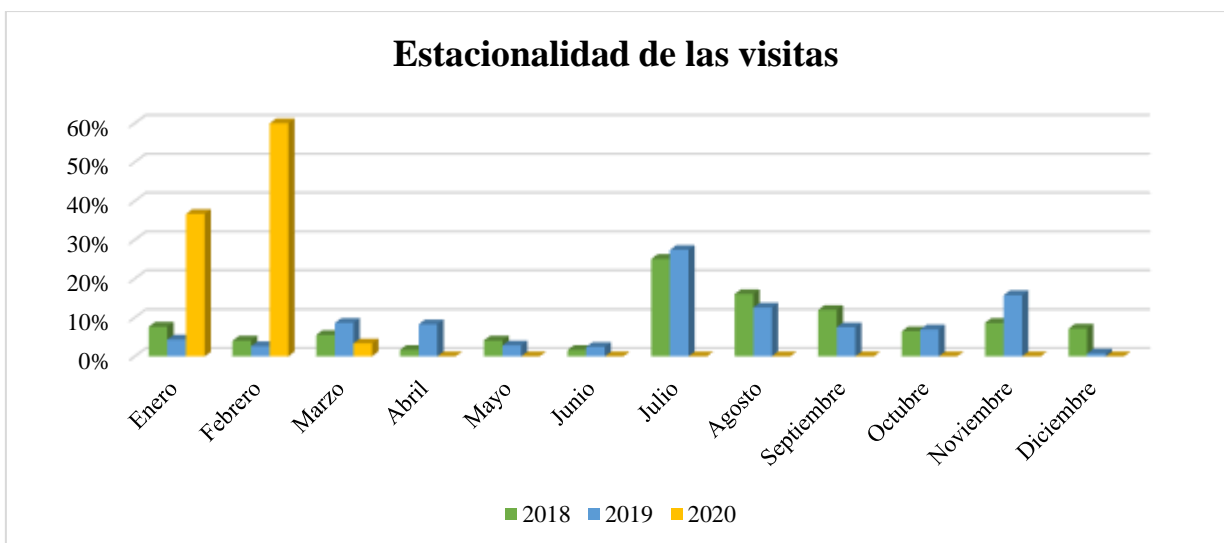
Fuente: Elaboración propia



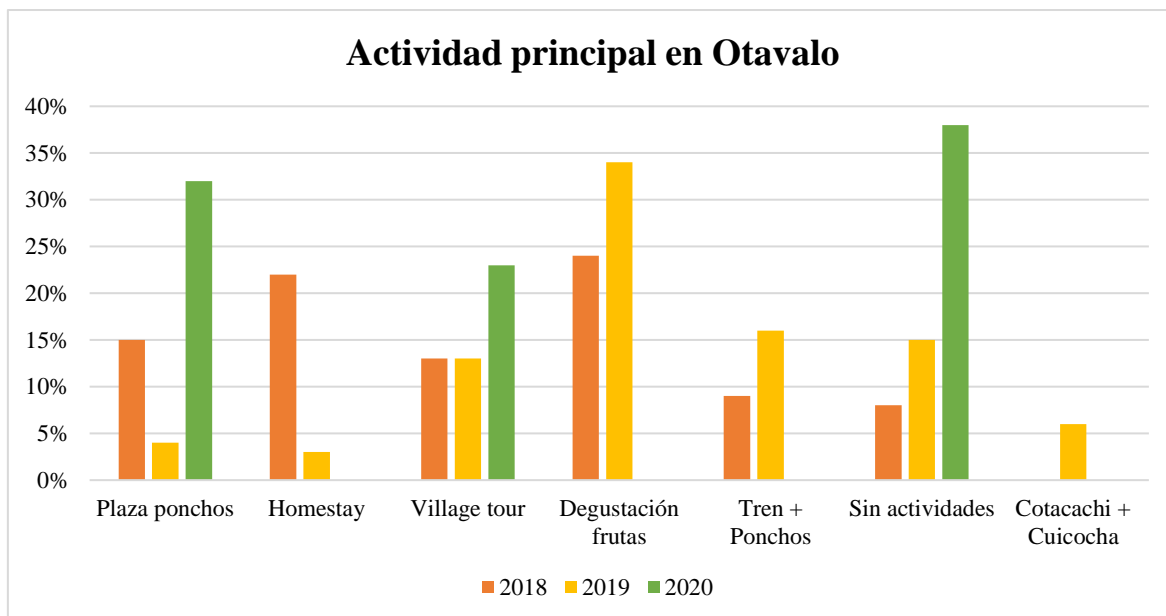
Fuente: Elaboración propia



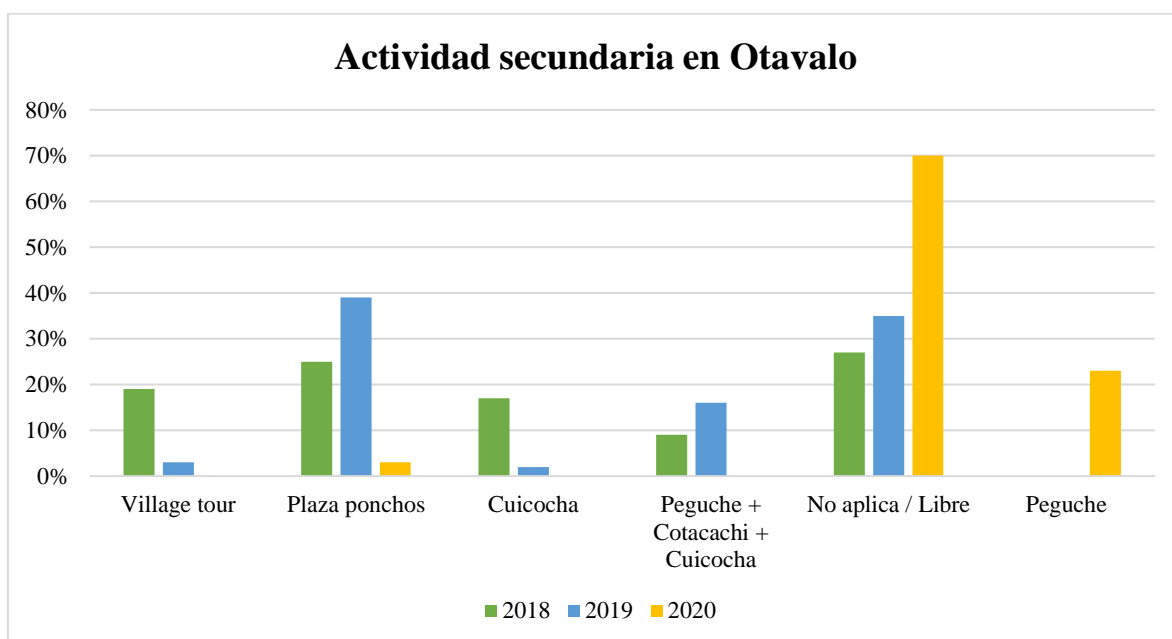
Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia

Anexo N° 6. Encuesta a residentes

UNIVERSIDAD UTE

MAESTRÍA EN TURISMO

ENCUESTA A RESIDENTES CERCANOS AL ATRACTIVO TURÍSTICO PLAZA DE PONCHOS DE OTAVALO

Estimado residente,

Esta es una encuesta para conocer su nivel de satisfacción con el entorno en días habituales y días de feria en la Plaza de ponchos de Otavalo.

Debe calificar su nivel de satisfacción siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, al final se encuentra una pregunta abierta para que pueda incluir afectaciones y molestias adicionales que usted sienta, se requiera una solución. Se solicita sinceridad en las respuestas.

Género: Masculino Femenino

Nacionalidad: _____

¿Cuántos años lleva viviendo en este lugar? (Seleccione 1)

Menos de 1 año Entre 1 y 3 años Entre 4 y 6 años Entre 7 y 9 años

Más de 10 años

Tipo de vivienda en la que habita (Seleccione 1): Propia Arrendada

Prestada Vacacional

Satisfacción del entorno en día de feria (Responda considerando 1= Insatisfecho, 2= Poco satisfecho, 3= Indiferente, 4= Algo satisfecho, 5= Muy satisfecho)

Indicador	Valoración
Satisfacción general del entorno en un día de feria	
Organización del espacio	
Limpieza del espacio	
Cantidad de personas en un mismo lugar	
Contaminación auditiva	
Seguridad en el espacio	
Accesibilidad para todas las personas	
Facilidades turísticas (Información, parqueaderos, servicios higiénicos)	

Satisfacción del entorno en día habitual (Responda considerando 1= Insatisfecho, 2= Poco satisfecho, 3= Indiferente, 4= Algo satisfecho, 5= Muy satisfecho)

Indicador	Valoración
Satisfacción general del entorno en un día de habitual	
Organización del espacio	
Limpieza del espacio	
Cantidad de personas en un mismo lugar	
Contaminación auditiva	
Seguridad en el espacio	
Accesibilidad para todas las personas	
Facilidades turísticas (Información, parqueaderos, servicios higiénicos)	

¿Qué otras molestias ha sentido por la realización de la feria los días sábados en la Plaza de ponchos? Por favor mencionarlas a continuación:

¡Gracias por su amable colaboración y tiempo!

Anexo N° 7. Análisis estadístico en PSPP de los residentes

VARIABLES de la escala de Likert analizadas con el Alpha de Cronbach = 0,89 (Fiabilidad satisfactoria)

RELIABILITY

RELIABILITY

/VARIABLES= Diferencia1 N°gesto N°impres N°fuerza Muñitve Seguridad Acceso1 FFacilidad Diferencia F0gesto F0impres F0fuerza F0seguridad F0acceso1 F0facilidad

/MODEL=ALPHA.

Escalar AMY

Resumen del proceso de casos

	N	%
Cases	73	100.00
Excluded	0	.00
Total	73	100.00

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de ítems
.89	16

Objetivo - PSPPIRE Vista de resultados

Archivo Editar Ventanas Ayuda

GET FRECUENCIAS

RELIABILITY

RELIABILITY

RELIABILITY

EXAMINE

FRECUENCIA

Genera

Etiqueta de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Masculino	1	36	53.42	53.42	53.42
Femenino	2	34	46.58	46.58	100.00
Total		73	100.0	100.0	

Estadísticas

N	Valor	73
Media	Residuos	0
Modo		1.47
Modo		3.00
Desv. Std.		50
Varianza		25
Máximo		1.00
Mínimo		2.00
SE (Mediana)		1

HISTOGRAM

Desv. Std. = 0
Moda = 1.5
N = 73.00

Vista

Etiqueta de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Menos de 1 año	1	1	1.37	1.37	1.37
Entre 1 y 3 años	2	22	30.14	30.14	31.51
Entre 4 y 6 años	3	22	30.14	30.14	61.64
Entre 7 y 9 años	4	1	1.37	1.37	63.01
Más de 10 años	5	27	36.99	36.99	100.00
Total		73	100.0	100.0	

Estadísticas

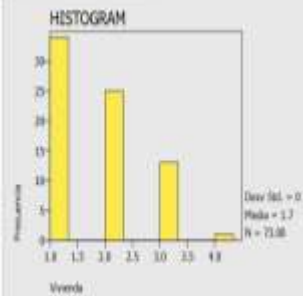
N	Valor	73
Media	Residuos	0
Modo		3.42
Modo		5.00
Desv. Std.		1.30
Varianza		1.68
Máximo		1.00
Mínimo		5.00
SE (Mediana)		3

HISTOGRAM

Desv. Std. = 1
Modo = 3.4
N = 73.00

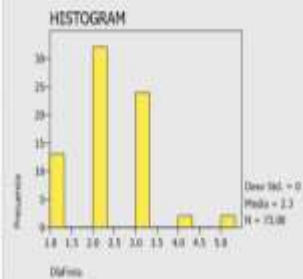
RELIABILIT	Vivenda	Etiqueta de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumul	Porcentaje Acumulad
RELIABILIT		1	34	46.58	46.58	46.58	
RELIABILIT		2	25	34.25	34.25	80.83	
EXAMPE		3	13	17.81	17.81	98.63	
FRECUENC		4	1	1.37	1.37	100.00	
		Total	73	100.0	100.0		

Vivenda		N
#	Valor	73
	Residuo	0
Medio		1.74
Modo		1.00
Desv. Std.		.80
Varianza		.64
Minimo		1.00
Maximo		4.00
	SE (Mediana)	.2



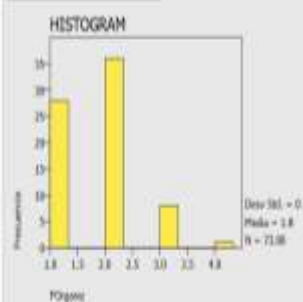
RELIABILIT	Diferia	Etiqueta de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumul	Porcentaje Acumulad
RELIABILIT		1	13	17.81	17.81	17.81	
RELIABILIT		2	32	43.84	43.84	61.65	
EXAMPE		3	24	32.88	32.88	94.52	
FRECUENC		4	2	2.74	2.74	97.26	
		5	2	2.74	2.74	100.00	
		Total	73	100.0	100.0		

Diferia		N
#	Valor	73
	Residuo	0
Medio		2.27
Modo		2.00
Desv. Std.		.89
Varianza		.79
Minimo		1.00
Maximo		5.00
	SE (Mediana)	.2



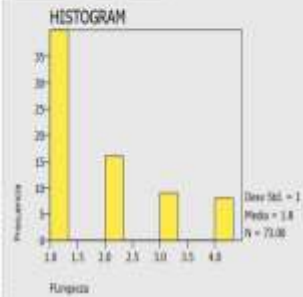
RELIABILIT	Fogera	Etiqueta de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumul	Porcentaje Acumulad
RELIABILIT		1	28	38.36	38.36	38.36	
RELIABILIT		2	36	49.32	49.32	87.67	
EXAMPE		3	8	10.96	10.96	98.63	
FRECUENC		4	1	1.37	1.37	100.00	
		Total	73	100.0	100.0		

Fogera		N
#	Valor	73
	Residuo	0
Medio		1.75
Modo		2.00
Desv. Std.		.78
Varianza		.60
Minimo		1.00
Maximo		4.00
	SE (Mediana)	.2



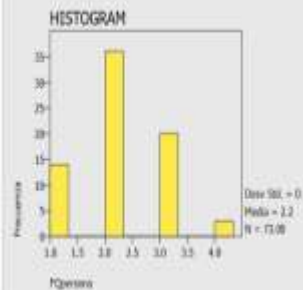
Fuzuz						
RELIABILIT	Clasado de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
RELIABILIT		1	40	54.79	54.79	54.79
RELIABILIT		2	16	21.92	21.92	76.71
EXAMINE		3	9	12.33	12.33	89.04
FRECUENC		4	6	8.16	10.96	100.00
Total			71	100.0	100.0	

Fuzuz		
#	Valor	71
	Arbitrio	0
Medio		1.79
Modo		1.00
Desv. Std.		1.04
Varianza		1.08
Minimo		1.00
Maximo		4.00
SE (Mediana)		1



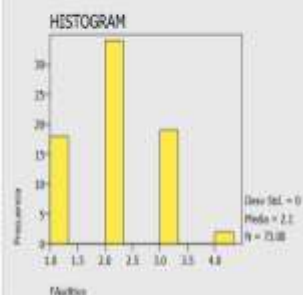
Iqesana						
RELIABILIT	Clasado de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
RELIABILIT		1	14	19.72	19.72	19.72
RELIABILIT		2	36	50.70	49.32	69.04
EXAMINE		3	20	27.90	27.40	95.89
FRECUENC		4	1	1.38	1.11	100.00
Total			71	100.0	100.0	

Iqesana		
#	Valor	71
	Arbitrio	0
Medio		2.35
Modo		2.00
Desv. Std.		.78
Varianza		.61
Minimo		1.00
Maximo		4.00
SE (Mediana)		2



Iadhu						
RELIABILIT	Clasado de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
RELIABILIT		1	18	24.99	24.66	24.66
RELIABILIT		2	34	46.58	46.38	71.23
EXAMINE		3	19	26.33	26.02	97.25
FRECUENC		4	1	1.34	1.74	100.00
Total			71	100.0	100.0	

Iadhu		
#	Valor	71
	Arbitrio	0
Medio		2.07
Modo		2.00
Desv. Std.		.79
Varianza		.62
Minimo		1.00
Maximo		4.00
SE (Mediana)		2

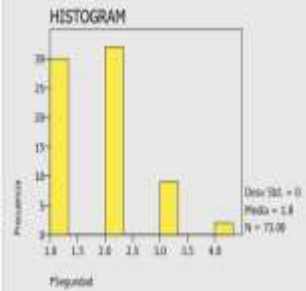


GET

Pijetabil					
Etapa de lucru	Valori	Frecvență	Procentaj	Procentaj Valori	Procentaj Acumulat
RELIABILIT	1	30	41.30	41.10	41.10
RELIABILIT	2	32	43.84	43.84	84.93
RELIABILIT	3	9	12.33	12.33	97.26
EXAMINE	4	2	2.74	2.74	100.00
FREQUENȚA	Total	73	100.0	100.0	

Statistici

#	Valori	73
	Probleme	0
Medie		1.77
Moda		2.00
Dev. Std.		.77
Varianta		.60
Minim		1.00
Maxim		4.00
St (Mediana)		2

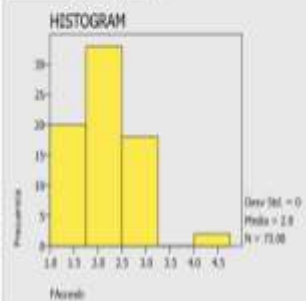


GET

Izornib					
Etapa de lucru	Valori	Frecvență	Procentaj	Procentaj Valori	Procentaj Acumulat
RELIABILIT	1	26	37.40	27.40	27.40
RELIABILIT	2	33	45.21	45.21	72.60
RELIABILIT	3	18	24.66	24.66	97.26
EXAMINE	4	2	2.74	2.74	100.00
FREQUENȚA	Total	73	100.0	100.0	

Statistici

#	Valori	73
	Probleme	0
Medie		2.03
Moda		2.00
Dev. Std.		.80
Varianta		.64
Minim		1.00
Maxim		4.00
St (Mediana)		2

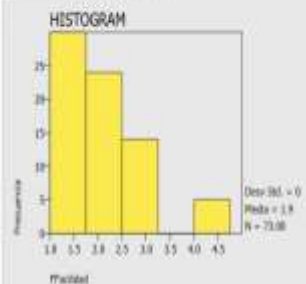


RELIABILIT*

Fizibilul					
Etapa de lucru	Valori	Frecvență	Procentaj	Procentaj Valori	Procentaj Acumulat
RELIABILIT	1	30	41.30	41.10	41.10
RELIABILIT	2	24	32.88	32.88	73.97
RELIABILIT	3	14	19.18	19.18	93.15
EXAMINE	4	5	6.85	6.85	100.00
FREQUENȚA	Total	73	100.0	100.0	

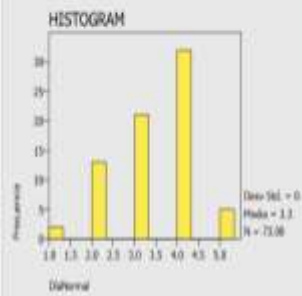
Statistici

#	Valori	73
	Probleme	0
Medie		1.92
Moda		1.00
Dev. Std.		.94
Varianta		.88
Minim		1.00
Maxim		4.00
St (Mediana)		2



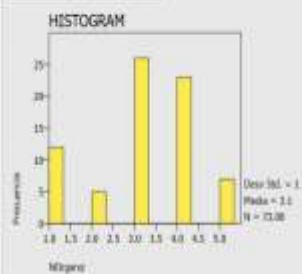
Diferencial						
	Etiqueta de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado	Porcentaje Acumulado
RELIABILIT		1	2	2.74	2.74	2.74
RELIABILIT		2	13	17.81	17.81	20.55
EXAMPE		3	21	28.77	28.77	49.32
FREQUENC		4	32	43.84	43.84	93.15
		5	5	6.85	6.85	100.00
		Total	73	100.0	100.0	

Diferencial		Valor	Frecuencia
n	Valor	73	
	Posibles	0	
Media		3.34	
Modo		4.00	
Desv. Std.		.85	
Varianza		.88	
Alfama		1.00	
Alfama		5.00	
SE (Mediana)		4	



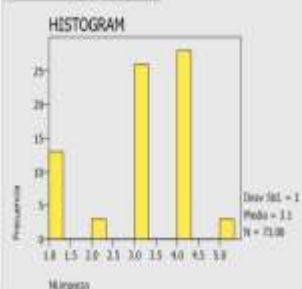
Nógrate						
	Etiqueta de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado	Porcentaje Acumulado
RELIABILIT		1	13	16.44	16.44	16.44
RELIABILIT		2	5	6.85	6.85	23.29
EXAMPE		3	26	35.62	35.62	58.90
FREQUENC		4	23	31.51	31.51	90.41
		5	7	9.59	9.59	100.00
		Total	73	100.0	100.0	

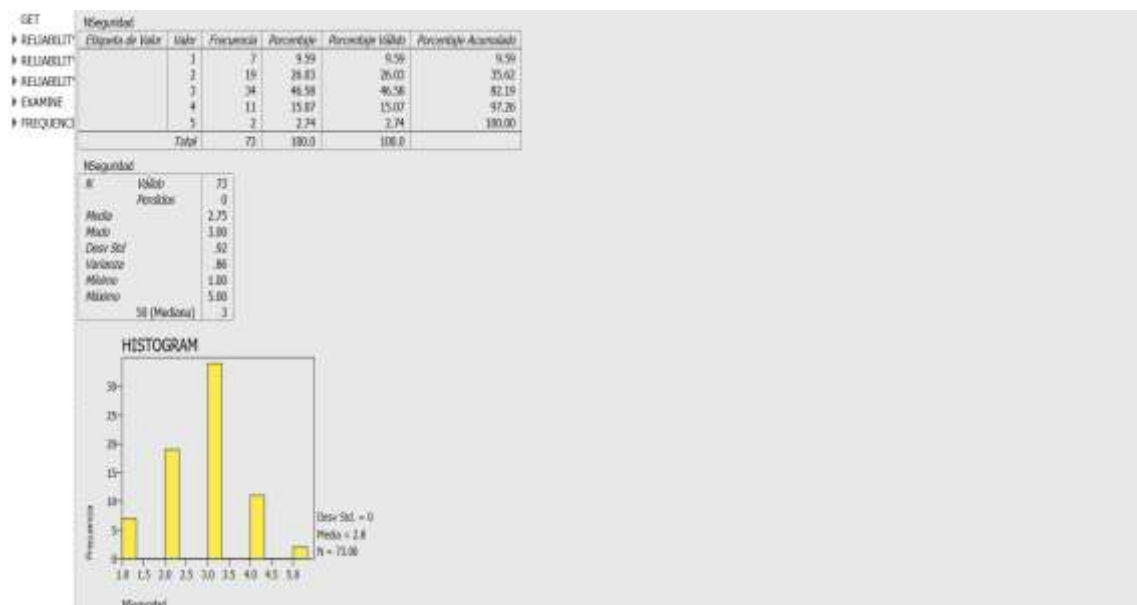
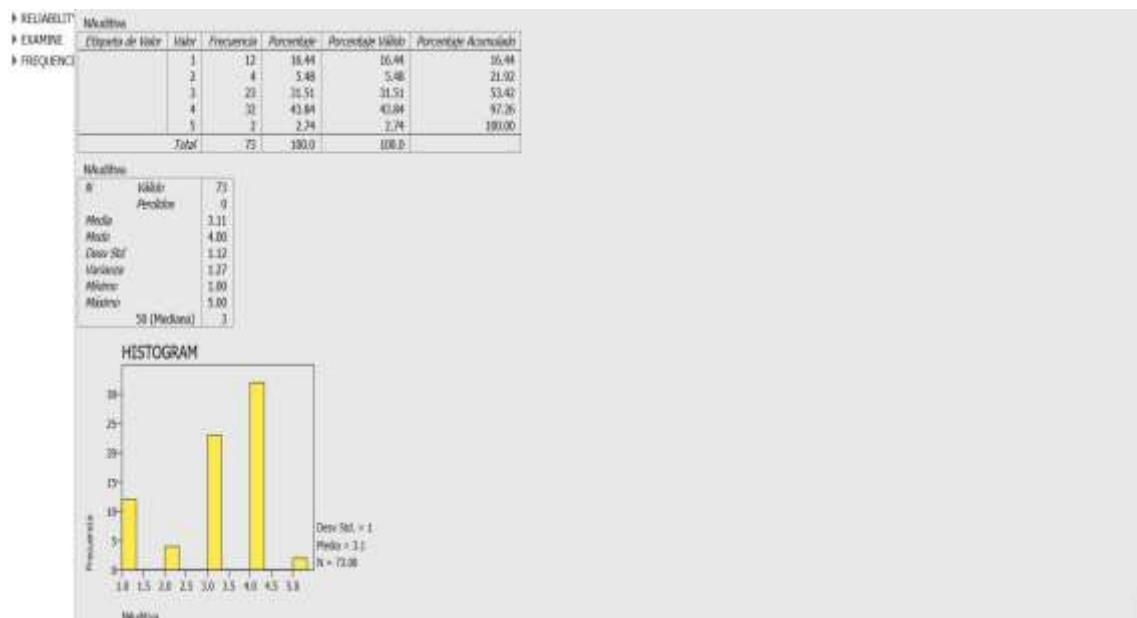
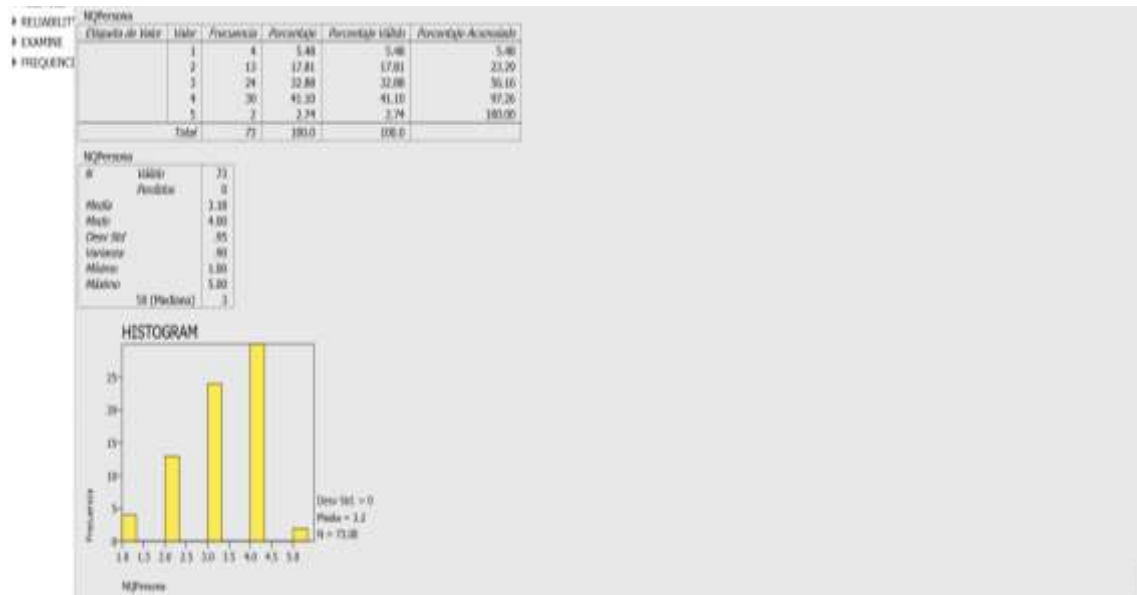
Nógrate		Valor	Frecuencia
n	Valor	73	
	Posibles	0	
Media		3.12	
Modo		3.00	
Desv. Std.		1.20	
Varianza		1.43	
Alfama		5.00	
Alfama		5.00	
SE (Mediana)		3	



Nógrate						
	Etiqueta de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumulado	Porcentaje Acumulado
RELIABILIT		3	13	17.81	17.81	17.81
RELIABILIT		2	5	6.85	6.85	24.66
EXAMPE		3	26	35.62	35.62	60.28
FREQUENC		4	28	38.36	38.36	98.64
		5	7	9.59	9.59	100.00
		Total	73	100.0	100.0	

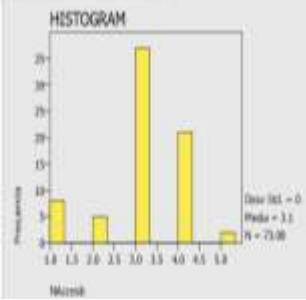
Nógrate		Valor	Frecuencia
n	Valor	73	
	Posibles	0	
Media		3.67	
Modo		4.00	
Desv. Std.		1.15	
Varianza		1.31	
Alfama		5.00	
Alfama		5.00	
SE (Mediana)		3	





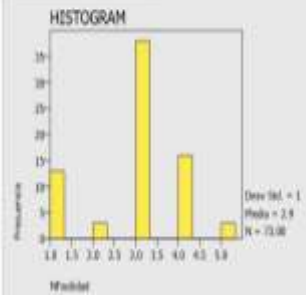
Microbi						
Clasificación	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumul.	Porcentaje Acumul.	Porcentaje Acumul.
REUMATIT	1	8	10.96	10.96		10.96
REUMATIT	2	5	6.85	17.81		17.81
EXAMEN	3	37	50.68	50.68		50.68
FRECUENC	4	21	28.77	79.45		79.45
	5	3	4.11	83.56		83.56
	Total	73	100.0	100.0		100.0

Microbi		
n	Valor	Frecuencia
	Reumático	13
Medio		2.00
Medio		3.00
Desv. Est.		1.07
Varianza		1.14
Modo		3
Mediana		3
SE (Mediana)		0.3



Microbi						
Clasificación	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Acumul.	Porcentaje Acumul.	Porcentaje Acumul.
	1	13	17.81	17.81		17.81
	2	3	4.11	21.92		21.92
	3	38	52.05	73.97		73.97
	4	16	21.92	95.89		95.89
	5	3	4.11	100.00		100.00
	Total	73	100.0	100.0		100.0

Microbi		
n	Valor	Frecuencia
	Reumático	13
Medio		3.00
Medio		3.00
Desv. Est.		1.07
Varianza		1.14
Modo		3
Mediana		3
SE (Mediana)		0.3



Anexo N° 8. Guión de entrevista a representantes del equipo técnico de la Asociación interprofesional de maestros y operarios de la Plaza de ponchos

UNIVERSIDAD UTE

MAESTRÍA EN TURISMO

GUIÓN DE ENTREVISTA ASOCIACIÓN INTERPROFESIONAL DE MAESTROS Y OPERARIOS DE LA PLAZA DE PONCHOS

Objetivo: Conocer la perspectiva de la asociación de comerciantes que laboran en la Plaza de ponchos, sus expectativas, limitantes y proyecciones.

1. ¿Cómo se conformó la asociación? ¿Es la única? ¿Hay más grupos dentro de ella?
2. ¿Cómo designan autoridades en la asociación? y ¿Cuántos comerciantes forman parte?
3. ¿Hay algún proceso de selección para los productos que comercializa?
4. ¿Hay trabajo conjunto con el municipio? ¿y con los residentes?
5. ¿Han recibido opiniones de los turistas?
6. ¿Han sido conocedores de los planes o estrategias planteadas por la unidad de turismo?
7. ¿Han previsto algún plan de mejoras para erradicar estos problemas en la Plaza de ponchos?
8. ¿Qué tipo de apoyo o apertura buscan recibir?
9. ¿Se han tomado acciones para remediar la inconformidad?
10. ¿Qué alternativas se han considerado para el uso del mercado los días sábados?
¿Por cuánto tiempo se mantendrá la actual distribución?
11. ¿Cuál es la proyección a futuro de este atractivo?

Anexo N° 9. Encuesta a comerciantes

UNIVERSIDAD UTE
MAESTRÍA EN TURISMO

ENCUESTA A COMERCIANTES DEL ATRACTIVO TURÍSTICO PLAZA DE PONCHOS DE OTAVALO

Estimado comerciante,

Esta es una encuesta para conocer su nivel de satisfacción con el entorno en días habituales y días de feria en la Plaza de ponchos de Otavalo.

Debe calificar su nivel de satisfacción siendo 1 el más bajo y 5 el más alto, al final se encuentra una pregunta abierta para que pueda incluir afectaciones y molestias adicionales que usted sienta, se requiera una solución. Se solicita sinceridad en las respuestas.

Género: Masculino _____ Femenino _____

Nacionalidad: _____

¿Cuántos años lleva como comerciante en el mercado de ponchos? (Seleccione 1)

Menos de 1 año _____ Entre 1 y 3 años _____ Entre 4 y 6 años _____
Entre 7 y 9 años _____ Más de 10 años _____

¿Es productor artesanal o comercializa productos de otros? (Seleccione 1)

Productor artesanal _____ Intermediario _____

Seleccione su manera de laborar en la Plaza de Ponchos

Puesto permanente autorizado dentro de la Plaza _____
Puesto temporal autorizado dentro de la Plaza _____
Puesto permanente en el contorno de la Plaza _____
Puesto temporal en el contorno de la Plaza _____
Puesto improvisado en las calles aledañas a la Plaza _____
Local comercial cercano a la Plaza _____

¿Forma parte de algún gremio artesanal de Otavalo?

Si _____ No _____ Mencione cuál: _____

Satisfacción del entorno en día de feria (Responda considerando 1= Insatisfecho, 2= Poco satisfecho, 3= Indiferente, 4= Algo satisfecho, 5= Muy satisfecho)

Indicador	Valoración
Satisfacción general del entorno en un día de feria	
Organización del espacio	
Limpieza del espacio	
Cantidad de personas en un mismo lugar	
Contaminación auditiva	
Seguridad en el espacio	
Accesibilidad para todas las personas	
Facilidades turísticas (Información, parquesaderos, servicios higiénicos)	

Satisfacción del entorno en día habitual (Responda considerando 1= Insatisfecho, 2= Poco satisfecho, 3= Indiferente, 4= Algo satisfecho, 5= Muy satisfecho)

Indicador	Valoración
Satisfacción general del entorno en un día de habitual	
Organización del espacio	
Limpieza del espacio	
Cantidad de personas en un mismo lugar	
Contaminación auditiva	
Seguridad en el espacio	
Accesibilidad para todas las personas	
Facilidades turísticas (Información, parquesaderos, servicios higiénicos)	

¿Qué otras molestias ha sentido por la realización de la feria los días sábados en la Plaza de ponchos? Por favor mencionarlas a continuación:

¿Qué soluciones considera para la realización de la feria los días sábados en la Plaza de ponchos? Por favor mencionarlas a continuación:

¡Gracias por su amable colaboración y tiempo!

Anexo N° 10. Análisis estadístico en PSPP de los comerciantes

VARIABLES de la escala de Likert analizadas con el Alpha de Cronbach = 0,88 (Fiabilidad satisfactoria)

RELIABILITY

RELIABILITY

/VARIABLES= Diálogo N°Organ N°Impres N°Personas Muñitos RSeguridad Acceso FFacilidad Diálogo FOrgan FImpres FPersonas FAciditas FSeguridad FAcceso FFacilidad

MODEL=ALPHA

Escala AMT

Resumen del proceso de casos

	N	%
Casos válidos	72	100,00
Excluidos	0	,00
Total	72	100,00

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,88	16

Objetivo – PSPPDE Visor de resultados

Archivos Editar Ventanas Ayuda

► RELIABILITY

► RELIABILITY

► RELIABILITY

► FREQUENCIES

/VARIABLES= Género Trayectoria Tipoconfer Tipoevento Género Diálogo FOrgan FImpres FPersonas FAciditas FSeguridad FAcceso FFacilidad Diálogo N°Organ N°Impres N°Personas Muñitos RSeguridad Acceso FFacilidad

FORMAT=WWW:TABLE

STATISTICS=DEFAULT VARIANCE RANGE MODE MEDIAN

MISSING=BLANK

HISTOGRAM=NORMAL

Género

Etiqueta de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Masculino	1	33	45,83	45,83	45,83
Femenino	2	39	54,17	54,17	100,00
Total		72	100,0	100,0	

Género

N	Valor	72
Aciditas	0	
Medio	1,54	
Modo	2,00	
Desv-Std	,50	
Varianza	,25	
Zkotante	1,00	
Alfaico	1,00	
Alfaico	1,00	
Alfaico	1,00	
SE (Mediana)	,2	

HISTOGRAM

Desv-Std = 0
Medio = 1,5
N = 72,00

► FREQUENCIES

Trayectoria

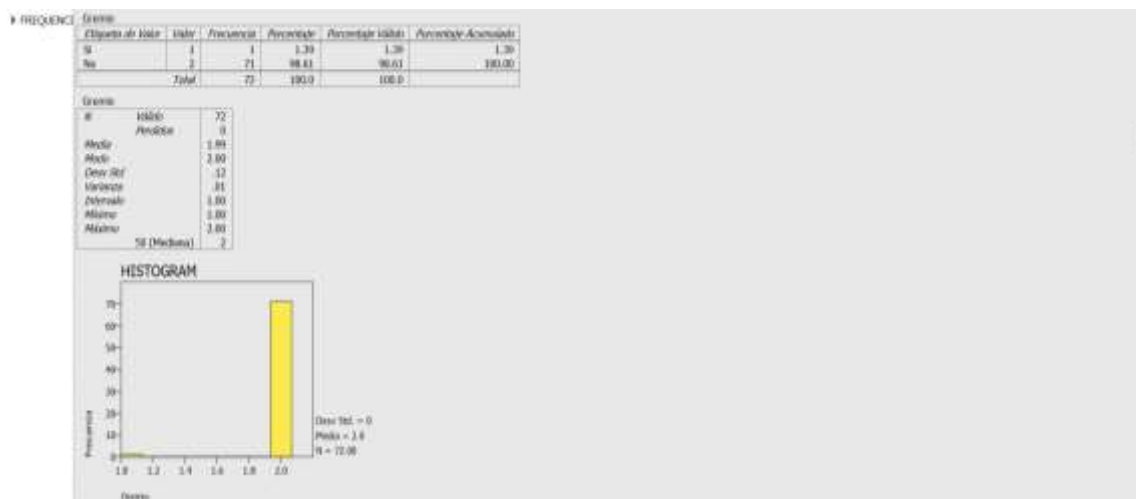
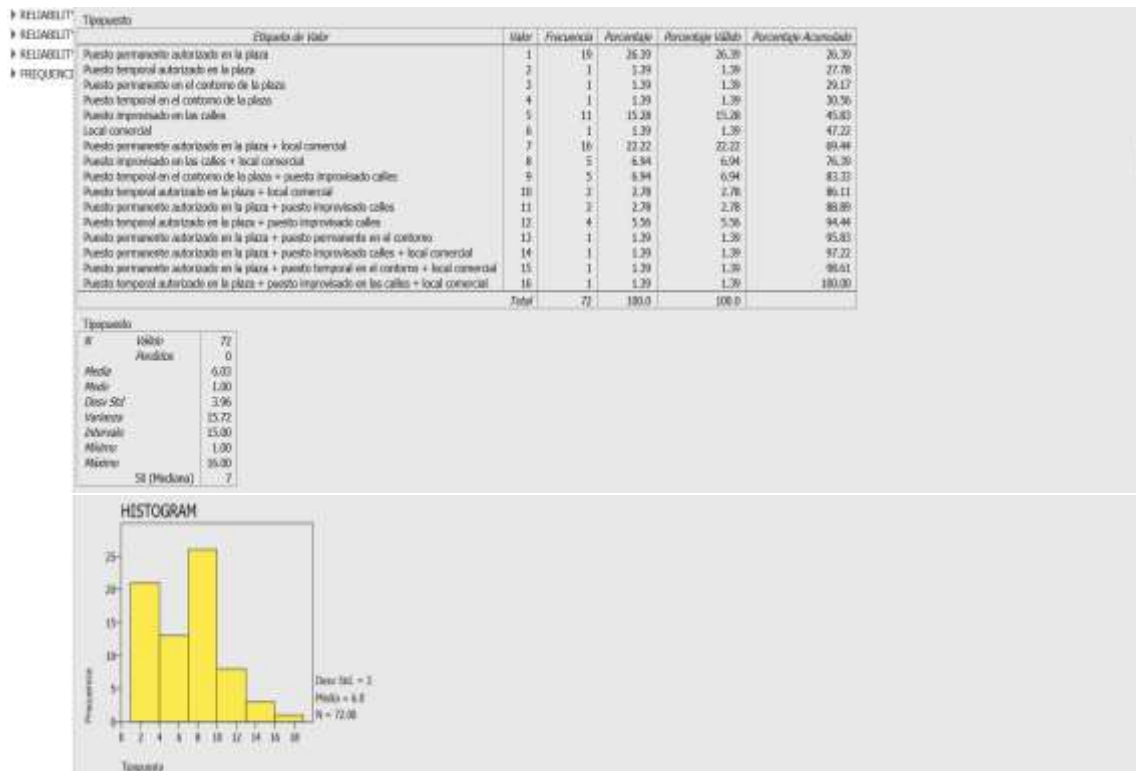
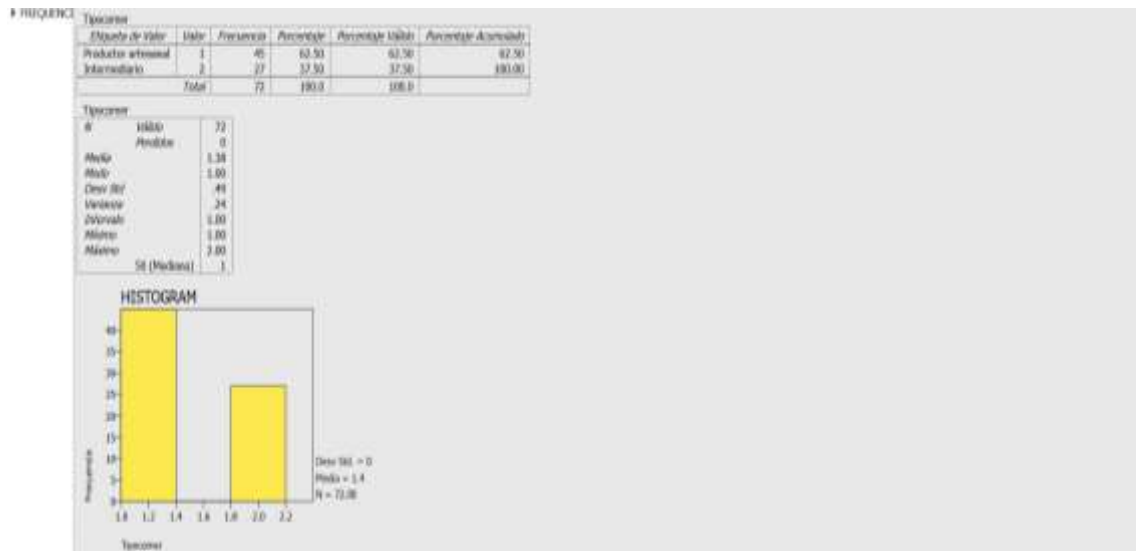
Etiqueta de Valor	Valor	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje Acumulado
Entre 1 y 3 años	1	14	19,44	19,44	19,44
Entre 4 y 6 años	2	26	36,11	36,11	55,56
Entre 7 y 9 años	3	4	5,56	5,56	61,11
Más de 10 años	4	28	38,89	38,89	100,00
Total		72	100,0	100,0	

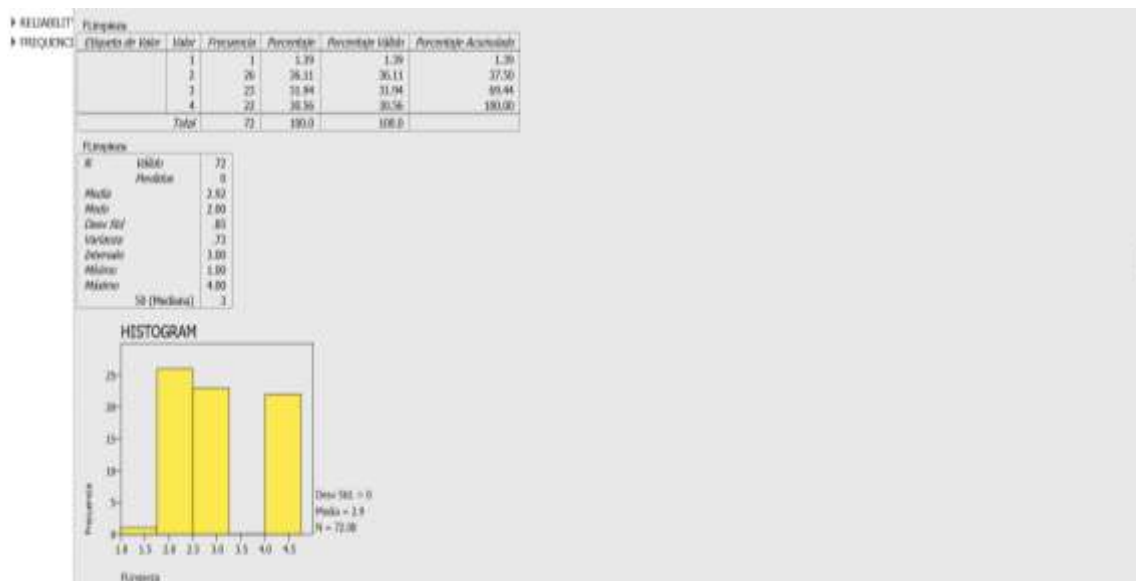
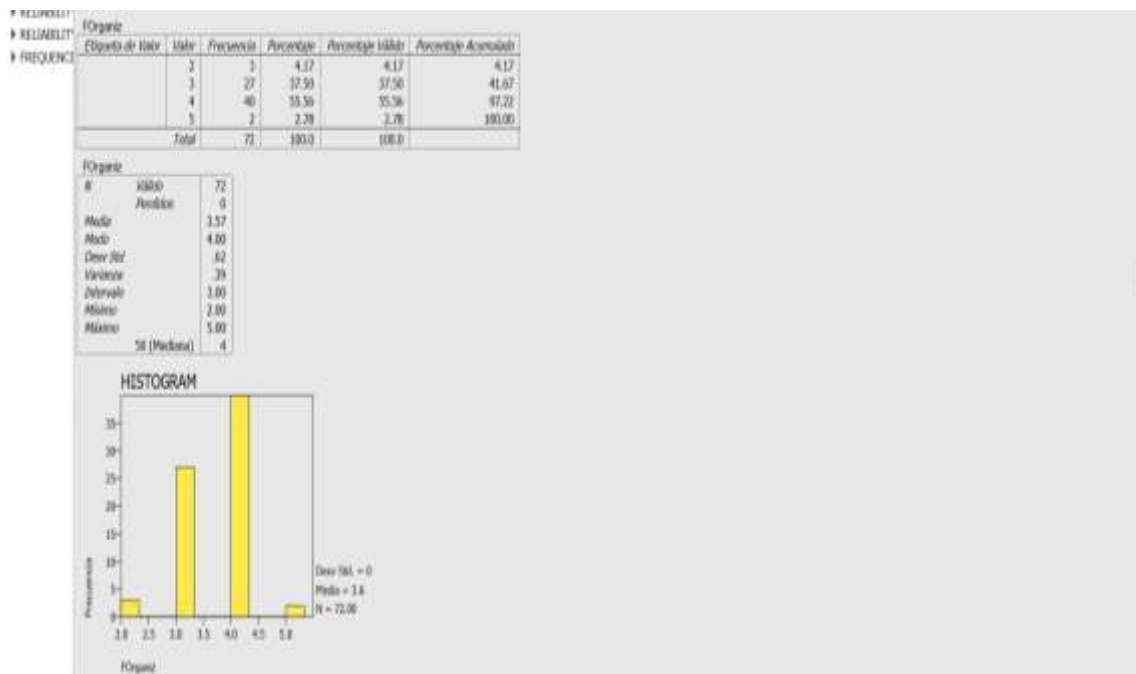
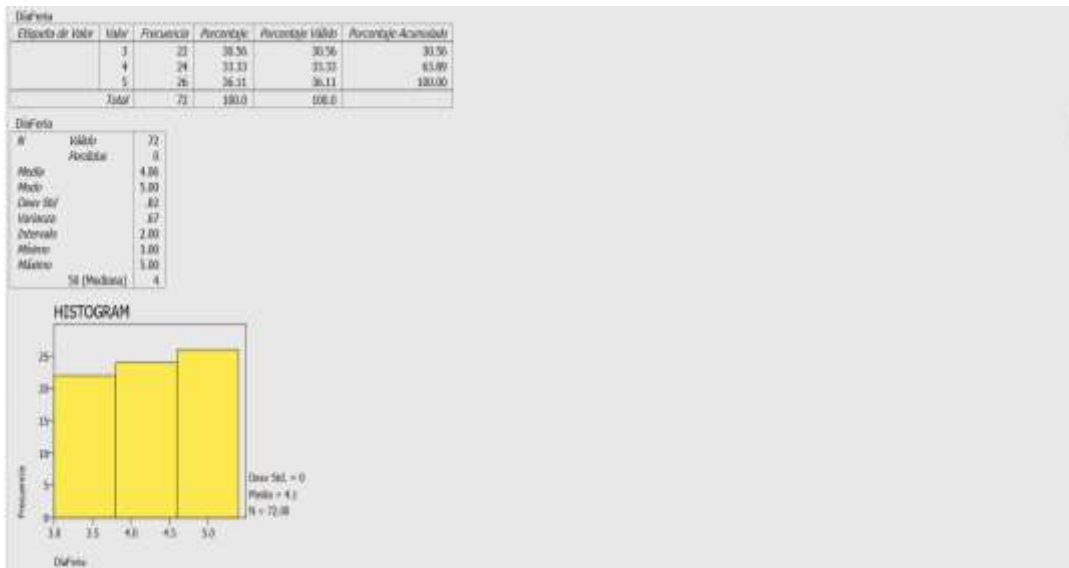
Trayectoria

N	Valor	72
Aciditas	0	
Medio	1,64	
Modo	1,00	
Desv-Std	1,19	
Varianza	1,42	
Zkotante	1,00	
Alfaico	2,00	
Alfaico	1,00	
SE (Mediana)	,3	

HISTOGRAM

Desv-Std = 1
Medio = 1,6
N = 72,00

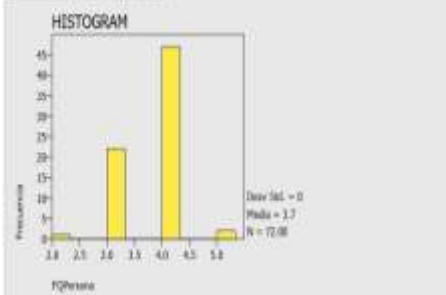




► RELIABILITÄT
► FREQUENZ

Ergebnis	Häufigkeit	Prozent	Prozent Häufigkeit	Prozent Absolut
1	1	1,39	1,39	1,39
2	22	30,96	30,96	31,94
4	47	65,28	65,28	67,22
5	2	2,78	2,78	2,86
Total	72	100,0	100,0	

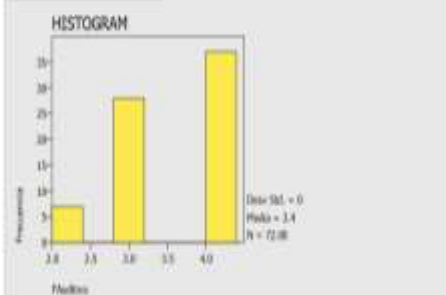
Ergebnis	Häufigkeit
1	1
2	22
4	47
5	2
Total	72



► FREQUENZ

Ergebnis	Häufigkeit	Prozent	Prozent Häufigkeit	Prozent Absolut
1	7	9,72	9,72	9,72
2	26	36,11	36,11	36,11
4	37	51,17	51,17	51,17
Total	70	100,0	100,0	

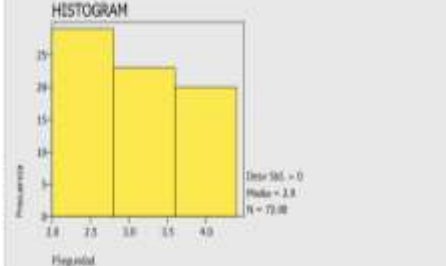
Ergebnis	Häufigkeit
1	7
2	26
4	37
Total	70

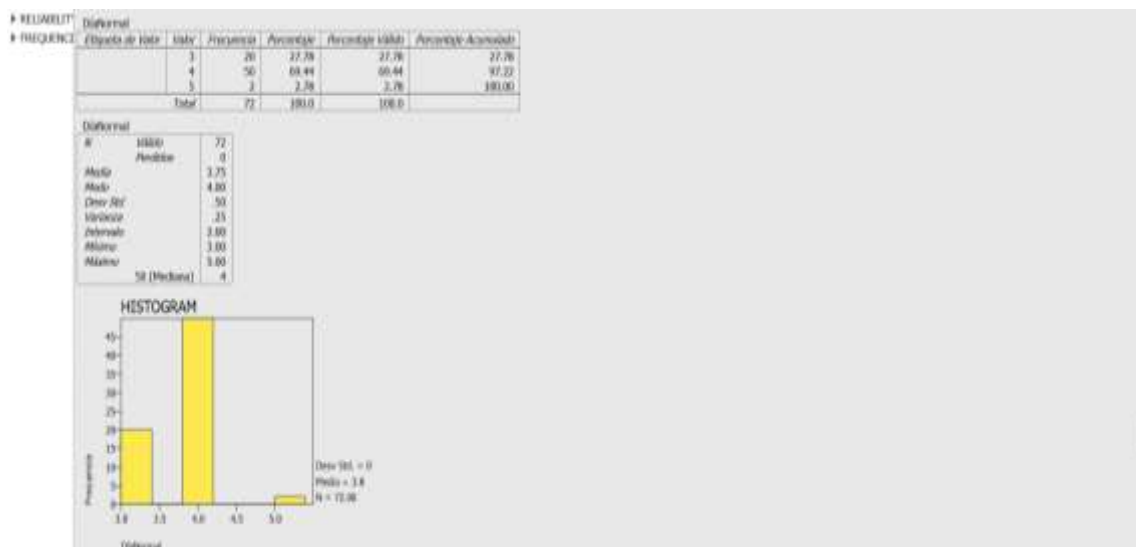
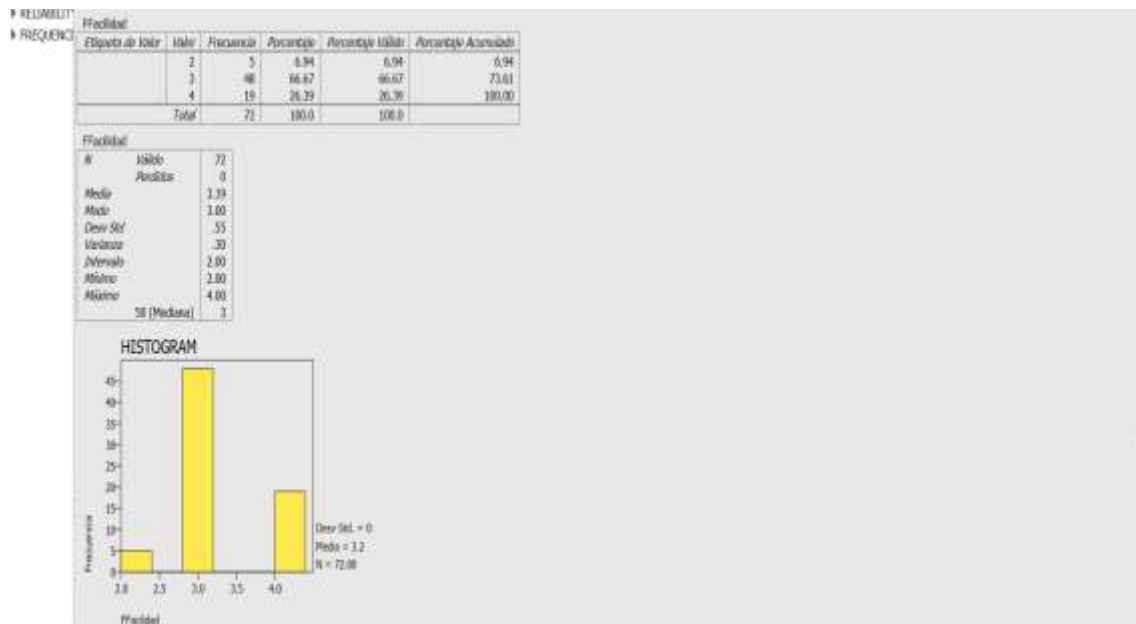
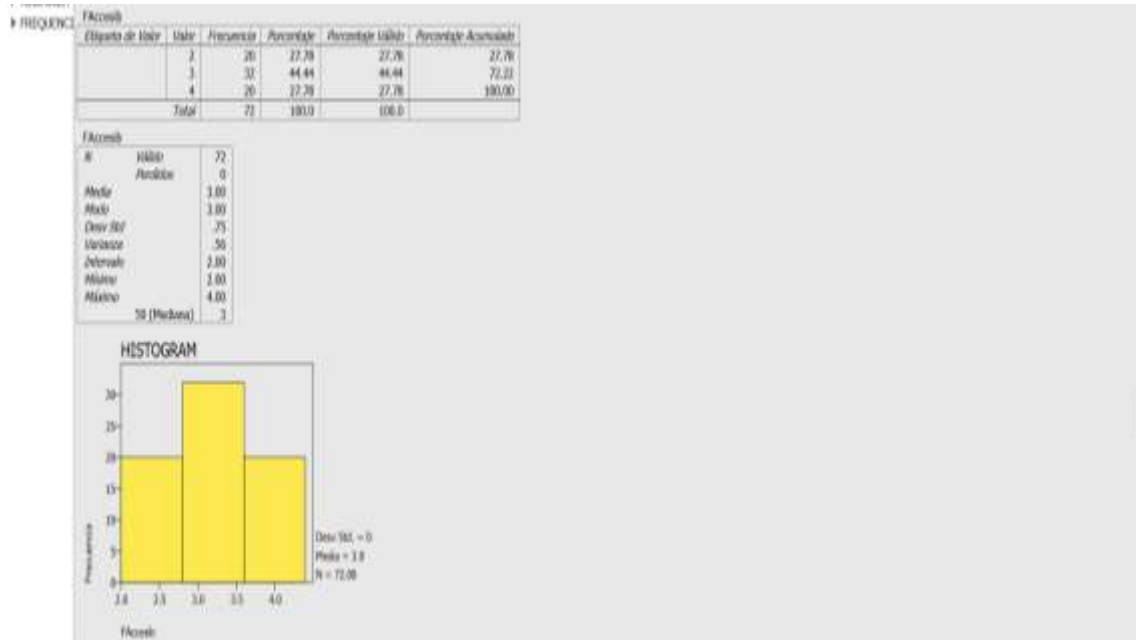


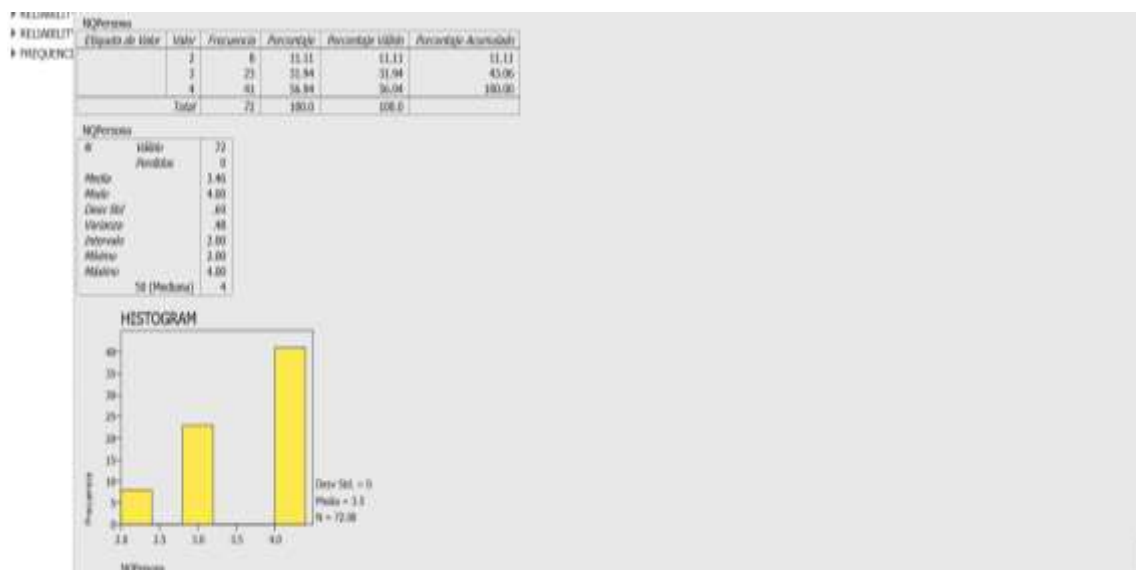
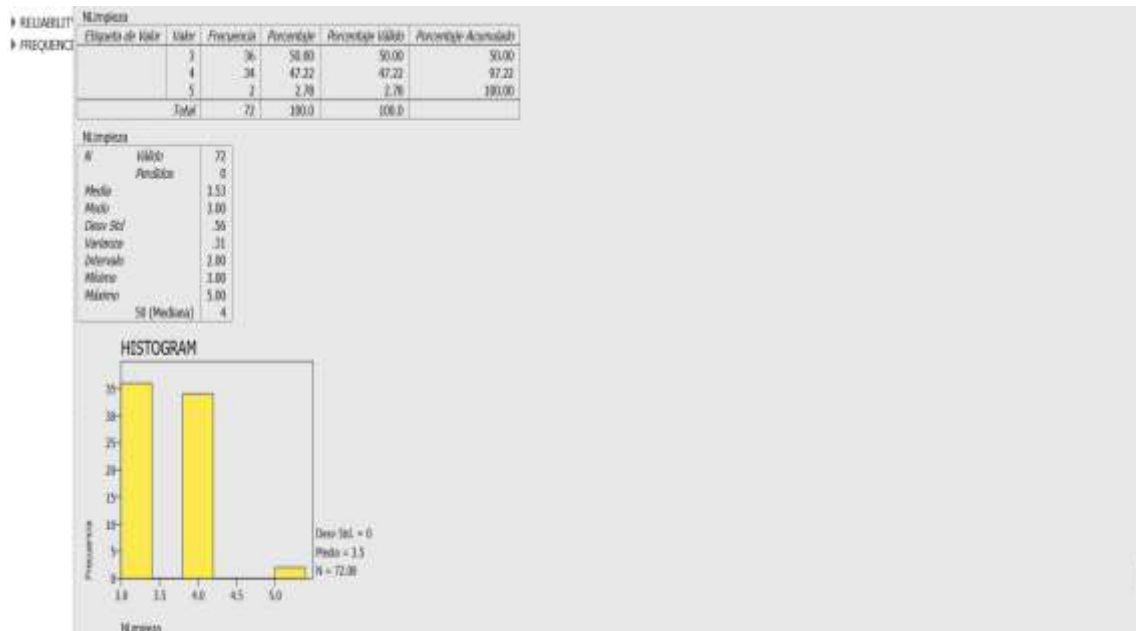
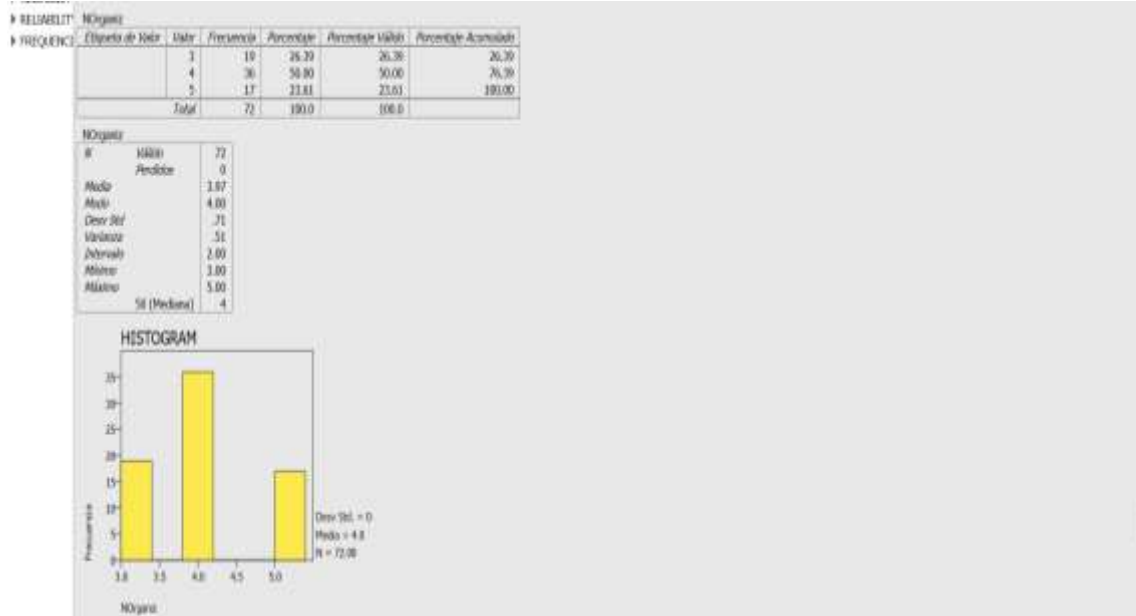
► FREQUENZ

Ergebnis	Häufigkeit	Prozent	Prozent Häufigkeit	Prozent Absolut
1	26	36,11	36,11	36,11
2	25	34,72	34,72	34,72
4	20	27,78	27,78	27,78
Total	71	100,0	100,0	

Ergebnis	Häufigkeit
1	26
2	25
4	20
Total	71







► RELIABILITATE

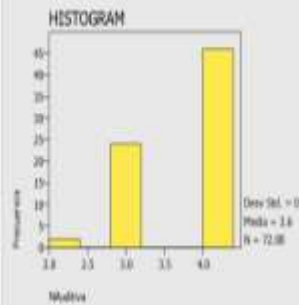
► RELIABILITATE

► FRECVENȚĂ

Grupul de Vârstă	Vârsta	Frecvență	Procentaj	Procentaj Vârstă	Procentaj Acumulat
	2	2	2,78	2,78	2,78
	3	24	33,33	33,33	36,11
	4	46	63,89	63,89	100,00
Total		72	100,0	100,0	

Muștrii

N	Vârstă	72
	Deviație	0
Medie		3,61
Modă		4,00
Dev. Std.		,55
Varianță		,30
Interval		2,00
Minim		2,00
Maxim		4,00
	St (Mediana)	4



► RELIABILITATE

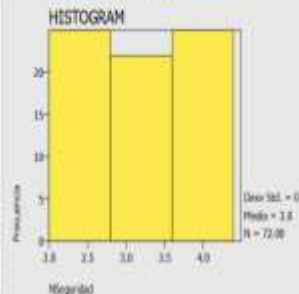
► RELIABILITATE

► FRECVENȚĂ

Grupul de Vârstă	Vârsta	Frecvență	Procentaj	Procentaj Vârstă	Procentaj Acumulat
	2	25	34,72	34,72	34,72
	3	22	30,56	30,56	65,28
	4	25	34,72	34,72	100,00
Total		72	100,0	100,0	

Neajutorat

N	Vârstă	72
	Deviație	0
Medie		3,00
Modă		-
Dev. Std.		,84
Varianță		,70
Interval		2,00
Minim		2,00
Maxim		4,00
	St (Mediana)	3



► RELIABILITATE

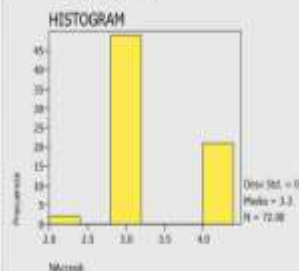
► RELIABILITATE

► FRECVENȚĂ

Grupul de Vârstă	Vârsta	Frecvență	Procentaj	Procentaj Vârstă	Procentaj Acumulat
	2	2	2,78	2,78	2,78
	3	46	63,89	66,66	70,83
	4	24	33,33	33,33	100,00
Total		72	100,0	100,0	

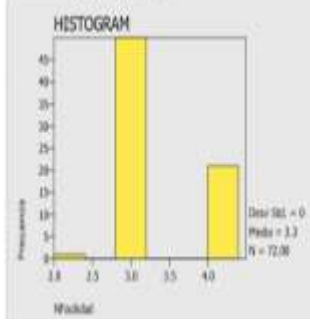
Micșor

N	Vârstă	72
	Deviație	0
Medie		3,26
Modă		3,00
Dev. Std.		,50
Varianță		,25
Interval		2,00
Minim		2,00
Maxim		4,00
	St (Mediana)	3



Wachtel					
Clasa de Vârsta	Ulei	Frecvență	Procentaj	Procentaj cumulativ	Procentaj acumulat
	2	1	1,39	1,39	1,39
	3	50	69,44	69,44	70,83
	4	21	29,17	99,17	100,00
Total		72	100,0	100,0	

Wachtel	
#	72
Mod	3
Medie	3,28
Med	3,00
Dev. Std.	0,89
Variance	0,79
Interval	2,00
Minim	2,00
Maxim	4,00
St. (Mediana)	3



Anexo N° 11. Herramienta para identificación de problemáticas y estrategias en destinos afectados por *Overtourism*

País	Perú	Camboya	India	Indonesia	Italia	Italia	España	Islandia	Reino Unido
Ciudad	Cuzco	Siem Reap	Agra	Isla Bali	Venecia	Roma	Barcelona	Reykjavik	Londres
Reconocimientos	Patrimonio de la humanidad UNESCO	Patrimonio de la humanidad UNESCO	Patrimonio de la humanidad UNESCO	Paisaje cultural Patrimonio de la humanidad UNESCO	Patrimonio de la humanidad UNESCO	Patrimonio de la humanidad UNESCO	9 patrimonios de la humanidad UNESCO	3 patrimonios de la humanidad UNESCO	Monumentos Patrimonio de la humanidad UNESCO
Atractivo	Machu Picchu	Angkor Wat	Taj Mahal	Bali	Venecia Plaza de San Marcos Cinque Terre	Centro histórico Fontana Di Trevi	Sagrada Familia La Rambla Parque Güell	Laguna azul Golden circle	Centro histórico
Problemas	Plan maestro 2005-2015 capacidad de carga 2500 pax/pdía Excede por 1300 pdía Al final 5 mil pax/pdía	Incremento del turismo 20% al año, déficit de agua considerable por sobrepoblación Hundimiento del complejo por desnivel de la tierra 2 millones de turistas anual	50 mil visitas en un día Extranjeros mil rupias = \$15	Emergencia de basura en las playas, retirar 100 toneladas pdía De las 17 mil islas, es la más concurrida	50 mil habitantes - 3 millones pax al año Exceso de pasajeros por cruceros Centro histórico fuera de control Precios de alquileres muy altos, residentes inconformes Exceso de basura Costo de limpieza y seguridad solo pagado por venecianos	Deterioro del conjunto arquitectónico, generación de mucha basura	Exceso de pasajeros por cruceros Centro histórico fuera de control	2 millones de personas, y menos de 340 mil personas 6 veces más turistas fuera de control Precios de hospedaje demasiado altos	Precio de alquileres demasiado altos (Zona 1 del metro donde están las atracciones principales)
Estrategias	Replantear el modelo de planificación de una forma más sostenible, o desde cero Venta de tickets por horarios online Excepción del pago de la entrada	Subir precios \$20 a \$32 pp/pdía Rehabilitación de los sistemas fluviales milenarios, bombear agua de un lago cercano no es solución porque los residentes se dedican a la pesca artesanal y traería grandes impactos	Subir de precio y limitar la visita a 3 horas, no día completo	Construcción de 10 islas artificiales adicionales	Regla de comportamiento de turistas (Daspos), campaña publicitaria #RespectEnjoyVenezia Tasa de impuesto al turista muerde y huye Aplicación capacidad de carga para conocer las personas que están en el sendero	Construcción muro de cristal alrededor de la fuente, control de ventas ambulantes en el centro histórico	Diversificación de actividades (Booking) No más hoteles nuevos en el centro	Tourist Site Protection Fund Denegar permisos de construcción en el centro histórico Limitar Air BnB a 90 días máximo Restringir visitas a los sitios más concurridos	Cierre y peatonización del centro histórico, no se permiten vehículos solo se accede en metro

Anexo N° 12. Herramienta para identificación de estrategias en países afectados por *Overtourism*

Estrategias / Países	PE	KH	IN	IT	ES	JP	FR	IS	UK	BT	PH	NL	HR	TH	VN	GR	AE	CH	BE	Total
Nuevo modelo de planificación	1								1			1						1	1	5
Estudios de capacidad de carga	1			1				1				1	1					1		6
Restricciones de acceso al Centro histórico				1	1		1		1			1						1	1	7
Venta de tickets online con horarios	1						1					1								3
Multas												1								1
Incremento de precios por día		1		1															1	3
Incremento de precios por excursión			1	1																2
Limitar el número de visitantes	1		1					1			1	1	1			1			1	8
Limitar el tiempo de visita	1		1			1						1				1				5
Limitar las estancias vacacionales de larga duración (Air BnB)					1			1				1						1		4
Regular el comportamiento de los visitantes				1		1						1								3
Diversificación de la oferta				1	1			1				1				1	1		1	7
Desarrollo de aplicaciones tecnológicas para capacidad de carga				1																1
Control de ventas ambulantes en puntos específicos				1																1
Infraestructura para proteger los bienes patrimoniales				1																1
Denegar permisos de construcción para nuevos hoteles					1							1				1		1	1	5
Cierre de atracciones y atractivos						1	1				1			1	1		1			6
Deluxe tourism										1										1
Demarketing (Publicidad inversa)												1								1
Total	5	1	3	9	4	3	3	4	2	1	2	12	2	1	1	4	2	5	6	

Anexo N° 13. Fotografías