



Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD LA MAGDALENA,
PARROQUIA RURAL ANGOCHAGUA PERTENECIENTE AL CANTÓN IBARRA

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
Licenciatura EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA

LÍNEA/S DE INVESTIGACIÓN:

04 gestión sostenible y aprovechamiento de los recursos naturales

AUTOR: Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes

ASESOR: MSc. Luis Álvaro Coronado Rivera


IBARRA, ENERO 2021

Ibarra, 23 de enero de 2021

Mgs. Luis Álvaro Coronado Rivera
ASESOR

CERTIFICA:

Haber revisado el presente informe final de investigación, el mismo que se ajusta a las normas vigentes en la Escuela de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras (GESTURH), de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI); en consecuencia, autorizo su presentación para los fines legales pertinentes.


(f) 

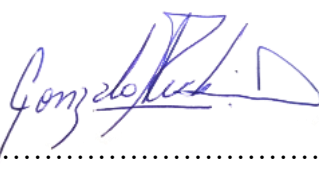
Mgs. Luis Álvaro Coronado Rivera

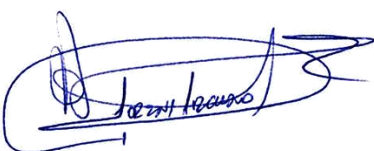
C.C.: 100291059-2

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

El jurado examinador, aprueba el presente informe de investigación en nombre de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra (PUCESI):

(f): 
Mgs. Álvaro Coronado
C.C.: 100291059-2

(f): 
Mgs. Gonzalo Rubio
C.C.: 1001933462

(f): 
Mgs. Lorena Arellano
C.C.: 1001579802

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Yo Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes, declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 165 del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, que manifiesta textualmente: “Se reconoce facultad de los autores y demás titulares de derechos de disponer de sus derechos o autorizar las utilidades de sus obras o prestaciones, a título gratuito u oneroso, según las condiciones que determinen. Esta facultad podrá ejercerse mediante licencias libres, abiertas y otros modelos alternativos de licenciamiento o la renuncia”.

Ibarra, 23 de enero de 2021

f): *Daniel Cifuentes*.....

Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes

C.C.: 1005070782

AUTORÍA

Yo, Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes, portador de la cédula de ciudadanía N° 100507078-2, declaro que la presente investigación es de total responsabilidad del (los) autor (es), y eximo expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.

f): *Daniel Cifuentes*.....

Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes

C.C.: 1005070782

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a mis padres Edison Cifuentes y María Fernanda Fuentes y a mis hermanos Matías Cifuentes e Isaac Fuentes, por ser un pilar fundamental en mi vida, además que siempre han estado pendientes de mí y mis necesidades, por su paciencia, amor y apoyo incondicional, sin ustedes nada de esto hubiese sido posible.

A su vez, dedico este trabajo a mis abuelos Raúl Fuentes, Marta Beltrán y Rubí Cifuentes, quienes siempre me han recalado lo importante del estudio y la dedicación personal, además de su predisposición a colaborar en lo que me era necesario que fue de gran apoyo para la investigación realizada y para mí.

A mi asesora Mgs. Lorena Arrellano, quien me ha impartido sus conocimientos y consejos para elaborar y concluir la presente investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradezco primero a Dios por guiarme siempre e iluminar mi camino para culminar una etapa de vital importancia en mi vida y así empezar mi vida como profesional en el área de turismo.

A mis padres por ser siempre el pilar fundamental de mi vida, pero sobre todo por su enseñanza diaria, por enseñarme valores y principios que me han formado como persona de bien.

A mis abuelitas, abuelito, tías y tío por brindarme a diario todo su apoyo, cariño y enseñanzas.

A mis hermanos Matías e Isaac por estar siempre pendientes de mí cuidándome y brindándome consejos o palabras de aliento cuando ha sido necesario.

De igual manera, un especial agradecimiento a todos los maestros, colaboradores, emprendedores y amigos que han aportado con sus conocimientos para mi formación profesional.

Y un sincero agradecimiento a los miembros de la comunidad La Magdalena que brindaron un pequeño pero valioso apoyo, para realizar la presente investigación.

INDICE DE CONTENIDOS

PÁGINA DE APROBACIÓN DEL TRIBUNAL	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS	iv
AUTORÍA	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
INDICE DE CONTENIDOS	viii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE FIGURAS	xii
2. ABSTRACT.....	xvii
3. INTRODUCCIÓN	1
4. ESTADO DEL ARTE	3
4.1 Investigaciones Internacionales	3
4.1.1 Plan de dinamización turística del valle de Iguña y Anievas	3
4.1.2 Plan de Dinamización Turística de Montanejos	3
4.1.3 Programa de dinamización turística para el municipio de el alto, distrito 1 y 3.....	3
4.1.4 Plan de dinamización turística: agrupación de los municipios de la plana de l'arc.4	
4.1.5 El Plan de Gobernanza y Dinamización Turística del Camp de Morvedre	4
4.2 Investigaciones Nacionales.....	4
4.2.1 Plan para la dinamización turística-cultural Riobamba	4
4.2.2 Análisis circuito turístico de Guayaquil.....	5
4.2.3 Estrategias de dinamización turístico cultural	5
4.2.4 Plan de Dinamización Turística para el Barrio San Marcos del Centro Histórico de Quito para Diversificar la Oferta con Enfoque Sostenible.	5
4.2.5 Plan de dinamización turismo San Rafael de la Laguna Otavalo	6
4.3 Plan de Dinamización	6
4.4 Plan de Dinamización Turístico.....	6
4.5 Objetivos de un Plan de Dinamización.....	6
4.6 Planificación Turística	7
4.7 Planificación Estratégica Turística	7
4.8 Producto Turístico.....	7
4.9 Recurso Turístico	8

4.13 El turismo en la economía de un sector	8
4.13.1 Turismo y crecimiento económico	8
4.14 Sostenibilidad.....	8
4.14.1 Sostenibilidad Ambiental.....	9
4.15 Sostenibilidad Turística	9
4.16 Desarrollo Sostenible	9
4.17 Turismo Sostenible	9
5. MATERIALES Y MÉTODOS	10
5.1 Enfoque de la investigación	10
5.2 Métodos	10
5.2.1 Método Inductivo.....	10
5.2.2 Método Deductivo	10
5.2.3 Método Sintético.....	11
5.3 Técnicas e instrumentos.....	11
5.4.1 Primera Fase	11
5.4.1.1 Técnicas	11
5.4.1.2 Instrumentos.....	12
5.4.2 Segunda Fase	12
5.4.2.1 Técnicas	12
5.4.2.2 Instrumentos.....	13
5.4.3 Tercera Fase	13
5.4.4 Cuarta Fase	13
5.4.4.1 Técnicas	13
5.4.4.2 Instrumentos.....	13
5.5 Diseño Metodológico.....	14
5.6 Población y muestra.....	14
5.6.1 Población	14
5.6.2 Muestra	15
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN	17
6.1 Resultados y análisis de las encuestas	17
6.1.1 Cuestionarios turistas Cantón Ibarra.....	17
6.1.2 Cuestionarios miembros de la comunidad	29

6.1.3 Fichas de Observación	40
6.1.4 Resultados y análisis de las entrevistas.....	56
6.1.4.1 Guiones entrevistas	56
6.1.4.2 Datos de los entrevistados.....	58
6.1.4.3 Entrevistas.....	58
6.2 Discusión	76
6.3 Análisis FODA	78
6.4 Estrategias del Plan de Dinamización.....	79
6.4.1 Creación de la marca turística de la Comunidad La Magdalena.	79
6.4.2 Duseño de la página web (Blog) y redes sociales.....	81
6.4.3 Elaboración tríptico y folleto informativo de la Comunidad La Magdalena.	84
6.4.4 Desarrollo de la propuesta para la Feria de emprendimientos turísticos y gastronómicos de la comunidad la Magdalena.	88
6.4.5 Desarrollo del cronograma y temario para las capacitaciones turísticas.	90
6.4.6 Elaboración del Catastro Turístico de la comunidad.	92
6.4.7 Diseño y ubicación de la señalética y vallas publicitarias para la comunidad.	94
6.4.7.1. Montaje fotográfico de la señalética.....	100
6.4.8 Diseño y ubicación de letreros para puntos de encuentro y a su vez postes con botones SOS.....	136
6.4.8.1. Montaje de letreros puntos de encuentro y postes con botones SOS.....	139
CONCLUSIONES	146
RECOMENDACIONES.....	147
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	148
ANEXOS	153

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1	Diseño metodológico por cada fase de análisis de la investigación de la Comunidad La Magdalena.....	14
Tabla 2	Población de estudio	15
Tabla 4	Actividades turísticas de preferencia en la comunidad.....	19
Tabla 6	Tipos de Alojamiento turístico	20
Tabla 7	Oferta Gastronómica en la comunidad	21
Tabla 8	Medios de promoción y difusión	26
Tabla 9	Seguridad Social y Ciudadana	27
Tabla 10	Salud y asistencia.....	27
Tabla 12	Actividades Turísticas	34
Tabla 13	Transporte Turístico.....	34
Tabla 14	Tipos Alojamientos.....	35
Tabla 15	Tipos de Gastronomía.....	35
Tabla 16	Medios de Promoción y difusión	38
Tabla 17	Ficha observación Pondo Wasi.....	40
Tabla 18	Ficha de observación Casa de los Alisos.....	41
Tabla 19	Ficha de observación Casa del Arrayan.....	42
Tabla 20	Ficha de observación Casa de los Cipreses	43
Tabla 21	Ficha de observación Casa de los Geranios.....	44
Tabla 22	Ficha de observación Casa de los Girasoles	45
Tabla 23	Ficha de observación Casa de las Rosas.....	46
Tabla 24	Ficha de observación Karanqui Magdalena Lodge	47
Tabla 25	Ficha de observación Samay Loma	48
Tabla 26	Ficha de observación Cancha de Fútbol de la Magdalena.....	49
Tabla 27	Ficha de observación Casa Comunal	50
Tabla 28	Ficha de observación Capilla Comunidad la Magdalena	51
Tabla 29	Ficha de observación Escuela de la comunidad	52
Tabla 30	Ficha de observación Laguna Pangaladera.....	53
Tabla 31	Ficha de observación Volcán Cubilche	54
Tabla 32	Ficha de observación Hacienda la Magdalena.....	55

Tabla 33 Datos de los Entrevistados.....	58
Tabla 34 Matriz FODA.....	78
Tabla 35 Marca Turística.....	80
Tabla 36 Página web y redes sociales.....	82
Tabla 37 Tríptico y folleto informativo	85
Tabla 38 Cronograma feria de emprendimientos	88
Tabla 39 Capacitaciones Turísticas Primera Jornada	90
Tabla 40 Capacitaciones Turísticas Segunda Jornada	91
Tabla 41 Catastro Turístico.....	93
Tabla 42 Señalética.....	95
Tabla 43 Puntos de encuentro y botones SOS	136

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Muestra encuesta para turistas.....	15
Figura 2 Rango de Edad.....	17
Figura 3 Género	18
Figura 4 Conoces la Comunidad La Magdalena.....	18
Figura 5 Señalética Informativa de atractivos y actividades turísticas.....	22
Figura 6 Señalética Orientadora	23
Figura 7 Señalética reguladora	24
Figura 8 Promoción y difusión	25
Figura 9 Rango de Edad.....	29
Figura 10 Género	30
Figura 11 Fuente de turismo	31
Figura 12 Fuente de ingreso.....	32
Figura 13 Elaboración del Plan.....	33
Figura 14 Señalética Informativa.....	36
Figura 15 Señalética Orientadora	36
Figura 16 Señalética Reguladora	37
Figura 17 Promoción y difusión	37
Figura 18 Seguridad social y ciudadana	38
Figura 19 Salud.....	39
Figura 20 Marca Turística.....	80
Figura 21 Página Web.....	82
Figura 22 Facebook	83
Figura 23 Instagram.....	83
Figura 24 Tríptico Lado A	85
Figura 25 Tríptico Lado B	85
Figura 26 Folleto Lado A.....	86
Figura 27 Folleto lado B	87
Figura 28 Señalética Informativa de Atractivos y Servicios	96
Figura 29 Señalética de aproximación con tres indicadores.....	96
Figura 30 Señalética de aproximación con dos indicadores	97

Figura 31 Señalética de aproximación con un indicador	97
Figura 32 Vallas publicitarias	98
Figura 33 Señalética individual para cada atractivo	99
Figura 34 Pondo Wasi, Ruta del Borrego	100
Figura 35 Karanki Magdalena Lodge, Ruta del Borrego, Casas Rurales de Alojamiento	101
Figura 36 Karanki Magdalena Lodge, Casa de los Girasoles.....	101
Figura 37 Hacienda la Magdalena	102
Figura 38 Capilla La Magdalena, Casa Comunal de La Magdalena	102
Figura 39 Karanki Magdalena Lodge, Casas de Alojamiento Rural, Cancha de Fútbol de La Magdalena	103
Figura 40 Pondo Wasi, Ruta del Borrego, Samay Loma.....	104
Figura 41 Karanki Magdalena Lodge, Casas Rurales de Alojamiento, Ruta del Borrego	105
Figura 42 Unidad Educativa Manuel Freile Larrea	106
Figura 43 Ruta del Borrego, Karanki Magdalena Lodge, Laguna Pangaladera “Laguna Rosada”, Pondo Wasi	107
Figura 44 Casas Rurales de Alojamiento, Cubilche, Karanki Magdalena Lodge, Laguna Pangaladera “Laguna Rosada”.....	108
Figura 45 Laguna Pangaladera “Laguna Rosada”, Cubilche, Samay Loma	109
Figura 46 Pondo Wasi.....	110
Figura 47 Ruta del Borrego, Karanki Magdalena Lodge.....	111
Figura 48 Hacienda La Magdalena, Samay Loma, Pondo Wasi	112
Figura 49 Casa de las Rosas	113
Figura 50 Casa de los Alisos.....	114
Figura 51 Casa de los Cipreses	115
Figura 52 Casa de los Geranios	116
Figura 53 Casa del Arrayan	117
Figura 54 Casa de los Girasoles.....	118
Figura 55 Casa del Borrego	119
Figura 56 El Fogón	120

Figura 57 El Molino.....	121
Figura 58 La Choza de Don José.....	122
Figura 59 La Hueca del Borrego.....	123
Figura 60 La Tulpa	124
Figura 61 Paradero Carmita.....	125
Figura 62 Paradero Doña Sofí	126
Figura 63 Samay Loma.....	127
Figura 64 Pondo Wasi.....	128
Figura 65 Karanqui Magdalena Lodge	129
Figura 66 Casa Comunal de la Magdalena	130
Figura 67 Cancha de Fútbol de La Magdalena	131
Figura 68 Capilla de La Magdalena.....	132
Figura 69 Hacienda La Magdalena	133
Figura 70 Minimarket Isabel.....	134
Figura 71 Unidad Educativa Manuel Freile Larrea	135
Figura 72 Letrero punto de encuentro.....	137
Figura 73 Postes con botones SOS	138
Figura 74 Ubicado sector Cancha de Fútbol de la Magdalena cerca de las Casas Rurales de Alojamiento.....	139
Figura 75 Ubicado frente a la Capilla de La Magdalena, cerca de la Casa Comunal de La Magdalena.....	140
Figura 76 Ubicado en las inmediaciones de la Hacienda La Magdalena	141
Figura 77 Ubicado en el ingreso norte de la Magdalena y en las inmediaciones de la Hacienda La Magdalena	142
Figura 78 Ubicado en el ingreso sur de La Magdalena	143
Figura 79 Ubicado entre las Casas Rurales de Alojamiento y Karanki Magdalena Lodge	144
Figura 80 Ubicado pasando el puente de La Magdalena	145

1. RESUMEN

El presente trabajo de investigación analiza la situación actual del turismo comunitario y su desarrollo en la comunidad La Magdalena y como este se asocia al crecimiento socioeconómico de la comunidad, a su vez detecta falencias, necesidades y aspectos complementarios de la comunidad para el desarrollo del turismo en La Magdalena, ubicada en la Parroquia Rural Angochagua, Cantón Ibarra, perteneciente a la provincia de Imbabura.

Tomando en cuenta que, por varios años varios pobladores de la comunidad, se han dedicado a la industria del turismo, ofreciendo actividades de turismo comunitario para el público en general. Es así que el presente trabajo se fundamenta en la recopilación de información acerca de las actividades turísticas que se desarrollan en la comunidad La Magdalena y cómo un plan de dinamización es de vital aporte para el desarrollo de la misma, así mismo es de gran beneficio para los emprendedores turísticos de la comunidad y a la población en general. Para la presente investigación se utilizaron técnicas investigativas como encuestas, entrevistas y fichas de observación mediante las cuales se pudo detectar tres problemas principales como la falta de apoyo por parte de autoridades, la escasa publicidad, promoción e información, sumando la falta de señalética a nivel de toda la comunidad, los cuales afectan al desarrollo de los establecimientos turísticos. La aplicación de todas las estrategias planteadas en el presente plan de dinamización turístico permitirá que la comunidad La Magdalena logre alcanzar un desarrollo socioeconómico, acorde a toda su gran oferta.

2. ABSTRACT

This research work analyzes the current situation of community tourism and its development in the La Magdalena community and how this is associated with the socioeconomic growth of the community, in turn detects shortcomings, needs and complementary aspects of the community for the development of tourism in La Magdalena, located in the Angochagua Rural Parish, Ibarra Canton, belonging to the province of Imbabura.

Considering that, for several years, several residents of the community have dedicated themselves to the tourism industry, offering community tourism activities for the general public. It is thus that the present work is based on the collection of information about the tourist activities that take place in the La Magdalena community and as a revitalization plan is of vital contribution for the development of the same, likewise it is of great benefit for tourism entrepreneurs in the community and the population in general. For the present investigation, investigative techniques such as surveys, interviews and observation sheets were used, through which it was possible to detect three main problems such as the lack of support from the authorities, the scarce publicity, promotion and information, adding the lack of signage at the national level. of the entire community, which arise from the development of tourist establishments. The application of all the strategies proposed in this tourist revitalization plan will allow the La Magdalena community to achieve socioeconomic development, according to all its great offers.

3. INTRODUCCIÓN

En la actualidad la comunidad de La Magdalena, Parroquia Angochagua perteneciente al Cantón Ibarra. Existe ausencia de una Plan de Dinamización turística, por ende, no se conoce la realidad del sector en el ámbito turístico todo esto a nivel nacional, provincial y local. No se han identificado objetivos y retos en el sector turístico, es decir, no se ha realizado un diagnóstico estratégico del sector y aún más el turismo no solo a nivel local sino nacional no ha tenido una desestacionalización.

Mediante un Plan de Dinamización turística se podrá determinar la realidad del sector turístico la realidad de la comunidad de La Magdalena en el ámbito turístico y dar a conocer en el ámbito local, provincial y nacional. Después de realizar un diagnóstico estratégico del sector estoy con la finalidad de determinar objetivos y retos en el desarrollo del turismo en la comunidad, de esta forma lograremos articular los recursos, servicios y oferta turística del sector como producto y su integración para crear un destino turístico, estableciendo productos turísticos atractivos y de calidad en espacios turísticos ordenados y equilibrados capaces de ser comercializados en el futuro. Y que con el tiempo se posicionen en el mercado a nivel nacional e internacional.

Todo esto siguiendo los lineamientos de un plan de dinamización y teniendo en cuenta que está dirigido a destinos que se encontraran aún en fase de desarrollo turístico y cuyo objetivo es acelerar su crecimiento bajo la premisa fundamental de la sostenibilidad: ambiental, social y económica. De esta forma, se considerará importante que el diseño y la planificación del destino turístico se realice sobre la base de la sostenibilidad. De esta forma podremos aprovechar los recursos turísticos de la comunidad designada para este plan; sin afectar o generar un grave impacto ambiental, sino realizar un plan que sea rentable, medible, colaborativo y que sea sostenible.

Teniendo en cuenta todos estos lineamientos se iniciará a generar una variedad de productos turísticos y así se logrará un desarrollo turístico de la zona, todo esto integrando a los entes y organismos para que lideren las actividades turísticas, buscando el desarrollo sostenible que permitan el disfrute de los recursos asegurando su uso y mantenimiento, proporcionando calidad y excelencia del servicio. Tomando en cuenta que lo que también busca el plan es la desestacionalización del turismo.

Objetivo General

Diseñar un Plan de Dinamización Turística para la comunidad La Magdalena Parroquia Angochagua perteneciente al Cantón Ibarra con el fin de tener un manejo correcto, estructurado para el sector turístico y que así se genere ingresos a la comunidad por medio del turismo.

Objetivos Específicos

- Diagnosticar la realidad y el manejo de la comunidad en el sector turístico, y determinar fortalezas y debilidades.
- Evaluar los aspectos turísticos en el ámbito operativo y administrativo de la comunidad.
- Identificar las principales herramientas de la oferta turística en la comunidad.
- Determinar los lineamientos y aspectos necesarios para realizar el Plan de Dinamización.

Preguntas de Investigación

¿Cuál es la realidad actual de la comunidad en el sector turístico?

¿Cuáles son las fortalezas y debilidades de la comunidad en el sector turístico?

¿En qué aporta un Plan de Dinamización a una comunidad?

¿Para determinar todos los recursos y atractivos turísticos que dispone el Cantón se debe realizar un inventario y catastro turístico?

4. ESTADO DEL ARTE

4.1 Investigaciones Internacionales

4.1.1 Plan de dinamización turística del valle de Iguña y Anievas

Un claro ejemplo de que los planes de dinamización son herramientas para reestructurar y generar un desarrollo óptimo de las actividades y sectores turísticos. De acuerdo a Hamza (2013) menciona que: es factible expresar que un lugar que incursiona en el turismo comunitario necesita un plan de dinamización turística, para que ayude a identificar los posibles problemas que enfrenta, así poder definir estrategias y medidas que permitan abordar las deficiencias identificadas según lo expresa la investigación realizada por Hamza.

4.1.2 Plan de Dinamización Turística de Montanejos

Al momento de estructurar un plan de dinamización turística se debe tomar varios aspectos en cuenta que ayuden a justificar la necesidad imperante de implementar un plan con estas características. Como lo manifiesta Carvajal (2018) en su trabajo de investigación se realizó un análisis interno con la finalidad de analizar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Al estructurar así un plan de dinamización le permiten al investigador contar con puntos específicos y lineamientos en los que enfocarse para planificar de una forma consistente las estrategias, actividades que se pueden aplicar a un sector en particular al llevarlas a cabo correctamente.

4.1.3 Programa de dinamización turística para el municipio de el alto, distrito 1 y 3

Para la estructuración de un plan de dinamización se debe tomar en cuenta la realidad actual local, para determinar con lo que cuenta y los puntos esenciales a mejorar, después de un diagnostico situacional en donde se determina la situación actual del sector de estudio, para lograr determinar con lo que cuenta dicho sector, como planta turística, atractivos turísticos así mismo las falencias, debilidades y factores para corregir, tener un enfoque y dirección clara del plan de dinamización que se está estructurando (Charcas y Zarco, 2019).

4.1.4 Plan de dinamización turística: agrupación de los municipios de la plana de l'arc

Para la estructuración de un plan de dinamización turística en una comunidad que busca tomar al turismo como parte primordial de su desarrollo económico y social. Es fundamental en hacer énfasis se deben promover actividades de manera sostenible en las que se preserven los recursos desaprovechados de los sitios turísticos para asegurar las generaciones que están por venir, a la vez dar a conocer y sobre todo promover los recursos que posee. Una investigación que podemos tomar como un claro ejemplo es la de agrupación de los municipios de la plana de l'arc en donde Padurean, (2019) nos indica que el plan es una herramienta fundamental para diversificar la oferta turística, para adecuar los recursos de las localidades de estudio estimular los mismos y adecuarlos, lo que crea una gran oportunidad para atraer turistas, además ofrece oportunidades de empleo en la industria.

4.1.5 El Plan de Gobernanza y Dinamización Turística del Camp de Morvedre (Valencia, España)

Todo Plan de dinamización turística tiene factores que lo complementan, como recursos turísticos, atractivos turísticos, productos turísticos, según los tipos de turismo que se puedan ofertar en el sector donde se desarrolla y que a su vez generen demanda. Todo esto se desarrolla con actores relacionados con el sector turístico y el desarrollo económico. Ferrer, (2020) nos manifiesta que el plan de dinamización comprende estrategias para el desarrollo turístico, un trabajo en conjunto con entidades públicas y privadas, todo esto gestionando el desarrollo de recursos turísticos, para desarrollar productos turísticos rentables generando así una oferta competitiva y atractivos aptos para la demanda turística.

4.2 Investigaciones Nacionales

4.2.1 Plan para la dinamización turística-cultural Riobamba

Para llevar a cabo un plan de dinamización turístico se deben fijar objetivos que nos permitan medir el desarrollo del plan y a la vez generar mecanismos que nos permitan evaluar y dar seguimiento al desarrollo del plan. Sin embargo, es necesario fijar objetivos,

para que el plan tenga una dirección estos objetivos deben ser medibles, de tal manera que se puedan fijar estrategias, puntos claves para cumplirlos y que los mismos nos permitan estructurar fases para ejecutar el plan. Todo mediante un proceso, que nos permita dar un seguimiento con el fin de verificar resultados (Segovia, 2016).

4.2.2 Análisis circuito turístico de Guayaquil

Un plan de dinamización se debe estructurar en etapas que estén correctamente delimitadas y nos permitan cumplir los objetivos previamente planteados. Tal como nos menciona Cali (2016), en su investigación que para realizar un plan de dinamización turística debemos delimitar las etapas o fases del mismo, repartiendo en cada fase puntos claves que sigan un proceso para el desarrollo del plan.

4.2.3 Estrategias de dinamización turístico cultural

La importancia de un plan de Dinamización se puede determinar en varios puntos establecidos una de ellas puede ser las estrategias de dinamización para el progreso económico, social y mayormente turístico de la localidad de estudio, las estrategias se las emplea con la finalidad de llevar un manejo eficiente del turismo contando con un plan de desarrollo para la localidad dinamizando la economía del mismo (Chiriboga, Ayala, Patiño, & Tapia, 2018).

4.2.4 Plan de Dinamización Turística para el Barrio San Marcos del Centro Histórico de Quito para Diversificar la Oferta con Enfoque Sostenible.

Si bien los planes de dinamización están dirigidos a lugares que están en una etapa desarrollo turístico que cuenten con atractivos, es importante que tengan un nivel de oferta y demanda turística, Quishpe (2019) nos menciona que un plan busca generar crecimiento y desarrollo económico de los destinos turísticos y a la vez generar sostenibilidad ambiental y social, tomando en cuenta que para el desarrollo de la dinamización es relevante tener una oferta turística, así como un producto turístico previo al plan.

4.2.5 Plan de dinamización turismo San Rafael de la Laguna Otavalo

Se debe tomar en cuenta que la dinamización turística nos lleva a una activación y un fortalecimiento de un sector para el beneficio del mismo, ya que dicho sector se encuentra en una incursión al turismo tal y como nos manifiesta, Camacás y Flores (2019) que la dinamización turística ayuda potenciar al sector en el turismo en el que busca desarrollarse y a la vez que dicho sector desarrolle su economía.

4.3 Plan de Dinamización

Para poner en contexto lo que comprende un Plan de Dinamización y cuál es el enfoque que tiene el estudio del mismo para su aplicación en el lugar de estudio, a su vez contextualizar que los planes de dinamización se han convertido en una herramienta fundamental para la óptima gestión y desarrollo de las actividades turísticas y, a su vez, asegurar su perdurabilidad en el tiempo (Fuentes & Quishpe, 2019). Mediante lo previamente establecido se puede manifestar que la dinamización turística comprende una reestructuración por medio de una planificación de los recursos turísticos, así como la gestión de los mismos, todo esto por el desarrollo de una localidad y la continuidad del turismo en ella.

4.4 Plan de Dinamización Turístico

Cuando se trata de dinamizar, se refiere a la activación, racionalización o fortalecimiento exponencial de un sector o actividad en particular. El objetivo de la revitalización es lograr que toda una ciudad o grupo delimitado de personas se beneficie de tal manera que se desarrolle su economía local y esto se refleje en los diversos sectores adyacentes como lo explica el termino en sí dinamización (Segovia, 2016).

4.5 Objetivos de un Plan de Dinamización

Un plan de dinamización turística es un punto importante para mejorar las actividades turísticas cuando un destino busca el desarrollo turístico a corto plazo; por esto que se deben determinar objetivos generales de un plan de dinamización ya que estos permiten al

investigador contar con guías, lineamientos y tener una guía para planificar de manera coherente las actividades y estrategias que se pueden aplicar a un determinado sector para continuar con las actividades realizadas en un plan de dinamización (Camacás y Flores, 2019).

4.6 Planificación Turística

El turismo al ser un generador de ingresos económicos estructurada, en la que intervienen puntos básicos que hacen que la estancia sea cómoda en todas partes (Socatelli, 2019). Lo mencionado anteriormente nos indica que la planificación turística es de vital valor para obtener una dirección correcta en un proyecto turístico que delimitara en un producto turístico, así aprovechar los recursos que dispone la localidad.

4.7 Planificación Estratégica Turística

Podemos aportar que la planificación turística tiene una dirección estructurada es por eso que la planificación estratégica turística proporciona un marco real para la organización de un proyecto y la evaluación del mismo al estructurarlo (Socatelli, 2019). Como nos indica Rauda en lo anteriormente citado, la planificación estratégica turística es una herramienta de gestión que permite determinar la tarea y el trayecto que se debe seguir mediante un previo análisis, con la información previamente obtenida, con el fin de tratar de solucionar los factores que no permiten que el destino turístico genere ingresos económicos representativos para la localidad, a su vez oferte calidad y genere satisfacción en los turistas.

4.8 Producto Turístico

Para determinar lo que un plan de dinamización debe realizar para ofertar un producto turístico de calidad, para se pondrá en contexto todo lo que contempla el producto turístico. Según la definición de la Organización Mundial de Turismo [OMT] (2021) menciona que un plan de dinamización se desarrolla en un sector determinado en donde su principal oferta sea el turismo rural o comunitario y a su vez necesite el desarrollo de una estructurada oferta turística, es por esto que se debe estructurar un producto turístico que contemple elementos tangibles e intangibles y a su vez satisfagan las necesidades y expectativas del turista.

4.9 Recurso Turístico

Los planes de dinamización se enfocan en la reestructuración de una localidad determinada por ende se debe conocer que es un recurso turístico y lo que este contempla. El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2018) define al recurso turístico son aquellos elementos con potencial turístico en un lugar determinado que aún no cuentan con las adaptaciones necesarias para atender a los visitantes, pero tienen la capacidad de desarrollarse como un producto turístico que incluye múltiples servicios.

4.13 El turismo en la economía de un sector

4.13.1 Turismo y crecimiento económico

Como se ha detallado en el presente documento un plan de dinamización tiene tres enfoques que son la economía de la localidad donde se ejecutara, el impacto social de la misma, así como el impacto ambiental, es por eso que se debe conocer el impacto del turismo en la economía de un sector (Peralta, 2015). Como se manifiesta en los párrafos previamente citados el turismo influye en la economía del sector en donde está presente, además que genera un aporte para la mejora de lugares públicos y privados a su vez brinda un aporte para el fortalecimiento de pequeños negocios del lugar de incidencia turística.

4.14 Sostenibilidad

Un punto fundamental en la presente investigación es la sostenibilidad y lo que ella comprende por eso ponemos en contexto que es la sostenibilidad y que comprende la misma: (Responsabilidad Social y Sustentabilidad, 2021). Para el desarrollo de cualquier sector y aprovechar los recursos que este tiene hay que tomar en cuenta tres pilares fundamentales lo social, lo económico y lo ambiental con el fin de satisfacer necesidades todo esto desde un margen sostenible.

4.14.1 Sostenibilidad Ambiental

¿Qué es sostenibilidad?, en donde nos detalla cada enfoque de la sostenibilidad y el objetivo principal de cada una, que se basa en promover el desarrollo social y económico, a la vez que se comprenda que el medio ambiente no es una fuente inagotable (Acciona, 2016).

4.15 Sostenibilidad Turística

Una vez recopilada la información de lo que contempla la sostenibilidad, podemos poner en contexto lo que comprende la sostenibilidad en el turismo, para poner en contexto tomamos lo que nos manifiesta Gandía (2018) en su investigación la sostenibilidad turística hace hincapié en el desarrollo de un territorio determinado teniendo en cuenta los factores que comprenden la sostenibilidad y las repercusiones en el presente y futuro.

4.16 Desarrollo Sostenible

La sostenibilidad nos lleva a un desarrollo sostenible y todo lo que esto conlleva para ahondar más en el tema podemos Camacás & Flores (2019), nos menciona que el desarrollo sostenible comprende la evaluación y estructuración de la economía y el medio ambiente de un sector, que repercuta en un buen impacto social.

4.17 Turismo Sostenible

Como se ha mencionado en el desarrollo de esta investigación la sostenibilidad, así como el plan de dinamización, que se basa en las repercusiones de tres factores fundamentales que son lo económico, social y ambiental. Todo esto en base al desarrollo turístico. Tal y como nos indica la OMT el desarrollo turístico va de la mano con el desarrollo sostenible y lo que este repercute directamente como lo es en materia económica, social y ambiental y también satisfacer las necesidades del turista (Organización Mundial de Turismo [OMT], 2021).

5. MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Enfoque de la investigación

La investigación tiene un enfoque mixto cualitativo cuantitativo esto nos permitirá obtener la información necesaria empleando métodos, técnicas e instrumentos, esta información nos permitirá plantear una propuesta en función al problema planteado.

5.2 Métodos

5.2.1 Método Inductivo

Se iniciará identificando la actual situación de la Comunidad en el aspecto turístico, determinando cual es el manejo que se lleva en la comunidad, además se realizara un inventario y catastro turístico de la comunidad en donde se localice y se numere todos los atractivos y sitios que prestan cualquier tipo de servicio turístico. Todo esto mediante un estudio de campo, catastrando los sitios turísticos aplicando fichas de inventario turístico. Posteriormente se iniciará analizar aspectos del manejo en el ámbito operativo y administrativo de la comunidad. Para que de este modo se obtengan datos reales y concretos del manejo, control y desarrollo que tiene el turismo.

Determinar las falencias y virtudes que tienen e iniciar a desarrollar el Plan en base a eso, contemplando que un Plan de Dinamización siempre contempla una política sostenible es decir factores: ambientales, económicos y sociales. Mediante entrevistas, se llega a determinar todas las falencias del sector, aspectos a mejorar, además de que se puede determinar que parte de la comunidad necesita ser reestructurada y que es lo primordial para el diseño y desarrollo del Plan de Dinamización.

5.2.2 Método Deductivo

Se aplicó en la fundamentación teórica para analizar desde el punto de vista conceptual temas como la sostenibilidad donde se contemplan aspectos como: los factores ambiental,

económico y social. Para esto vamos a usar los resultados de las entrevistas, determinar cómo aportar y explotar estos factores en conjunto con los recursos que posee la comunidad, que son el factor determinante para que se desarrolle el Plan.

5.2.3 Método Sintético

Con la información recopilada se utilizará para desarrollar el plan con todos los datos establecidos se desarrolla para determinar la implementación y ejecución del Plan de Dinamización que ha sido estructurado, se debe tomar en cuenta que se aplica este método en cómo es la ejecución a futuro del plan mas no la implementación del mismo dentro de la comunidad.

5.3 Técnicas e instrumentos

Para la selección adecuada de las técnicas e instrumentos de investigación, en primer lugar, se ha considerado que deben seguirse ciertos procesos y procedimientos; primero se debió analizar detenidamente el tema, los objetivos, las preguntas de investigación y el problema que se pretende solucionar, así como los hechos y componentes que se deben tomarse en cuenta para alcanzar a responder las preguntas propuestas. En tal virtud se ha visto de gran importancia la utilización de las siguientes técnicas e instrumentos correspondientes a cada fase de desarrollo de la investigación:

5.4.1 Primera Fase

5.4.1.1 Técnicas

a) Encuestas

Las encuestas serán estructuradas para turistas y residentes de la comunidad con el fin de recopilar todas las preferencias conocimiento actual que tienen ambas partes fundamentales para la estructura de la investigación. Las encuestas son dicotómicas y a la vez de opción múltiple, la utilización de esta herramienta será a través del internet con un formulario de Google, esta forma permitirá organizar registrar y garantizar de mejor manera sus respuestas.

b) Estudio de Campo

Se usa ya que es necesario lograr evidenciar el manejo y la situación actual de la comunidad en el sector turístico. Así como de todos sus atractivos turísticos. De tal manera que se logre evidenciar su mercado más fuerte y sus atractivos principales y los que deben ser potenciados para esto se ha diseñado una ficha de observación directa para tomar todos los datos, referencias, informaciones, tipos, ubicación, productos y servicios.

5.4.1.2 Instrumentos

a) Cuestionario de encuestas

Las preguntas serán estructuradas en base a la demanda del turista y a la vez otro cuestionario en base a la oferta que deseen manejar los miembros de la comunidad, todo esto en base a lo que contempla la comunidad como destino turístico.

b) Fichas de Observación

Registro de información a través de la observación, así determinar aspectos fundamentales.

5.4.2 Segunda Fase

5.4.2.1 Técnicas

a) Entrevistas

Las entrevistas están estructuradas con preguntas abiertas y cerradas, están orientadas al director de turismo del GAD Ibarra, a la presidenta del GAD Parroquial Angochagua, a la directora de turismo del GAD Parroquial Angochagua, al presidente de la Comunidad la Magdalena, a un docente de la carrera de Turismo y a un dueño de un establecimiento turístico de la comunidad.

5.4.2.2 Instrumentos

a) Cuestionario de entrevistas

Las preguntas servirán como guía para la recopilación de contenido real, estructurado y profesional.

5.4.3 Tercera Fase

En la tercera fase se plantea las herramientas de oferta turística, en ello se plantea fichas de información para realizar un catastro turístico de la localidad.

5.4.4 Cuarta Fase

5.4.4.1 Técnicas

a) Análisis FODA

Mediante la estructuración del análisis FODA por medio de la matriz FODA se podrán identificar Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas de la comunidad en el sector turístico así se podrán plantear mejoras por medio de fichas de propuestas.

5.4.4.2 Instrumentos

a) Matriz FODA

Nos permitirá determinar los factores más importantes en todo lo que comprende el turismo en la comunidad.

5.5 Diseño Metodológico

Tabla 1

Diseño metodológico por cada fase de análisis de la investigación de la Comunidad La Magdalena.

Objetivos	Unidad de análisis	Metodología	Técnicas	Instrumentos
Diagnosticar la realidad el manejo de la comunidad en el sector turístico y a la vez determinar los requerimientos del turista.	Comunidad La Rinconada, Parroquia Angochagua perteneciente al Cantón Ibarra. Turistas Cantón Ibarra	Fase I: Identificar la realidad actual y el manejo de la comunidad en el sector turístico, así como la percepción y requerimientos del turista.	Encuestas de Estudio de Campo	Cuestionarios dicotómicos y de opción múltiple. Fichas de Observación
Evaluar los aspectos turísticos en el ámbito operativo y administrativo de la comunidad.	Entidades del sector turístico a nivel de la comunidad, parroquial y cantonal. Aporte de la academia y del sector privado.	Fase II: obtener información respecto al manejo de la comunidad tanto en la parte administrativa y operativa.	Entrevistas	Guiones de las entrevistas
Identificar las principales herramientas de la oferta turística en la comunidad.	Atractivos turísticos, alojamiento, restaurantes.	Fase III: Establecer las herramientas para generar la oferta turística.	Catastro Turístico	Fichas Catastro turístico
Determinar los lineamientos y aspectos necesarios para realizar el Plan de Dinamización.	En base a los resultados y las necesidades de la comunidad ir formando el Plan de Dinamización. Tiene que ser Sostenible.	Fase IV: desarrollar los requerimientos necesarios	Análisis FODA	Fichas de Propuesta Matriz FODA

Fuente: Guía metodológica PUCE-SI 2020

Elaboración: Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes

5.6 Población y muestra

5.6.1 Población

Las poblaciones que se tomaran para la presente investigación son las siguientes:

Las encuestas que se dividen en dos poblaciones: turistas visitantes del Cantón Ibarra en los feriados del año 2019 que son un total de 15.572 y a los propietarios o trabajadores de establecimientos turísticos, registrados en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020-2023 realizado por el GAD Parroquial Angochagua. Dando un total de 15 propietarios.

Las entrevistas que se realizaran a una población delimitada a 6 personas que conocen la realidad del turismo en la comunidad.

5.6.2 Muestra

Figura 1

Muestra encuesta para turistas

Margen: 5%
Nivel de confianza: 90%
Poblacion: 15752

Tamaño de muestra: 265

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
 Z= Nivel de confianza deseado
 p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
 q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
 e= Nivel de error dispuesto a cometer
 N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{(z^2(p \cdot q))}{N}}$$

Tabla 2

Población de estudio

Instrumentos	Población	Número	Muestra	Observaciones
Encuestas	Turistas del Cantón	15.572	265	Aplica fórmula
	Miembros de la comunidad	15	15	N/A fórmula

Entrevista	Autoridades y empresario dedicados al turismo y con conocimiento de la comunidad.	6	6	N/A fórmula
Total		15.593	286	

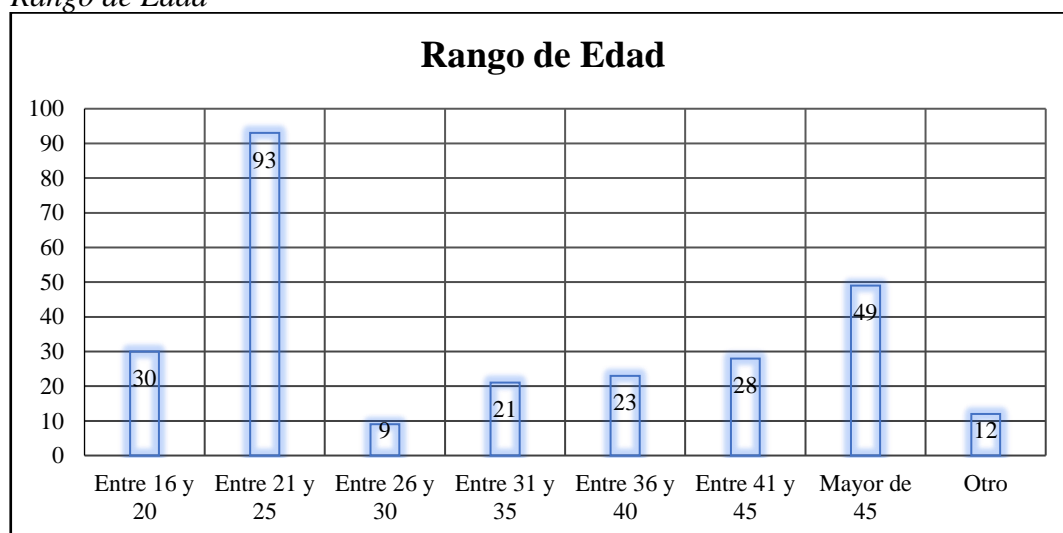
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para el desarrollo de la presente investigación se han utilizado tres tipos de técnicas para recolectar información las cuales son: Encuestas a turistas del Cantón Ibarra y a miembros de la Comunidad La Magdalena, entrevistas a personas que están en el área del turismo y a su vez conocen la realidad del turismo en la comunidad.

6.1 Resultados y análisis de las encuestas

6.1.1 Cuestionarios turistas Cantón Ibarra

Figura 2
Rango de Edad

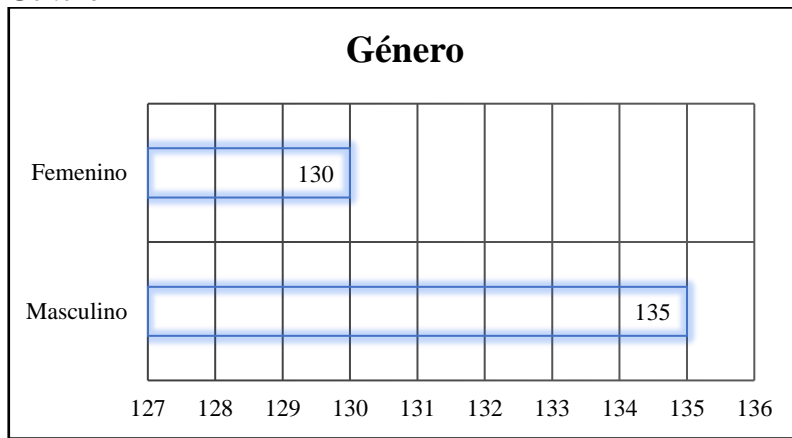


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Tal y como se indican en los datos recopilados en la figura 1 existen dos rangos de edad muy marcados en los turistas encuestados que han visitado o desean visitar la comunidad, esto nos permitirá entender cuál es la oferta más apta y a que rango de edad pertenecen los turistas potenciales para la comunidad. Sin dejar de tomar en cuenta los rangos de menor incidencia.

Figura 3
Género

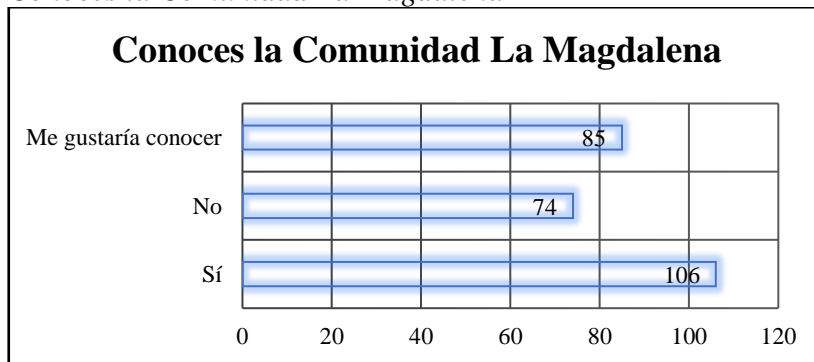


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

En los datos recopilados se detallan que existe una pequeña diferencia en el género de los turistas encuestados, además se puede considerar que el turismo en la comunidad tendría una paridad en ambos géneros y que su oferta debe centrarse en base a dicha paridad ya que ambos géneros por igual son sus clientes potenciales.

Figura 4
Conoces la Comunidad La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Los datos que se muestran y se indican en la figura 3 acerca de la comunidad como fuente de turismo, evidencian que en su mayoría conocen a la comunidad o que si no lo hacen desean conocerla, teniendo claro que la comunidad es una fuente potencial de turismo, haciendo de la presente investigación una fuente de vital importancia para el desarrollo del turismo.

Según los resultados alcanzados en la encuesta y como se puede evidenciar los tipos de turismo, que son de mayor requerimiento para los turistas. Los tipos de turismo que tienen el porcentaje más alto son los que más se adaptan al entorno de la comunidad y a su vez son mucho más factibles para que se desarrollen como la oferta turística de la comunidad. Cabe recalcar que todas las opciones son de tipos de turismo que se desarrollan o se han desarrollado dentro de la comunidad, por ende, crece el rango de factibilidad, para que estos sean ofertados.

Tabla 3
Actividades turísticas de preferencia en la comunidad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Senderismo	102	38.6%
Cabalgata	93	35.1%
Parapente	77	28.9%
Escalada	56	21.1%
Excursionismo	107	40.4%
Ciclismo	79	29.8%
Otros	16	6.1%
Todos los anteriores	77	28.9%

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Para desarrollar una oferta en base a sus necesidades, sin dejar de lado los recursos que posee la comunidad, el tipo de turismo que se puede ofertar y tal como se puede evidenciar en la tabla número 4, se puede ver que las actividades turísticas que eligen para su oferta turística, son las más afines al tipo de turismo que eligieron como se indica en la tabla número 3, haciendo aún más factible la oferta turística de la comunidad, generando un producto turístico rentable, acorde al entorno de la comunidad y que complementan al turismo comunitario.

Transportes turísticos para las actividades

Se puede evidenciar como los autobuses de servicio turístico o de flotamiento para recorridos es por el que más optan los turistas para el traslado hacia la comunidad y dentro de la misma, ya que los demás tipos de transportes pueden ser ofertados por la comunidad o a la vez ser una desventaja para los alojamientos y renta de bicicletas ya que su oferta incide en el alojamiento, el cicloturismo o actividades en cuadron, que deben ser consideradas clave dentro de los establecimientos turísticos y dentro de toda la comunidad.

Tabla 4
Tipos de Alojamiento turístico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Casas Rurales de alojamiento	102	38.6%
Hoteles Rústicos	131	49.3%
Campings (Hospedaje en carpas)	46	17.5%
Glamping (Hospedaje en carpas de lujo)	84	31.6%
Hoteles de Lujo	12	4.4%
Ecolodge (Alojamiento ecológico)	100	37.7%
Otros	7	2.6%
Todos los anteriores	60.42	22.8%

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Tal y como se puede evidenciar en la tabla número 6, se puede identificar que al ser una comunidad en donde predomina el turismo rural, los principales tipos de alojamiento que dan como resultado en la encuesta son aquellos alojamientos que se dan en la ruralidad, que mantienen un contacto constante con la naturaleza.

Tabla 5
Oferta Gastronómica en la comunidad

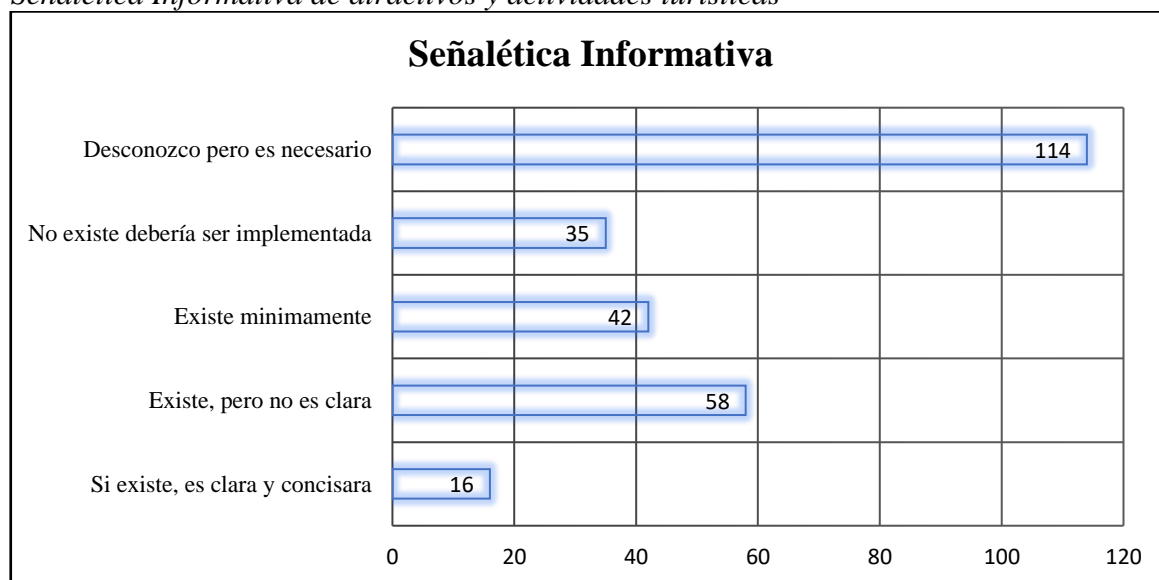
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Gastronomía típica de la comunidad	170	64%
Gastronomía del Cantón Ibarra	75	28.1%
Gastronomía de la región	79	29.8%
Gastronomía Internacional	25	9.6%
Comida Rápida	44	16.7%
Otra	5	1.8%
Todas las anteriores	49	18.4%

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Los resultados obtenidos que se exponen en la tabla número 7, se puede evidenciar y a la vez se puede hacer hincapié en que, por tradición, por obtener un verdadero conocimiento acerca de la gastronomía de la comunidad, los productos que se usan, tipos de preparación y generar un reconocimiento de la gastronomía de la comunidad, esta es la que evidencia un mayor porcentaje; para que sean ofertadas en la comunidad sin dejar de lado que las mismas ya se vienen ofertando en establecimientos de la comunidad. Cabe recalcar que los otros dos tipos gastronomía con mayor incidencia son muy afines a la comunidad y a los productos que pueden adquirir.

Figura 5
Señalética Informativa de atractivos y actividades turísticas

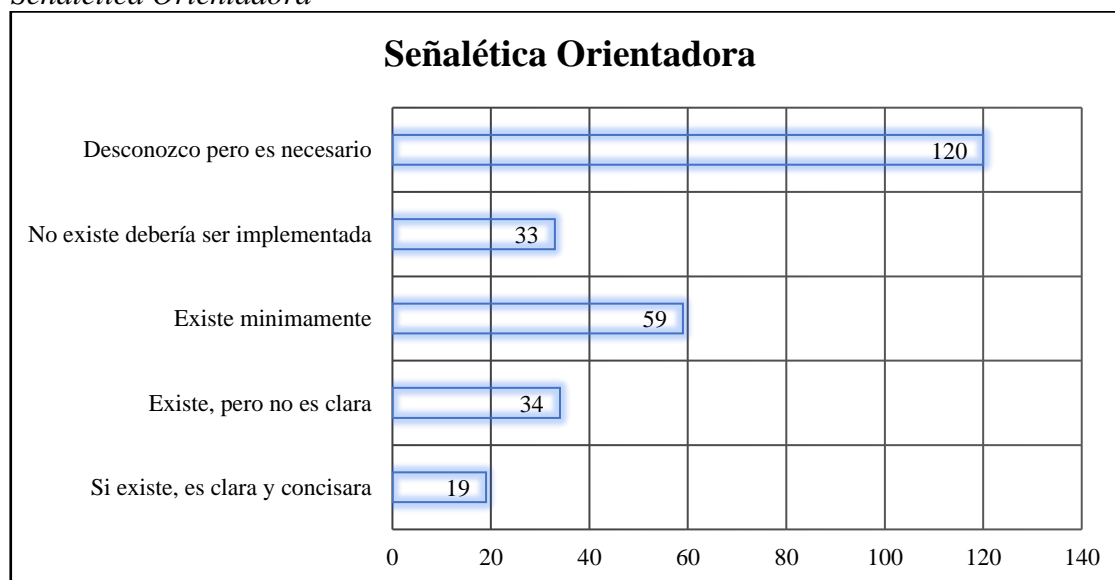


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Como se puede observar en la figura número 4, los resultados en base a la señalética informativa el porcentaje más significativo es el desconocimiento de la existencia de dicha señalética, dejando como gran evidencia a los siguientes resultados con mayor presencia los cuales hacen hincapié a la inexistencia o mínima existencia de señalética informativa, su implementación necesaria para guiar al turista a lo largo de su estancia en la comunidad.

Figura 6
Señalética Orientadora

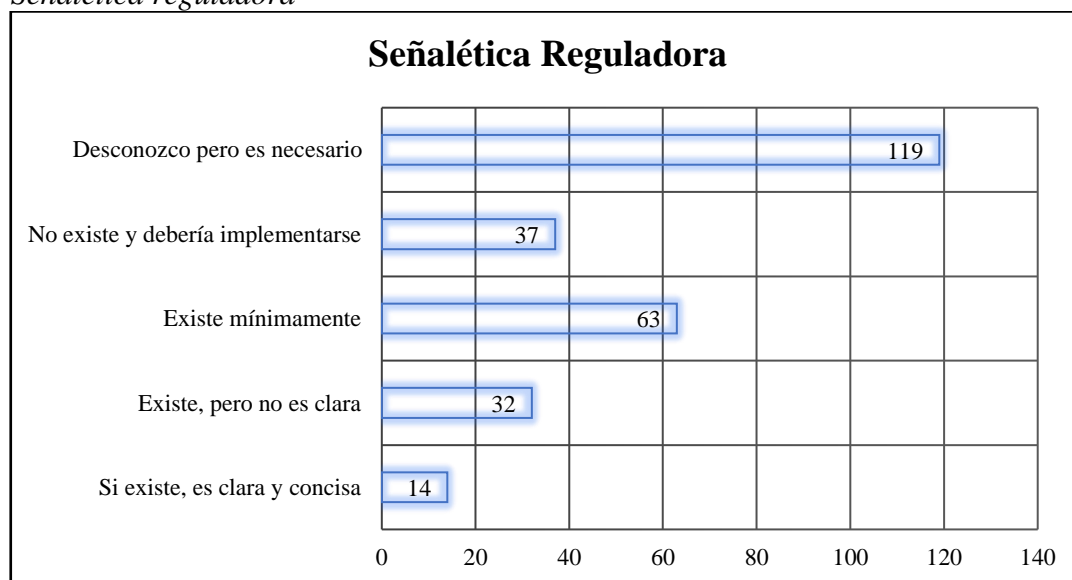


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Los resultados en base a la señalética orientadora los porcentajes más significativos hacen hincapié al desconocimiento de su existencia, pero conociendo que es realmente necesaria, a la vez su inexistencia o mínima existencia de señalética orientadora, su implementación necesaria para situar, direccionar y orientar a los turistas a lo largo de toda la comunidad, sus atractivos turísticos y sus inmediaciones.

Figura 7
Señalética reguladora

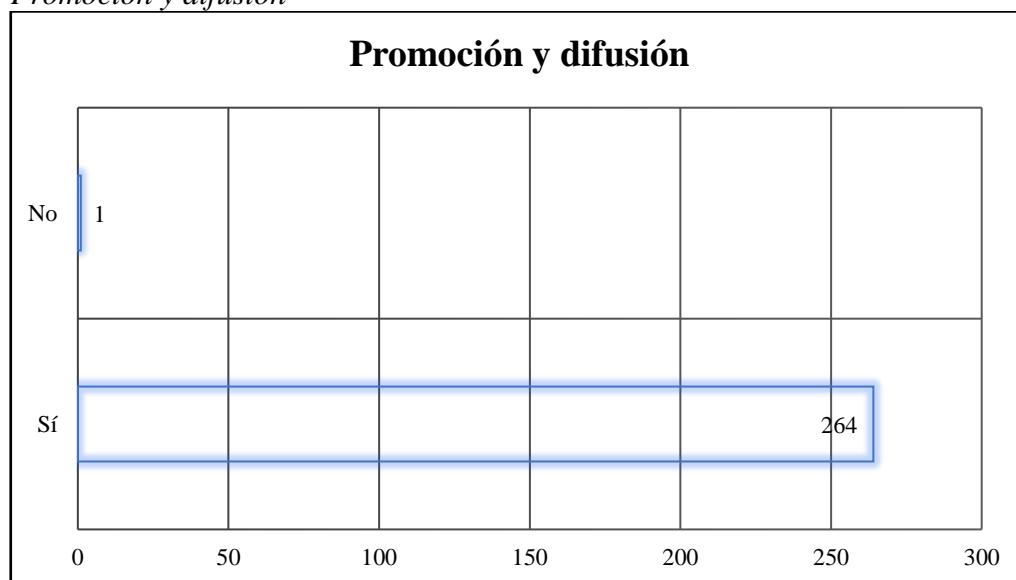


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Según los resultados obtenidos y como se puede evidenciar en la figura número 6, en base a la señalética reguladora los porcentajes más significativos hacen hincapié al desconocimiento de la señalética pero a su vez los turistas tienen conocimiento de su importancia, a esto le sigue la inexistencia o una mínima existencia de señalética reguladora que no es clara, su implementación será necesaria en los sectores de la comunidad en donde sean necesarios, en donde no exista o donde no sea clara y efectiva todo esto para prevenir, ser claro con las restricciones y prohibiciones dentro de la comunidad, para precautelar la seguridad del turista.

Figura 8
Promoción y difusión



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Como se observa en la figura número 7 denominada promoción y difusión, se puede observar una como los turistas casi en su totalidad consideran que si hace falta promoción y difusión; todo esto en torno al turismo y sus actividades dentro de la comunidad, que generan un declive en la demanda del turismo, fiestas, costumbres, tradiciones y a su vez no se aprovechan todos los recursos turísticos que posee la Magdalena.

Tabla 6
Medios de promoción y difusión

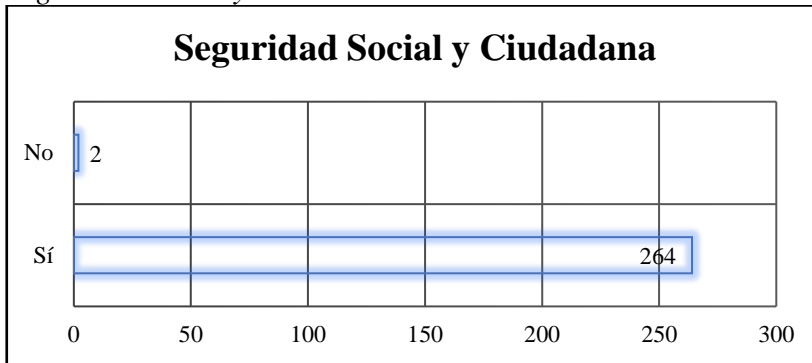
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	200	75.4%
Socialización en congresos y eventos	51	19.3%
Radio	72	27.2%
Televisión	88	33.3%
Páginas Web	102	38.6%
Vallas Publicitarias	81	30.7%
Trípticos o folletos publicitarios	33	12.3%
Otros	12	4.4%
Todos los anteriores	58	21.9%

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Los resultados obtenidos en torno a los medios de promoción y difusión, que se indican en la tabla número 8, se indica una aprobación en su gran mayoría a las redes sociales como medio de promoción y difusión, debido a la presencia de las mismas en la vida cotidiana de las personas, el uso frecuente, así como las facilidades que otorgan, cabe recalcar que casi todos los medios de promoción y difusión dejan rangos considerables de aceptación, dejando en claro que la comunidad debe optar por varios medios para lograr que se reconozca a la comunidad como un medio de turismo.

Tabla 7
Seguridad Social y Ciudadana

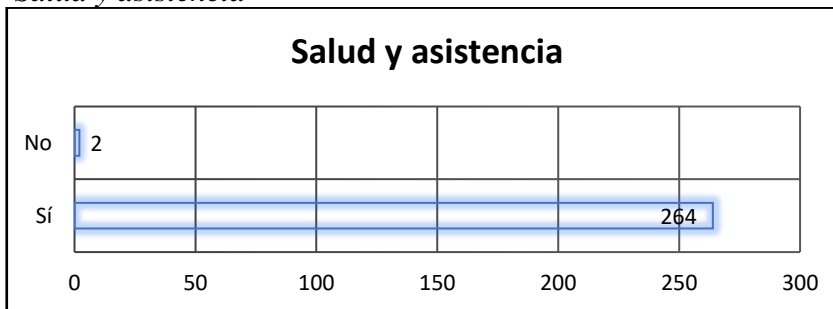


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Los resultados alcanzados que se indican en la figura número 8, una casi absoluta aceptación de los turistas en base a la seguridad social y ciudadana, debido a que es imprescindible contar con la misma, generando un turismo seguro y respaldado por organismos de seguridad. Con el fin de brindar un ambiente seguro y respaldado al turista a lo largo de toda la Comunidad la Magdalena.

Tabla 8
Salud y asistencia



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Haciendo referencia a los resultados alcanzados en la figura número 9, se puede evidenciar que casi en su totalidad los encuestados mantiene que es indispensable que, dentro de la comunidad o en sus inmediaciones existan puntos de salud y botones de auxilio (botones SOS), con el fin de precautelar la salud de los mismos turistas, esto con el fin de generar una rentabilidad y confianza al turista.

a) Análisis general encuesta turistas del Cantón Ibarra:

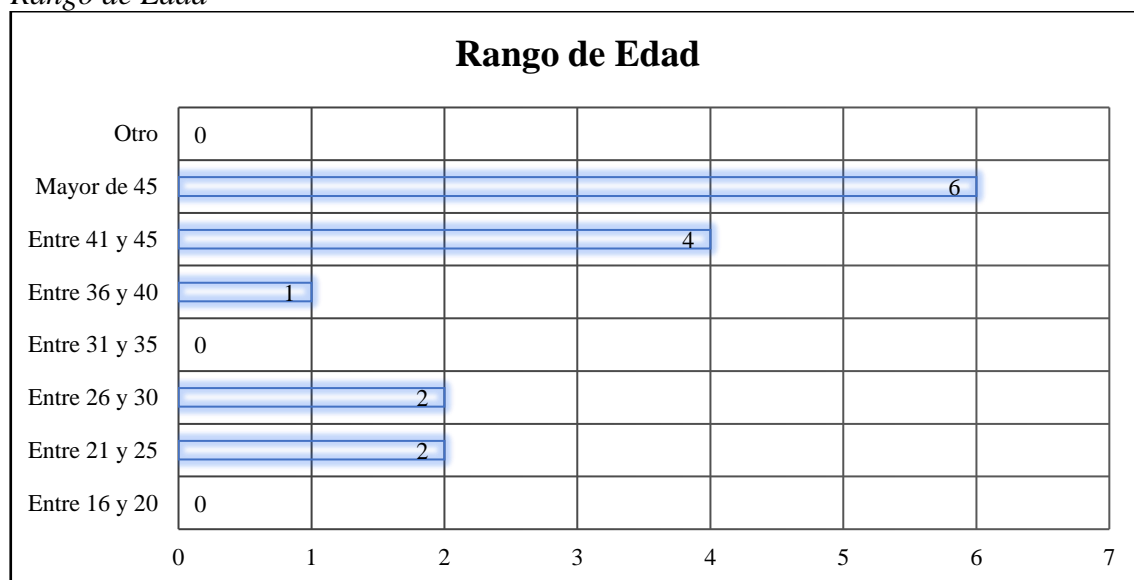
La encuesta logro identificar las preferencias, necesidades, aspectos necesarios para los turistas que visitan el Cantón Ibarra, para el desarrollo del sector turístico y la realidad actual de dicho sector que ellos perciben en su conocimiento. Tomando como punto de partida la variedad en rangos de edad y una paridad en el género de los encuestados, se puede determinar que existe una amplia variedad en turistas, generando aún más rentabilidad por el alto índice de encuestados que conocen la comunidad y que si no lo hacen, desean conocerla.

En cuanto a los resultados en torno a los tipos de turismo, actividades turísticas, transporte, alojamiento, gastronomía, que los turistas desearían que sean ofertados van a la par con el turismo rural de la parroquia, turismo comunitario, entorno, recursos turísticos y la oferta turística actual que posee la comunidad, dando factibilidad a la comunidad como producto turístico en desarrollo. Tomando en cuenta el desconocimiento de la existencia de señalética informativa, señalética orientadora. En cuanto a la promoción y difusión de la comunidad; como se manifiesta en la encuesta los miembros turistas desean su implementación y desarrollo adecuado, haciendo hincapié que para un gran porcentaje de turistas el uso de redes sociales es esencial para la promoción y difusión de la comunidad.

La parte final de la encuesta hace hincapié a la salud, seguridad social y ciudadana para los turistas en su permanencia en la comunidad, los turistas manifiestan mediante la encuesta que consideran completamente necesarias y de una gran relevancia.

6.1.2 Cuestionarios miembros de la comunidad

Figura 9
Rango de Edad

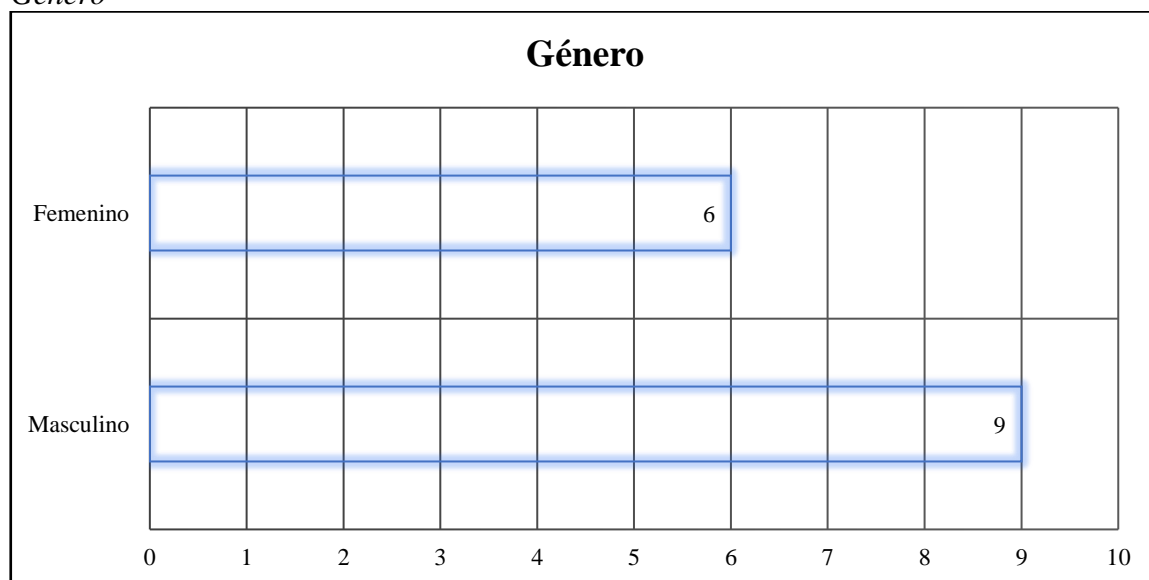


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Como se indica en los datos recopilados en la figura 10 existen dos rangos de edad muy marcados en los encuestados que pertenecen a la comunidad y a la vez se desarrollan en la misma, esto permitirá entender cuál es el modelo de turismo que esos rangos de edad desean para la comunidad. Sin dejar de tomar en cuenta los rangos de menor incidencia.

Figura 10
Género

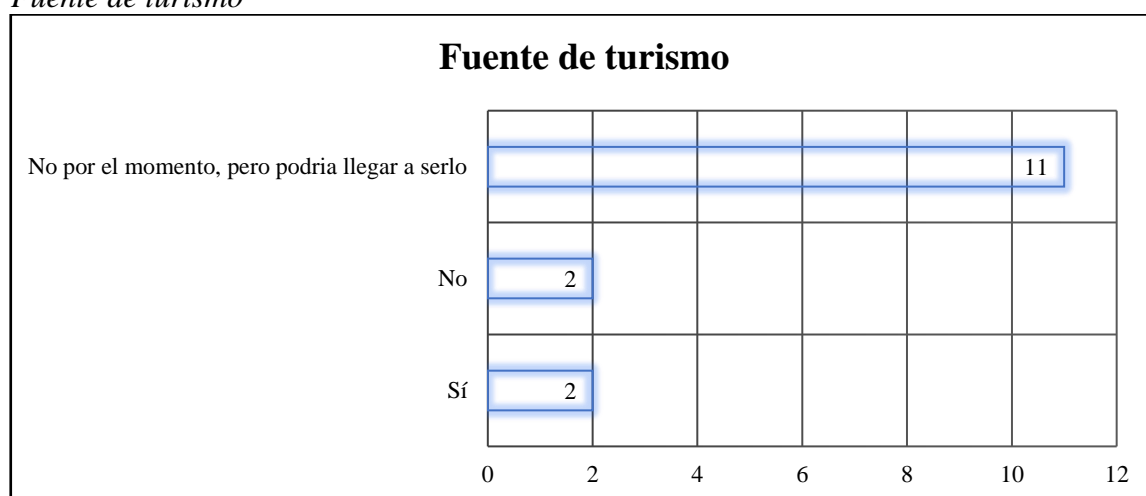


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Los datos recopilados detallan que existe una pequeña diferencia en el género en la localidad que hacen turismo, además se puede considerar que el turismo en la comunidad es manejado por una ligera mayoría por el género masculino, sin dejar de lado la presencia del género femenino, que tiene una relevante incidencia en el turismo de la comunidad. Demostrando una clara presencia e interés en el turismo por parte de ambos géneros.

Figura 11
Fuente de turismo

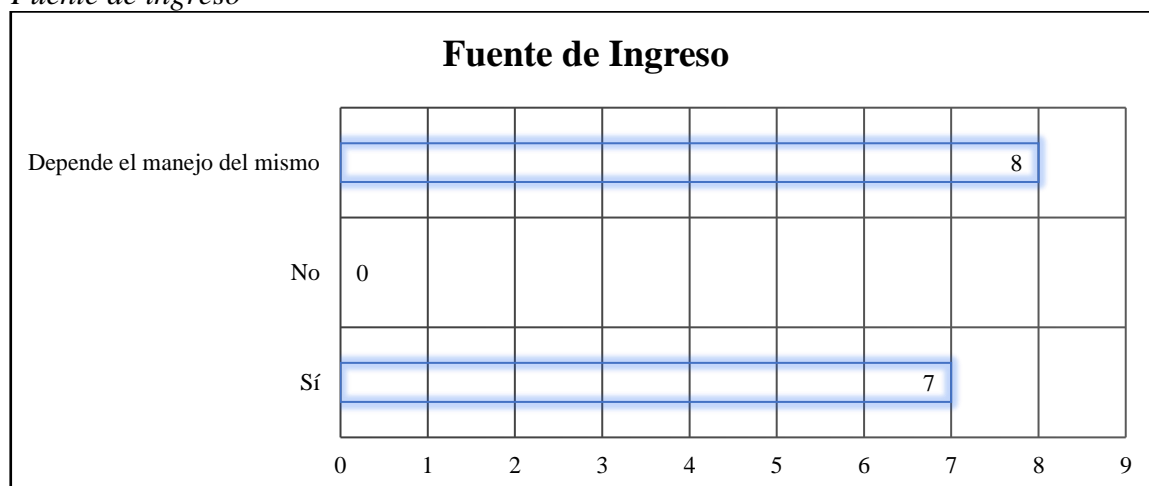


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Los datos que se muestran indica la figura 12 acerca de la comunidad como fuente de turismo, evidencian que en su mayoría consideran que la comunidad puede llegar a ser una fuente potencial de turismo, teniendo claro que por el momento no lo es y no está bien encaminada para serlo, haciendo de la presente investigación fundamental para su desarrollo.

Figura 12
Fuente de ingreso

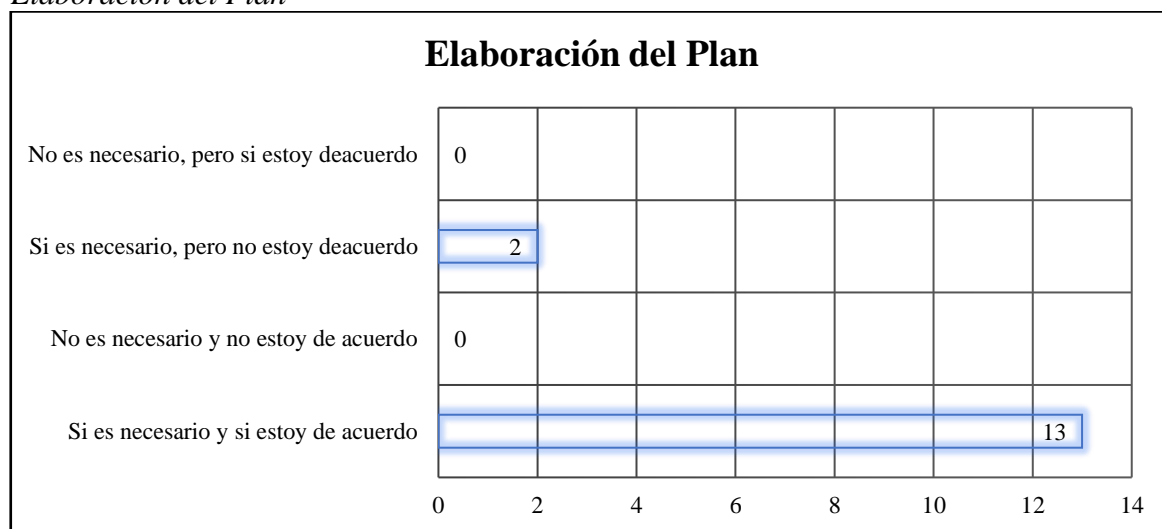


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Como se indica la figura 13, los resultados del turismo como fuente de ingreso de la comunidad, los miembros de la comunidad que son parte del sector turístico consideran que depende del manejo del turismo para que sea una de sus principales fuentes de ingreso. Esto nos indica que los miembros de la comunidad que viven del turismo, quieren que el turismo se desarrolle en la comunidad y que este sea un ente principal de su crecimiento económico.

Figura 13
Elaboración del Plan



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Según los resultados alcanzados en la encuesta y como se puede evidenciar en la tabla número 9, se puede evidenciar los tipos de turismo, que para los miembros de la comunidad deben ser parte de su oferta turística. Los tipos de turismo que tienen el porcentaje más alto son los que más se adaptan al entorno de la comunidad y a su vez son mucho más factibles para que se desarrollen como la oferta turística de la comunidad ya que estos en actualidad son parte de la oferta turística de la comunidad o se encuentran en fase de desarrollo.

Tabla 9
Actividades Turísticas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Senderismo	10	66.7%
Cabalgata	5	33.3%
Parapente	3	20%
Escalada	8	53.3%
Excursionismo	9	60%
Ciclismo	10	66.7%
Otros	1	6.7%
Todos los anteriores	2	13.3%

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis:

Haciendo referencia a los resultados de la encuesta aplicada a los miembros de la comunidad que son parte del sector turístico y como se puede evidenciar en la tabla número 10, se puede ver que las actividades turísticas que eligen para su oferta turística, son las más afines al tipo de turismo que eligieron como se indica en la tabla número 9, haciendo aún más factible la oferta turística de la comunidad, generando un producto turístico rentable, acorde al entorno de la comunidad y que complementan al turismo comunitario.

Tabla 10
Transporte Turístico

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Autobuses: servicio turístico y de flotamiento para recorridos.	10	66.7%
Cuadrones	4	26.7%
Casas rodantes	3	20%
Motos	7	46.7%
Bicicletas	1	6.7%
Otros	1	6.7%
Todos los anteriores		

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis: En la tabla 13 se indica que los autobuses de servicio turístico o de fletamiento para recorridos es el más opinado para la comunidad, ya que los demás tipos de transportes pueden ser ofertados por la comunidad o a la vez ser una desventaja para los alojamientos y renta de bicicletas ya que su oferta incide en actividades que se pueden desarrollar en los alojamientos y el cicloturismo que es una de las principales ofertas de la comunidad y a la vez de la parroquia.

Tabla 11
Tipos Alojamientos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Casas Rurales de alojamiento	9	60%
Hoteles Rústicos	6	40%
Campings (Hospedaje en carpas)	8	53.3%
Glamping (Hospedaje en carpas de lujo)	7	46.7%
Hoteles de Lujo	2	13.3%
Ecolodge (Alojamiento ecológico)	7	46.7%
Otros	1	6.7%
Todos los anteriores	2	13.3%

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis al ser una comunidad en donde predomina el turismo rural, los principales tipos de alojamiento que dan como resultado en la encuesta son aquellos alojamientos que se dan en la ruralidad, que mantienen un contacto constante con la naturaleza.

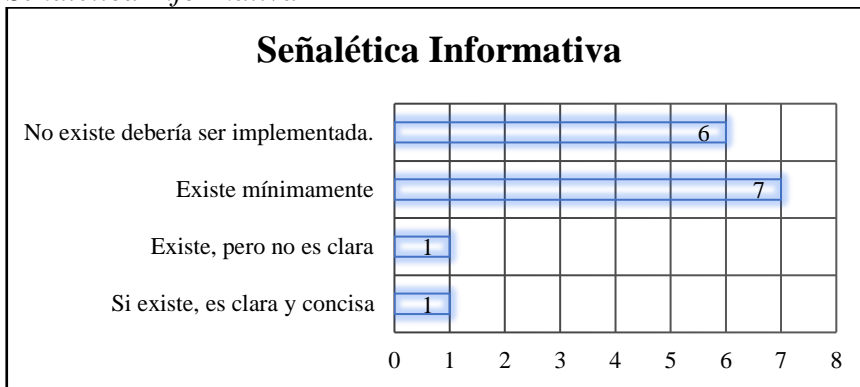
Tabla 12
Tipos de Gastronomía

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Gastronomía típica de la comunidad	13	86.7%
Gastronomía del Cantón Ibarra	7	46.7%
Gastronomía de la región	9	60%
Gastronomía Internacional	2	13.3%
Comida Rápida	2	13.3%
Otra	2	13.3%
Todas las anteriores	0	0%

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis: Según los resultados obtenidos que se exponen en la tabla número 13, se puede hacer hincapié en que, por tradición, facilidad de acceder al producto y por generar un reconocimiento de la gastronomía de la comunidad, cantón y la región estas son las que evidencian un mayor porcentaje; lo que indica que los miembros de la comunidad consideran que estas son las más aptas para sean ofertadas en la comunidad sin dejar de lado que las mismas ya se vienen ofertando en establecimientos de la comunidad. Los tipos de gastronomía de menor incidencia podrán ser incursionadas según la demanda de los mismos turistas o en distintas épocas del año en donde más se solicitan platos o se dan productos en esa época del año.

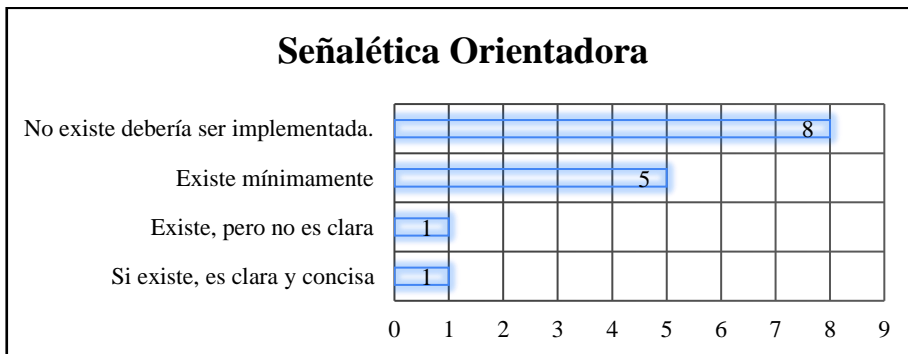
Figura 14
Señalética Informativa



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis: Tal y como se puede observar en la figura número 15, los resultados que se muestran en base a la señalética informativa los porcentajes más significativos hacen hincapié a la inexistencia o mínima existencia de señalética informativa, su implementación necesaria para guiar.

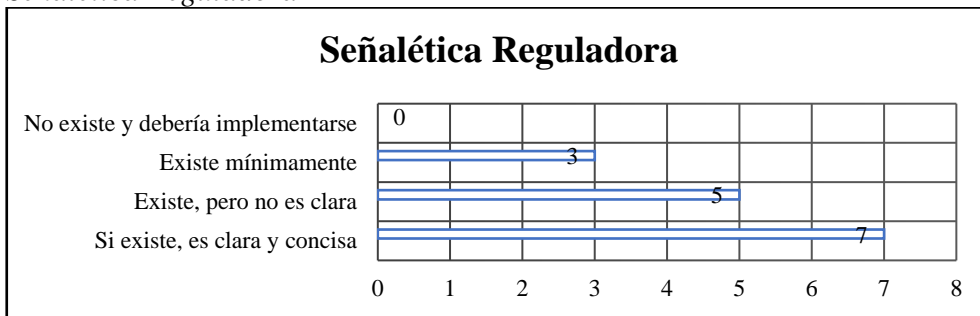
Figura 15
Señalética Orientadora



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis: los resultados en base a la señalética orientativa los porcentajes más significativos hacen hincapié a la inexistencia o mínima existencia de señalética orientativa, su implementación necesaria para situar, direccionar y orientar a los turistas a lo largo de toda la comunidad, sus atractivos turísticos y sus inmediaciones.

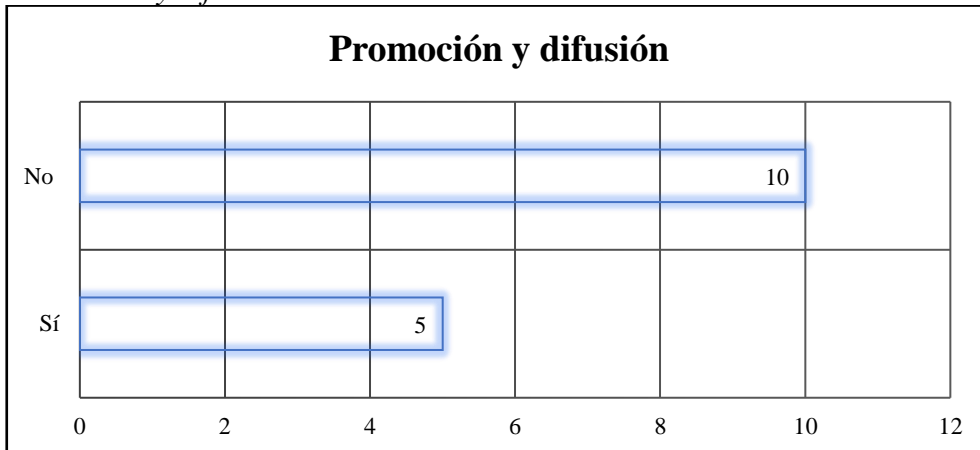
Figura 16
Señalética Reguladora



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis: Según los resultados obtenidos como se puede evidenciar en la figura número 17, en base a la señalética reguladora los porcentajes más significativos hacen hincapié a la existencia o una existencia de señalética reguladora que no es clara, su implementación será necesaria en los sectores de la comunidad en donde sean necesarios, en donde no exista o donde no sea clara y efectiva todo esto para prevenir, ser claro con las restricciones y prohibiciones dentro de la comunidad, para precautelar la seguridad del turista.

Figura 17
Promoción y difusión



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis: Como se observa en la figura número 18 denominada promoción y difusión, se puede observar una notoria negativa a la inexistencia de promoción y difusión; todo esto en torno al turismo y sus actividades dentro de la comunidad, que generan un declive en la demanda del turismo, fiestas, costumbres, tradiciones y a su vez no se aprovechan todos los recursos turísticos que posee la Magdalena.

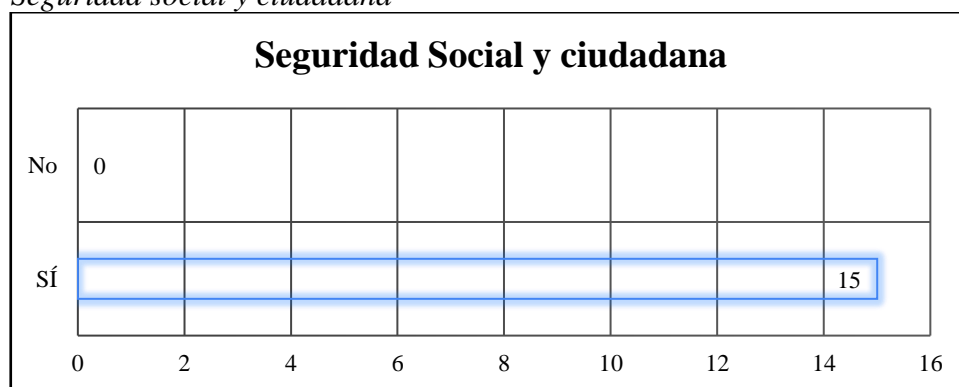
Tabla 13
Medios de Promoción y difusión

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	10	66.7%
Socialización en congresos y eventos	7	46.7%
Radio	7	46.7%
Televisión	4	26.7%
Páginas Web	7	46.7%
Vallas Publicitarias	6	40%
Trípticos o folletos publicitarios	5	33.3%
Otros	0	0%
Todos los anteriores	1	6.7%

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis: nos indican un aprobación a casi todos los medios de promoción y difusión, dejando en claro se reconozca a la comunidad como un medio de turismo que necesita difundir su oferta turística, en medios a los que recuren distintos rangos de edad, lo cual nos indica que se puede llegar a turistas de cualquier edad y en su medio de comunicación de preferencia.

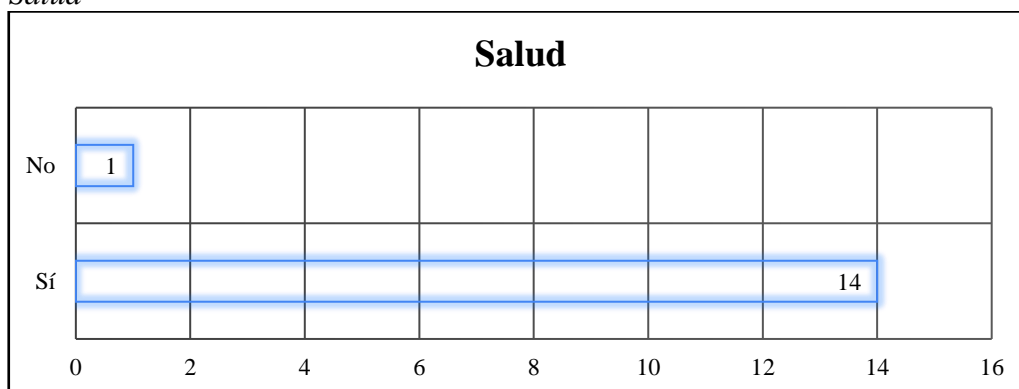
Figura 18
Seguridad social y ciudadana



Nota: Elaborada por Daniel Cifuentes

Análisis: Los resultados alcanzados que se indican en la figura número 19 una absoluta aceptación a que la comunidad cuente con seguridad social y ciudadana, ya que es imprescindible contar con la misma, generando un turismo seguro y respaldado por organismos de seguridad. Con el fin de brindar un ambiente seguro y respaldado al turista a lo largo de toda la Comunidad la Magdalena.

Figura 19
Salud



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Análisis: Haciendo referencia a los resultados alcanzados en la figura número 20, se puede evidenciar que un el porcentaje de miembros de la comunidad casi en su totalidad mantiene que es indispensable que, dentro de la comunidad o en sus inmediaciones existan puntos de salud y botones de auxilio (botones SOS), con el fin de precautelar la salud de los turistas, esto con el fin de generar una rentabilidad y confianza al turista.

a) Análisis general encuesta miembros de la Comunidad La Magdalena:

La encuesta logro identificar las preferencias, necesidades, aspectos necesarios para los miembros de la comunidad, para el desarrollo del sector turístico y la realidad actual de dicho sector que ellos perciben en su día a día. Tomando en cuenta que los encuestados mantienen sus negocios o trabajan en dichos negocios que son parte del sector turístico de la comunidad, por ende, pueden aportar un conocimiento detallado sobre el turismo y su manejo. En cuanto a los resultados de la encuesta como se reflejan en las figuras y tablas, existen rangos de edad que predominan en la encuesta, dichos rangos divididos por géneros masculino y femenino en donde se encuentra paridad con una ligera presencia mayor del género masculino. Los tipos de turismo, actividades turísticas, transporte, alojamiento, gastronomía, que desean ofertar, entorno, recursos turísticos y la oferta turística actual que posee la comunidad, dando factibilidad a la comunidad como producto turístico en desarrollo. La parte final de la encuesta hace hincapié a la salud, seguridad social y ciudadana para los turistas en su permanencia en la comunidad, las cuales se consideran completamente necesarias.

6.1.3 Fichas de Observación

Tabla 14

Ficha observación Pondo Wasi

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Pondo Wasi	
Ficha de Observación Nro. 001	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	23/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Pondo Wasi Clasificación: Segunda Eco Lodge Propietario/Administrador: Alexis Criollo Sector: Sociedad Civil
Fotografía:	Características del lugar:
	Turismo Comunitario
Senderos con información turística:	
Existentes: <input checked="" type="checkbox"/>	Inexistentes: <input type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input checked="" type="checkbox"/>	Información de la zona: <input checked="" type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: Señalética propia, en el ingreso del establecimiento	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes


Tabla 15

Ficha de observación Casa de los Alisos

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Casa de los Alisos	
Ficha de Observación Nro. 002	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	24/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Casa de los Alisos Clasificación: Segunda Casa de Huéspedes Sector: Privado Propietario/Administrador: Maria Isolina Escola Tambi
Fotografía:	Características del lugar: Turismo Comunitario Servicio de hospedaje, actividades de excursiones al aire libre
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: No existen promoción, la señalética es mínima y poco visible.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 16*Ficha de observación Casa del Arrayan*

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Casa del Arrayan	
Ficha de Observación Nro. 003	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	24/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Casa del Arrayan Clasificación: Segunda Casa de Huéspedes Sector: Privado Propietario/Administrador: Maria Cruz Tambi Molina
Fotografía:	Características del lugar:
	Turismo Comunitario Servicio de hospedaje, actividades de excursiones al aire libre
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: Área de estacionamiento pequeña, señalética poco visible.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes


Tabla 17

Ficha de observación Casa de los Cipreses

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Casa de los Cipreses	
Ficha de Observación Nro. 004	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	24/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Casa de los Cipreses Clasificación: Segunda Casa de Huéspedes Sector: Privado Propietario/Administrador: Carlos Ángel Molina Criollo
Fotografía: 	Características del lugar: Turismo Comunitario Servicio de hospedaje, actividades de excursiones al aire libre
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/> Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>	
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input type="checkbox"/> Información de la zona: <input type="checkbox"/>	
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/> Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones: La información del alojamiento no se aprecia correctamente en su ingreso.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes


Tabla 18*Ficha de observación Casa de los Geranios*

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Casa de los Geranios	
Ficha de Observación Nro. 005	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	24/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Casa de los Geranios Clasificación: Segunda Casa de Huéspedes Sector: Privado Propietario/Administrador: Maria Matilde Tambi
Fotografía:	Características del lugar:
	Turismo Comunitario Actividades de excursiones al aire libre, vivencias permaneciendo la noche, para llegar a conocer las características naturales y culturales que ofrece la comunidad.
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: Vía de acceso al alojamiento en mal estado. Señalética mal realizada.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes


Tabla 19

Ficha de observación Casa de los Girasoles

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Casa de los Girasoles	
Ficha de Observación Nro. 006	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	24/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Casa de los Girasoles Clasificación: Segunda Casa de Huéspedes Sector: Privado Propietario/Administrador: Rosa Maria Ibaza Puma
Fotografía:	Características del lugar:
	Turismo Comunitario Ofrece alojamiento, turismo vivencial, almuerzos, caminatas, cabalgatas, etc.
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: Acceso correcto hacia el alojamiento, ningún tipo de señalética con información.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 20*Ficha de observación Casa de las Rosas*

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Casa de las Rosas	
Ficha de Observación Nro. 007	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	24/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Casa de las Rosas Clasificación: Segunda Casa de Huéspedes Sector: Privado Propietario/Administrador: Maria Cristina Alba Molina
Fotografía: 	Características del lugar: Turismo Comunitario Ofrece alojamiento, turismo vivencial, almuerzos, caminatas, cabalgatas, etc.
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: Vía angosta para el estacionamiento de vehículos, señalética mínima.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes


Tabla 21*Ficha de observación Karanqui Magdalena Lodge*

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Karanqui Magdalena Lodge	
Ficha de Observación Nro. 008	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	24/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Karanqui Magdalena Lodge Clasificación: Segunda Eco Lodge Sector: Privado Propietario/Administrador: Celso Molina
Fotografía:	Características del lugar:
	Turismo Comunitario Guía turístico por los senderos de la comunidad y brinda servicios de hospedaje en las diferentes casas turísticas.
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input checked="" type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: Información mínima del atractivo.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 22

Ficha de observación Samay Loma

Ficha de observación directa Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena Samay Loma	
Ficha de Observación Nro. 009	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	24/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Samay Loma Clasificación: Paradero Restaurante Sector: Privado Propietario/Administrador: José Cartagena
Fotografía:	Características del lugar: Servicio de restaurante sobre platos típicos y su especialidad es el borrego asado.
	
Senderos con información turística: Existentes: <input type="checkbox"/> Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>	
Facilidades: Señalética de la zona: <input checked="" type="checkbox"/> Información de la zona: <input type="checkbox"/> Bancas: <input checked="" type="checkbox"/> Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>	
Observaciones: Falta de señalética orientativa, informativa.	


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 23*Ficha de observación Cancha de Fútbol de la Magdalena*

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Cancha de Fútbol de la Magdalena	
Ficha de Observación Nro. 010	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	25/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Cancha de Fútbol de la Magdalena Clasificación: Deportes Sector: Público Propietario/Administrador: GAD Parroquial Angochagua
Fotografía:	Características del lugar: Actividades deportivas como: Fútbol y ecuavoley
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: Falta de señalética	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 24*Ficha de observación Casa Comunal*

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Casa Comunal de la Magdalena	
Ficha de Observación Nro. 011	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	25/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Casa Comunal de la Comunidad la Magdalena Clasificación: Reuniones, eventos Sector: Público Propietario/Administrador: GAD Parroquial Angochagua
Fotografía:	Características del lugar: Destinada para cursos, talleres y otras actividades de carácter social.
	
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: Carece de información y señalética.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 25

Ficha de observación Capilla Comunidad la Magdalena

Ficha de observación directa Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena Capilla de la Comunidad La Magdalena	
Ficha de Observación Nro. 012	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	25/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Capilla de la Magdalena Clasificación: Reuniones, eventos Sector: Público Propietario/Administrador: GAD Parroquial Angochagua
Fotografía:	Características del lugar: Destinada para cursos, talleres y otras actividades de carácter social.
	
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 26


Ficha de observación Escuela de la comunidad

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Escuela de la Comunidad La Magdalena	
Ficha de Observación Nro. 013	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	25/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Unidad Educativa Manuel Freile Larrea (Inicial y EGB) Clasificación: Institución Educativa Sector: Público Propietario/Administrador: GAD Parroquial Angochagua
Fotografía:	Características del lugar: Destinada para la educación de niños de la comunidad y la parroquia.
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input checked="" type="checkbox"/>	Información de la zona: <input checked="" type="checkbox"/>
Bancas: <input checked="" type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones:	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 27


Ficha de observación Laguna Pangaladera

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Laguna de la Pangaladera	
Ficha de Observación Nro. 014	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	25/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Laguna de la Pangaladera “Laguna Rosada” Clasificación: Atractivo Natural Sector: Público Propietario/Administrador: GAD Parroquial Angochagua/Novopan
Fotografía:	Características del lugar:
	Laguna con una tonalidad rosada en su superficie la cual la hace más vistosa.
Senderos con información turística:	
Existentes: <input checked="" type="checkbox"/>	Inexistentes: <input type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input checked="" type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input type="checkbox"/>
Observaciones: Carece de información, señalética. Propiedad privada pertenece a empresa Novopan, el ingreso no es por la comunidad pero si pertenece a la misma.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 28


Ficha de observación Volcán Cubilche

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Volcán Cubilche	
Ficha de Observación Nro. 015	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	25/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Volcán inactivo Cubilche “Laguna Cubilche” Clasificación: Atractivo Natural Sector: Público Propietario/Administrador: GAD Parroquial Angochagua
Fotografía:	Características del lugar:
	
Senderos con información turística:	
Existentes: <input checked="" type="checkbox"/>	Inexistentes: <input type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input checked="" type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input type="checkbox"/>
Observaciones: Poca señalética, pese a que su acceso no es por la magdalena parte del Cubilche está dentro de la comunidad.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 29

Ficha de observación Hacienda la Magdalena

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Hacienda la Magdalena	
Ficha de Observación Nro. 016	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	25/01/2022
Ubicación:	Provincia: Imbabura Cantón: Ibarra Parroquia: Angochagua
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: 0.25 Longitud: -78.0833
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo: Hacienda la Magdalena Clasificación: Atractivo Cultural, Patrimonio Tangible Sector: Privado Propietario/Administrador: Socios miembros de la comunidad
Fotografía:	Características del lugar:
	
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="checkbox"/>	Inexistentes: <input checked="" type="checkbox"/>
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input checked="" type="checkbox"/>	Información de la zona: <input type="checkbox"/>
Bancas: <input type="checkbox"/>	Tachos de basura: <input checked="" type="checkbox"/>
Observaciones: Poca señalética e información.	

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.1.4 Resultados y análisis de las entrevistas

6.1.4.1 Guiones entrevistas

a) Cuestionario Responsable de promoción y desarrollo turístico del GAD Municipal Ibarra.

P1. ¿Usted considera que la comunidad la Magdalena está aprovechando al máximo su potencial turístico?

P2. ¿problemas de la comunidad para desarrollarse en el sector turístico?

P3. ¿Es de vital importancia la cooperación público-privada?

P4. ¿En qué forma podría aportar el GAD Ibarra, a la comunidad en temas de turismo?

P5. ¿Cuál podría ser la estrategia para dar a conocer la comunidad?

P6. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debe cumplir la comunidad para hacer al turismo una parte vital su economía?

P8. ¿Con que debe contar la comunidad para lograr ser un destino turístico de calidad?

b) Cuestionario presidenta GAD Parroquial de Angochagua

P1. ¿Usted considera que la comunidad la Magdalena está aprovechando al máximo su potencial turístico?

P2. ¿Cuáles son los puntos fuertes que posee en la actualidad la comunidad en base al turismo?

P3. ¿Qué características diferenciales posee la comunidad que podrían ayudar a su desarrollo turístico, económico y social?

P4. ¿Considera que la comunidad tiene falencias en cuanto a la sostenibilidad ambiental y a la vez que acciones debería tomar para tener un buen manejo del mismo?

c) Entrevista Técnica de turismo GAD Parroquial Angochagua

P1. ¿Usted considera que hace falta una dinamización turística en la comunidad la Magdalena?

P2. ¿Cuáles son los lugares más visitados en la comunidad la Magdalena?

P3. ¿La comunidad cuenta con un inventario turístico, un catastro turístico o ambos?

P5. ¿Cuál es el presupuesto que se maneja para el turismo y su desarrollo?

P6. ¿Para la promoción y difusión del turismo que estrategias y herramientas son utilizadas, estas también se aplican a la Comunidad la Magdalena?

d) Entrevista presidente de la Comunidad la Magdalena

P1. ¿Cuáles son los lugares más visitados en la comunidad la Magdalena?

P2. ¿La comunidad mantiene una alianza estratégica para el desarrollo del turismo con una empresa pública o con una empresa, emprendimiento privado?

P3. ¿En la comunidad se brinda capacitación y formación de guías nativos y si es que si se brinda cuantos guías nativos hay en la actualidad?

P4. ¿La comunidad maneja un presupuesto para el turismo y su desarrollo?

P5. ¿Para la promoción y difusión que estrategias y herramientas son utilizadas?

P6. ¿Cómo garantizar la seguridad y el bienestar al turista?

e) Entrevista propietario Pondo Wasi Lodge

P2. ¿Cuáles son las alianzas estratégicas que se deberían generar para el desarrollo del turismo en la comunidad?

P3. ¿En base a su experiencia cuales son las facilidades y dificultades para desarrollar un emprendimiento turístico en la comunidad?

P4. ¿Ha recibido aportes de empresas públicas o privadas para el desarrollo de su emprendimiento turístico?

P5. ¿En la actualidad mantiene una alianza estratégica con el GAD Parroquial o Cantonal para desarrollar proyectos?

6.1.4.2 Datos de los entrevistados

Tabla 30

Datos de los Entrevistados

Código	Fecha de entrevista	Nombre del entrevistado	Datos relevantes del entrevistado
E1	21/12/2021	Alba Terán	Responsable de promoción y desarrollo turístico del GAD
E2	20/12/2021	Rosa Colimba	Municipal Ibarra.
E3	20/12/2021	Paola Machado	Presidenta. Técnica de turismo
E4	05/01/2022	José Cartagena	Presidente Magdalena
E5	20/12/2021	Alexis Criollo	Propietario de Pondo Wasi Lodge,
E6	22/12/2021	Martha Rea	miembro de la Comunidad Docente ESPE

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.1.4.3 Entrevistas

Nombre del entrevistado/a: Ing. Alba Terán

Género: Masculino: **Femenino:** X

Ocupación: Responsable de promoción y desarrollo turístico del GAD Municipal Ibarra.

Edad: 50 Años

P1. ¿Usted considera que la comunidad la Magdalena está aprovechando al máximo su potencial turístico?

Bueno en realidad yo considero que, existe una asociación que está ahí y también ciertos factores de turismo, también está realizando actividades turísticas, pero no está aprovechada al máximo la comunidad la Magdalena, ya que tiene mucho por revalorizar tanto en la parte histórica como en la parte cultural.

P2. ¿Problemas comunidad para desarrollarse en el sector turístico?

Yo pienso que el principal problema es la parte organizativa de la comunidad. Cuando en realidad la comunidad es organizada entonces los proyectos sean en la parte agrícola en la parte turística, en la parte de desarrollo económico lo que quiera o apunte la comunidad puede lograr, pero cuando esta la comunidad organizada depende mucho de eso.

P3. ¿Es de vital importancia la cooperación público-privada?

Claro que sí, para nosotros creo que igual las comunidades y todas las parroquias necesitan tanto de la parte del sector público, en este caso por pertenecer al sector rural están más ligadas al gobierno provincial y después también con el GAD Cantonal nosotros también tenemos que dar ciertas directrices en lo que es la parte del turismo especialmente si es que necesitan la parte de planificación y desarrollo turístico. Nosotros como institución pública hemos presentado un proyecto al BDE (Banco de Desarrollo del Ecuador), con el fin de tener en las diferentes parroquias rurales los iTUR, esto puede ser un detonante para dinamizar el turismo.

P4. ¿En qué forma podría aportar el GAD Ibarra al turismo en la localidad?

Como bien le había manifestado todo lo que está dentro de la planificación, nosotros siempre estamos en contacto con los GAD Parroquiales y articulando con los técnicos de turismo de los GAD's Parroquiales quienes son los portavoces de las diferentes actividades y las iniciativas turísticas que tienen las comunidades y también muchas veces directamente con los emprendimientos turísticos; por ejemplo en este caso nosotros allá en la comunidad la Magdalena filmamos videos y hacemos promoción turística precisamente para que se dinamice esta comunidad. En la hacienda la Magdalena especialmente se hizo una promoción turística ya que tienen un tipo full Day que están promocionando, por la cuestión del tractor, la gastronomía, así como el camping.

P6. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debe cumplir la comunidad para hacer al turismo una parte vital su economía?

Bueno aspectos importantes algunos, primero tener lo que son los servicios básicos dentro de las comunidades, las facilidades al turista, la parte de accesibilidad, hoy en día la conectividad es muy importante dentro de lo que es el turismo comunitario o el turismo rural que tenemos aquí en el Cantón. Y también tener personas preparadas, incluso tener dentro de lo que es la comunidad la Magdalena un guía local, que pueda dar la guianza correcta a todos los turistas que llegan a esta comunidad.

P7. ¿Con que debe contar la comunidad para lograr ser un destino turístico de calidad? Creo que debe contar primero con que las personas que estén involucradas que tengan y que guarden una armonía con el entorno, que sean unas personas que en realidad los emprendimientos turísticos vayan de la mano con la parte de la naturaleza y lo cultural que tienen, deben contar con la atención de calidad sobre todo para poder mantener al turista si tienen una buena atención pues el turista regresa y es la persona que mejor hace la propaganda al lugar que visito.

Nombre del entrevistado/a: Ing. Rosa Colimba

Género: Masculino: **Femenino:** X

Ocupación: presidenta del GAD Parroquial Angochagua.

Edad: 40 años

P1. ¿Usted considera que la comunidad la Magdalena está aprovechando al máximo su potencial turístico?

No, no está todavía aprovechando todavía al máximo, pero, está en proceso ellos han avanzado mucho con lo que es el hospedaje rural entonces están bien encaminados

P2. ¿problemas de la comunidad para desarrollarse en el sector turístico?

Son varios aspectos, pero, si nos referimos netamente a la Comuna de la Magdalena serian el tema de la señalética que nos está faltando, también organizarse de manera interna para dar la apertura al turismo de parte de la comunidad, también la formación de guías locales que nos brinden este apoyo para los visitantes y generar economía local, mejorar en ciertas partes lo que es la vialidad que nos faltaría hacer unos empedrados que están próximos hacerse en los proyectos que vienen y tener claro hace que mercado quieren enfocarse, hace que tipo de turista quieren ellos enfocarse netamente; en la Magdalena tenemos diferentes actividades que se pueden realizar entonces si ellos se enfocan a cierto mercado les iría mucho mejor que hacia todo público.

P3. ¿En qué forma podría aportar el GAD Parroquial?

El GAD Angochagua está siempre pendiente del tema de las capacitaciones hacia la comunidad para fortalecer sus capacidades locales el aporte también hacia la promoción a través de video, pues de entrevistas, tenemos alianzas con unidades educativas a nivel superior con quienes hemos estado realizando el levantamiento del catastro turístico para poder conocer cuántos emprendimientos turísticos tenemos aquí en la parroquia y también a través de operadoras de Quito y también operadoras internacionales, con quienes podemos promocionar los atractivos que tenemos y que traigan directamente sus grupos hacia las comunidades ya sean turistas extranjeros o también turistas nacionales.

P4. ¿Cuáles son los puntos fuertes que posee en la actualidad la comunidad en base al turismo?

La Comunidad la Magdalena tiene lo que es el hospedaje rural, también cuenta con una de las haciendas más antiguas en norte del país que es la Hacienda Magdalena y que al momento pertenece a 55 socios de la comunidad y que es también un espacio único en su clase para ofrecer lo que es alimentación, recreación a través de rutas de bicicletas de circuitos que se puede hacer entre la comunidad y la hacienda, también tiene acceso hacia el volcán Cubilche y hacia la Laguna de la Pangaladera la “Laguna Rosada” como le conocen

es una zona donde se puede realizar cabalgatas, bicicleta de montaña, senderismo, camping y se puede observar el tradicional bordado que caracteriza aquí a la parroquia.

P5. ¿Qué características diferenciales posee la comunidad que podrían ayudar a su desarrollo turístico, económico y social?

La Comuna de la Magdalena como le había mencionado tiene el hospedaje que es uno de los fuertes en esta parroquia porque alrededor de la parroquia es donde más se concentra esta opción, donde los turistas pueden pernoctar y quedarse una a dos noches y visitar el resto de la parroquia, dinamizando así las otras comunidades, también tiene la hacienda que es un espacio donde se pueden realizar eventos, se puede realizar programas. La comunidad tiene bastante paisaje hacia la ciudad de Ibarra desde los diferentes miradores con los que cuenta y también posee todavía casas vernáculas en construcción andina que son muy atractivas con referente a la cultura indígena de aquí de la región.

P6. ¿Considera que la comunidad tiene falencias en cuanto a la sostenibilidad ambiental? ¿Y a la vez que acciones debería tomar para tener un buen manejo del mismo?

Como en todo lugar siempre va haber hay falencias en el aspecto del manejo de la basura, existen las casitas rurales y los hospedajes locales que se encuentran que ellos están dando buenos ejemplos de manejo de basura orgánica, la separación de basura orgánica y de la basura inorgánica; sin embargo todavía persiste la quema de basura lo cual conlleva a problemas ambientales a nivel personal de los comuneros y que también se entierra esta basura, entonces una de las acciones es hacer capacitaciones y también sensibilización con respecto a lo que es el manejo a reducir el plástico de un solo uso a reforestar con especies nativas, que se proteja la fauna y flora local, a pesar que están en un área donde se observa bastante pino por la presencia de la empresa Novopan que hace conglomerados de este material, la misión es sensibilizar a los comuneros principalmente que comprendan beneficios y perjuicios de plantar especies exóticas. El compromiso es traer especies nativas hacia esta zona y seguir conversando con la gente y educando con respecto al manejo de la basura.

Nombre del entrevistado/a: Lic. Paola Camacho

Género: Masculino: **Femenino:** X

Ocupación: Técnica de turismo del GAD Parroquial Angochagua.

Edad: 39 años

P1. ¿Usted considera que hace falta una dinamización turística en la comunidad la Magdalena?

Si hace falta una dinamización con respecto a lo que es la promoción con respecto a lo que es atractivos con los que cuenta la comunidad en general para toda la Parroquia de Angochagua es necesario crear esta dinamización turística.

P2. ¿Cuáles son los lugares más visitados en la comunidad la Magdalena?

La comuna de la Magdalena cuenta con lo que es el hospedaje rural que es lo más atractivo que tiene es su fuerte es en donde más llegan los turistas, también en lo que es el acceso al volcán Cubilche.

P3. ¿La comunidad cuenta con un inventario turístico, un catastro turístico o ambos?

En la actualidad estamos desarrollando un catastro turístico, tenemos un avance hasta el momento del 65% del levantamiento de infraestructura turística de toda la parroquia incluida la comuna de la Magdalena.

P4. ¿Inventario de visitas?

Los hospedajes rurales cuentan con un registro, pero en general en la parroquia no hay; la parte del hospedaje rural sí.

P5. ¿Cuál es el presupuesto que se maneja para el turismo y su desarrollo?

Este es un presupuesto general que se tiene para lo que es capacitaciones, para realizar señaléticas, lo que es promoción a través de videos y afiches, no tenemos un presupuesto único destinado para cada comunidad sino es para toda la parroquia y también de los presupuestos participativos a través de la prefectura, pero cuando las comunidades priorizan el turismo como una de las obras que quieren que se ejecuten. El año anterior por tema de pandemia se redujo el presupuesto de pandemia a casi el mínimo entonces no tuvimos un valor referencial, como para darte una cantidad, lo que tuvimos fue para hacer promoción por ejemplo para hacer lo que es talleres.

P6. ¿Para la promoción y difusión del turismo que estrategias y herramientas son utilizadas, estas también se aplican a la Comunidad la Magdalena?

Para la promoción la mejor recomendación siempre es el boca a boca es cuando los turistas vienen tienen la experiencia y recomiendan a otros de visitar el mismo lugar de todas maneras también hacemos promoción con videos en donde visualizamos como es la actividad turística que se está realizando a través del internet, de las redes sociales, también en programas de televisión, en la radio, también se tiene de manera interna un manejo de recomendación hacia el turismo local, al turismo de Ibarra que es el que está más cerca quienes acceden por este tipo de recomendación.

P7. ¿Cómo garantizar la seguridad y el bienestar al turista?

Implementar más señalética para que los turistas que quieren visitar no se pierdan y sepan hasta donde pueden acceder, que se tenga lo que es la formación de guías locales para que puedan acompañar a los turistas y tengamos el acceso a un botiquín en caso de emergencia y también a las unidades que pueden dar un socorro.

Nombre del entrevistado/a: José Cartagena

Género: Masculino: **Femenino:** X

Ocupación: presidente de la Comunidad la Magdalena, propietario de Samay Loma.

Edad: 65 años

P1. ¿diagnóstico de ña comunidad en el sector turístico?

Actualmente el turismo está recién está volviendo a tomar ritmo por el asunto de la pandemia, turísticamente estaba bien por debajo por lo que realmente era dentro de eso recién se ve el repunte de eso, este fin de año en especial se vio lo que es el repunte del turismo. Aquí en la comunidad existen emprendimientos gastronómicos, emprendimientos de hospedaje que han estado cerrados ya estaba dejando de ser rentable menos mas que se sostienen por el hecho de que las casas turísticas fueron manejadas por propietarios y ellos también viven de otros ingresos no netamente del ingreso del turismo por esa razón a subsistido y tratamos que se mantenga. En lo que es la gastronomía, artesanías y todo como digo recién está repuntando, no hay mayor circulación por lo tanto hay que esperar un poco más, eso pienso yo.

P2. ¿Inventario de visitas?

No exactamente porque nosotros no tenemos un sitio de ingreso por donde entrarían registrados entonces no se puede tener un dato exacto de que emprendimiento está atrayendo más al turista. Entre hospedaje son varias casas por ejemplo no se sabe cuántos están ingresando, en lo que es gastronomía si ahí se da el ingreso a unas 500 a 600 personas cada semana.

P3. ¿Cuáles son los lugares más visitados en la comunidad la Magdalena?

En Comunidad La Magdalena lo que más visitan es en la ruta del borrego asado esa es la parte más llamativa, la parte más concurrida, pero no hay concurrencia a casas turísticas un fin de semana o familias todo eso que antes se acostumbraba a venir ahora veo que hay poco movimiento, lo único que funciona frecuentemente es la gastronomía del sector.

P4. ¿La comunidad mantiene una alianza estratégica para el desarrollo del turismo con una empresa pública o con una empresa, emprendimiento privado?

En este caso se dividen en dos partes por ejemplo las casas turísticas están apoyadas, asesoradas, incluso hasta intervenido por una empresa privada dentro del turismo que se llama Klein Tours ellos apoyan y abastecen de clientes a las casas turísticas. En cambio, lo que es gastronomía es a pulso de cada uno de los emprendedores aquí no hay un apoyo de Gobierno Provincial, se puede decir que el apoyo fue la carretera que mejoraron con el pavimento de la carretera, pero en lo que es fuera de las casas es netamente privados, en lo que es gastronomía son pocos los que tienen un conocimiento profundo sobre gastronomía o tienen capacitación dentro de servicio y manejo de alimentos.

P5. ¿En la comunidad se brinda capacitación y formación de guías nativos y si es que si se brinda cuantos guías nativos hay en la actualidad?

No existe por el hecho de que no hay una política de turismo, si bien es cierto existe una Técnica de Turismo aquí en la Parroquia Angochagua pero, no se ve un adelanto son pequeños programas que hay pero no se ve a profundidad una capacitación como guías turísticas locales; aunque fue una propuesta mía hace años atrás de que el departamento de turismo de aquí deberían capacitar para que dentro de las comunidades existan guías turísticos capacitados, para mí el guía turístico también debería de saber las bases desde la mecánica hasta primeros auxilios para que se completó, eso hace falta aquí.

P6. ¿La comunidad maneja un presupuesto para el turismo y su desarrollo?

Como Comunidad no manejamos, pero, tengo entendido que el GAD Parroquial si maneja cierta cantidad, pero esa cantidad no abastece para las 6 comunidades que conforman la parroquia. Nosotros lo presupuestos anuales participativos que tenemos como comuna todo se destina a una cierta obra porque apenas alcanza para medio km de empedrado, 2km de cunetas, entonces pero aun como comuna podemos asignar un porcentaje del presupuesto para el turismo y su desarrollo, también por el hecho que hay limitantes como que se presenta

un proyecto y no alcanza para más entonces se ve el más importante o necesario, ese proyecto tiene que ser entregado por municipio o la prefectura, pero como gobierno central o provincial deberían tomar acciones en este sentido de capacitar con conocimientos de gastronomía, arquitectura, turismo en sí de todo lo que existe aquí, de ahí como sitios turísticos por explotar existe bastante, la comunidad es una cuna en donde debería de existir el turismo.

P7. ¿que estrategias y herramientas son utilizadas?

Alguien o un cabildo o algo destinado para promocionar no existe, las propagandas que se han hecho son a nivel individual, en las casas de alojamiento esta canalizado por una empresa privada que se encarga de enviar la gente, de ahí como programa informativo de turismo no existe aquí.

P8. ¿Cómo garantizar la seguridad y el bienestar al turista?

Se puede decir que es simple primeramente socializar como llegar a los clientes, qué hacer con los clientes, que atractivos tenemos para ofrecer a los clientes, muchos de nosotros tenemos lugares hermosos pero mientras no nos digan cómo hacer bien nadie se anima hacerlo y para seguridad debería haber un plan de seguridad comunitaria, para capacitar y que puedan actuar en caso de algún problema, como tercer punto seria aprovechando las redes sociales un video o una buena propaganda para promocionar y llegar a la gente, esa sería la forma de llevar un turismo rentable y sustentable para la comunidad.

Nombre del entrevistado/a: Ing. Alexis Criollo

Género: Masculino: **Femenino:** X

Ocupación: Propietario de Pondo Wasi Lodge, miembro de la Comunidad

Edad: 28 años

P1. ¿Considera que en la actualidad exista un buen manejo del turismo en la comunidad?

Veras la verdad ósea en lo personal te digo que ni en el país hay eso, o sea nosotros acá tratamos de como emprendedores privados pero, he hacer bien las cosas promocionar y dar a conocer los lugares que nosotros tenemos y bueno hacer más actividades acá, pero ya como comunidad, como cabildos como parte de la junta parroquial no hay eso, o sea no hay el apoyo para los emprendimientos y asi, ponte te dicen que te van apoyar para la promoción y entonces lo único que hacen es pedirte la información, le suben a las redes sociales de ellos que tienen ahí, y yo considero de que no hay un buen manejo como parte de comunidad, pero como emprendedores nosotros si damos fuerza, como tú ya sabes cómo hacemos las cosas nosotros, pero comunidad o cabildo, juntas parroquiales así no hacen eso

P2. ¿Cuáles son las alianzas estratégicas que se deberían generar par el turismo?

Alianzas estratégicas, veras en lo personal, como yo he trabajo es haciendo alianzas con agencia de viaje, pero eso es como ya autogestión he hecho, pero después con este tema del Covid, he tratado de promocionar con esto de personas influencers o bloggers, que son personas que ayuden a difundir, entonces de esa manera, es que nosotros hemos estado trabajando, después firmas de convenios con instituciones ya que nosotros como un mercado, o nuestro mercado es mas de instituciones a nivel nacional, entonces nosotros firmamos convenios con instituciones que es lo principal, entonces digamos una de las principales que nosotros empezamos es la ESPE de Quito, entonces ellos aproximadamente como 100 estudiantes cada periodo de semestre andan por acá, eso es lo que yo podría decir, no sé si tomo algo más, también es autogestión y redes sociales.

P3. ¿En base a su experiencia cuales son las facilidades y dificultades para desarrollar un emprendimiento turístico en la comunidad?

El económico, la banca, por si bien es cierto es que siempre te dicen que el gobierno siempre te pinta bonito no, ahorita están con ese del 1% que te van a dar los créditos y eso que se activa que dicen, y con decirte que ni el Carlitos Jara, que es un capo para hacer proyectos no puede sacar un crédito ni al 5%, del Banco de Fomento, entonces se dan como dificultades de cómo empezar, después que más toda la burocracia que existe dentro de la ciudad en las entidades públicas, he sacar permisos es un trámite esas cosas, entonces, a menos nosotros estábamos y soy parte de la RENAGER, que es la red de jóvenes rurales emprendedores del Ecuador en el área de turismo entonces ahí es como que siempre nosotros estamos tratando de hacer las cosas y facilitar las cosas para los emprendedores, de canalizar, de buscar mercados, para que no tenga que sufrir como yo, facilidades es difícil casi todo, solo tener un terreno fue una facilidad que nosotros tuvimos pero no todos tienen eso, en lo cultural sería un aspecto porque es algo que nosotros tenemos pero acá en lo cultural la gente no le interesa eso, entonces nosotros los manejamos y gestionamos eso y lo comercializamos aquí, entonces nosotros lo hemos hecho como un laboratorio gastronómico en referencia lo que es la Pacha Mama, y todo eso pero con esto no quiere decir que a todos les interese en la comunidad al menos se está perdiendo eso, jóvenes al menos idioma ya no se habla nada.

P4. ¿Ha recibido aportes de empresas públicas o privadas para el desarrollo de su emprendimiento turístico?

No hemos trabajado, en capacitaciones, la Universidad Católica se podría decir, pero como te digo tu revisas las páginas de la Municipalidad de Turismo de Ibarra, o del Gobierno Provincial, ellos te piden para promocionar las cosas que uno se hace, pero cuál es el alcance que ellos tienen, ósea yo prefiero hacerle yo mismo, ya que ellos simplemente te piden y ponen los logos y ha redes sociales que llegan a 1 like o 2 likes que no sirven para nada, entonces yo prefiero poner en mis redes sociales y pautar porque tengo más alcance.

P5. ¿En la actualidad mantiene una alianza estratégica con el GAD Parroquial o Cantonal para desarrollar proyectos?

La verdad no me he metido mucho, lo que es con grupos digamos de música, nosotros les organizamos a la gente para que vengan acá, les damos capacitación pero a los que son parte de acá, pero después con parroquia no nos metemos mucho porque es un lío trabajar y meternos con esas personas, ya sabes en la comunidades es un poco raro esas cosas, es mejor trabajar solo, pero apoyarlos en Pondo Wasi es con personas de la comunidad pero no directamente con la parroquia, porque es un trámite también, con las empresas privadas, como instituciones, agencias de viajes con eso sí, después públicas no, porque cuando voy al Municipio sacar un papel para un evento se vuelve un dolor de cabeza y en esos temas estoy en desacuerdo yo, estoy en contra del sistema.

Nombre del entrevistado/a: Martha Rea

Género: Masculino: Femenino: X

Ocupación: Docente ESPE

Edad: 53 años

P1. ¿Considera que en la actualidad exista un buen manejo del turismo en la comunidad?

Bueno, en la comunidad se está manejando el turismo de muy buena forma, aunque faltan muchas actividades por realizar, o muchas actividades para dar a conocer a todos los turistas.

P2. ¿Cuáles son las alianzas estratégicas académicas que se deberían generar en turismo?

Alianzas estratégicas académicas, dentro de estas alianzas podría he se podría dar los estudios de cada uno de los aspectos del turismo que tiene la comunidad y todo el sector, pero siempre y cuando esos estudios, esas investigaciones que se realicen tengan un

propuesta viable, una propuesta que se pueda palpar dentro de la comunidad porque hay muchos estudios en todo lado pero que simplemente se queda en papeles, lo que si sería bueno es que la academia, aporte para que se aplique a las diferentes actividades, pero dentro de la comunidad.

P3. ¿Desde su conocimiento cuales son las principales falencias de la comunidad?

Bueno como falencias te diría, puede ser, en si no las he visto mucho, porque te digo así. Podría ser un poquito el trayecto o la señalética eso podría ser uno, o señalización para llegar a cada lado de la comunidad, o cada una de las actividades que se realizan así, pero del resto o sea más falencias así no, porque la comunidad se ha integrado tanto y perdón con el aporte de Pondo Wasi, me doy cuenta que él es como el eje principal.

P4. ¿Cree que la comunidad necesita una dinamización turística? ¿Por qué si o porque no?

Bueno, sí podría decirte que, si necesita, porque todas las comunidades o todos los sectores que tienen atractivos naturales o culturales, deben darse a conocer. Hay muchas comunidades que tienen varias, varios atractivos culturales, pero no son desarrollados entonces no pueden salir adelante, pero los que sí lo desarrollan con actividad turística pero bien manejada pueden desarrollar y mejor la calidad de vida.

P5. ¿Considera que para el correcto desarrollo de la Comunidad la Magdalena se necesita un Plan de dinamización turística?

Si es conveniente un plan porque, no todas las actividades o emprendimientos que se realizan en La Magdalena, están alineados a un mismo eje, sino que cada uno está haciendo sus actividades fuera de o porque quiero hacerlo, pero si hay un plan de dinamización donde se les va a organizar de mejor manera es conveniente.

P6. ¿Cuáles son los aspectos que se debe contemplar en el plan?

Bueno dentro del plan, de dinamización podemos tomar en cuenta, principalmente los aspectos, he de los atractivos culturales y naturales, pero más bueno los culturales porque tomando en cuenta que la cultura de la provincia de Imbabura, de toda la provincia te digo es muy rica, entonces que debemos hacer dar a conocer a los turistas cada de una de las actividades que tiene esa cultura, esos atractivos culturales más que todo, en la provincia de Imbabura, se destaca que de que las tradiciones de un cantón son diferentes a las de otro cantón, o de parroquia a otra parroquia entonces eso da para dar a conocer la razón de esas actividades, por qué se realiza esas actividades y tomemos en cuenta que son ricos en leyendas, en tradiciones y lo que es mas en la gastronomía y dentro de los atractivos naturales también tienen muchas he atractivos que se deben dar a conocer, porque simplemente en el sector podríamos decir, se conoce te digo ahí en la parte de La Magdalena, la parte de la gastronomía o ahora en el caso de irse a Cubiche, no se conoce nada más, pero si se empieza a dinamizar, se da a conocer las diferentes áreas que tiene la parroquia y las demás parroquias aledañas.

a) Interpretación de las entrevistas

Las entrevistas fortalecen la investigación ya que estas aportan con conocimiento, datos reales y relevantes sobre la problemática de turismo en la comunidad en temas claves como, la realidad actual en el sector turístico, ya que se desarrollaron diferentes cuestionarios para cada entrevistado para cubrir cada una de sus áreas, la interpretación se la ha desarrollado en subtemas los cuales son:

b) Manejo y realidad actual del sector turístico

En este apartado E1 manifiesta que la comunidad mantiene un acercamiento en el sector turístico, que se está incorporando en el mismo, pero hay varios aspectos por contemplar entre ellos que la comunidad no tiene una organización, por ende, no puede desarrollarse en el sector turístico lo cual no genera un ingreso rentable para la comunidad,

con lo cual concuerdan E2, E3, E4, E5, E6 que también aportan la carencia de señalética, guías locales y su capacitación, el turismo no está enfocado a un mercado en específico lo cual hace más difícil su desarrollo, también aporta la importancia de los servicios básicos, facilidades turísticas, accesibilidad, conectividad; que debería estar presente para generar rentabilidad a la comunidad, también aporta que tienen ideas para generar un desarrollo como lo son las casas de alojamiento rural. Sumando la presencia de la Hacienda la Magdalena, el volcán Cubilche, la Laguna de la Pangaladera (Laguna Rosada) en donde se puede realizar cabalgatas, senderismo, camping, bicicleta de montaña, lo cual carece de promoción.

Con respecto al tema de la pandemia E4 manifiesta que apenas el turismo está retomando su afluencia, poniendo en contexto que el turismo dejó de ser una actividad económica rentable por un tiempo, dejando en claro que está regresando a afluencia de turistas, sobre todo en los lugares gastronómicos los cuales son los más rentables para la comunidad.

En base al manejo del turismo E5 como propietario del emprendimiento turístico Pondo Wasi, menciona que a nivel nacional no existe un buen manejo aún más en la Comunidad La Magdalena, en donde la gestión recae en cada emprendedor y que el crecimiento turístico de la comunidad es por los ciertos emprendimientos de la misma a nivel individual.

El manejo de la basura es la negativa principal, como porta E2, ya que existe quema de basura y el entierro de basura. E2, E3, manifiestan que la fortaleza de dicha comunidad son las casas rurales, aunque las mismas carecen de promoción.

En base a un presupuesto para el desarrollo turístico E3, E4 especifican que a nivel parroquial se cuenta con presupuesto para el turismo, lo cual cumple varios campos, en donde se contempla a la comunidad o al área que necesite de dicho presupuesto que no es fijo y varía según el año y la situación económica del GAD Parroquial. E4 hace hincapié en que todo se distribuye para obras que aportan al turismo, pero al ser tan limitado el presupuesto, no se abarca todo lo que necesita la comunidad.

a) Registro

E2 manifiesta que en alianza con la educación superior se está desarrollando el catastro turístico a nivel parroquial de la infraestructura turística, E3 aporta también que dicho catastro lleva un 65% de avance, en base al registro de visitas E3, E4 manifiestan que la comunidad y la parroquia no cuentan con un registro de turistas, pero E3 dice que las casas rurales de alojamiento si realizan un registro de la llegada de turistas. En desacuerdo con E4 quien manifiesta que los negocios gastronómicos de la comunidad, cuentan con un registro en donde se espera semanalmente a 500 o 600 pax, mientras que en el hospedaje no se ve un control en el ingreso de turistas.

b) Alianzas estratégicas

Desde la perspectiva del GAD Ibarra E1 manifiesta que es fundamental la cooperación público-privada, en donde el sector público genera lineamientos y directrices para el desarrollo del turismo. E2 manifiesta que en la actualidad mantienen alianzas estratégicas las más relevantes con la educación superior, las cuales generan apoyo para el desarrollo de actividades y recopilación de información. Como presidente de la comunidad E4 aporta la alianza con Klein Tours por parte de las casas rurales de alojamiento. En los negocios gastronómicos de la comunidad nos manifiesta que no existen ninguna alianza ni apoyo, aunque espera un apoyo por parte del gobierno provincial para el desarrollo del turismo en la comunidad. Para E5 como emprendedor las alianzas estratégicas se llevan netamente con empresas privadas, instituciones de nivel superior, influencers y bloggers, todo esto por gestión propia.

Desde la academia E6 nos aporta la importancia de las alianzas académicas en donde se deben generar investigaciones en base a varios temas del sector turístico, que estas investigaciones sean una guía para la comunidad.

c) Dinamización turística

Para generar una dinamización turística E1 manifiesta que el aporte del GAD Cantonal, recae en la planificación, desarrollo de promoción, para generar un desarrollo turístico. Sumando la importancia de la cultura que tiene la comunidad que es el atractivo principal de la comunidad. Mientras que E2, E3, E6 manifiestan que el GAD Angochagua, que brindan capacitaciones y promoción, para tener un punto de partida estructurado en la dinamización del turismo, para la dinamización también se cuenta con las casas rurales que son un aspecto diferenciador que posee la comunidad. E3 concuerda con E1, E2, manifestando que para la necesaria dinamización turística es indispensable realizar promoción a los atractivos de la comunidad. E6 también aporta que el un Plan de Dinamización turística es de vital importancia ya que las actividades o emprendimientos turísticos que se realizan en la comunidad no van en torno a un mismo eje, por lo cual existe un desorden en el turismo de la comunidad; dentro de este plan E6 manifiesta que se debe contemplar, aspectos fundamentales para el desarrollo y conservación de atractivos culturales, naturales y la gastronomía de la comunidad.

Análisis general de las entrevistas

Las entrevistas que se realizaron aportan para obtener una perspectiva real de la comunidad, sus carencias marcadas en temas como: promoción, señalética, ausencia de guías nativos, una estructuración sobre el desarrollo del turismo que sirva como eje, una cooperación dentro de la comunidad. Sumando la necesidad de una dinamización turística para la comunidad, sin dejar de lado que existe una presencia de alojamientos, restaurantes, desarrollo de actividades turísticas que deben ser la fortaleza de la comunidad en el turismo.

6.2 Discusión

En la presente investigación se logró identificar la realidad actual en el sector turístico, mediante la aplicación de tres de los instrumentos de investigación previamente planteados, los cuales dieron como resultados que, en la actualidad en la comunidad la Magdalena, no existe una promoción correctamente estructurada, la señalética informativa y orientativa es casi inexistente, también se identificó que ciertas facilidades turísticas son inexistentes o muy limitadas, la actividad turística dentro de la comunidad no tiene una estructuración ni una cooperación de los miembros de la comunidad que tienen negocios del sector turístico, a la vez es inexistente una estructuración para el desarrollo del turismo. Tomando en cuenta que lo previamente mencionado es fundamental para el desarrollo del turismo y que la comunidad cuenta con atractivos, alojamientos, vías de acceso, restaurantes, conectividad en ciertos sectores, es decir puntos clave para el desarrollo del turismo.

Lo antes expuesto ayuda a poner en contexto la falta de aspectos completamente necesarios para el desarrollo turístico y su implementación para el correcto desarrollo del turismo en la comunidad, por ende, hay que estructurar una correcta planificación turística.

Una vez determinado que constituye la planificación turística, con la información recopilada con los instrumentos de investigación, se puede concluir que en la localidad de estudio no existe una planificación turística ya que no se da una integración en lo económico, social y ambiental por lo que no se genera una satisfacción de la demanda turística, a la vez esto indica que la oferta turística actual tiene muchas carencias. Tomando lo previamente mencionado se demuestra que el presente proyecto va acorde a las necesidades de la comunidad y tal como se explica en el estado del arte es la parte fundamental para el desarrollo de un sector en el turismo.

Tal y como se observa en lo previamente citado un plan de dinamización turística es una herramienta que aporta al desarrollo de la localidad del destino turístico en donde se lo aplica, cumpliendo con tres aspectos vitales como son el económico, social y ambiental. Una vez puesto esto en contexto, podemos ver como la realidad actual de la comunidad en el sector turístico, sumando lo que engloba una correcta planificación turística va acorde a los

objetivos del plan de dinamización turística y a lo que necesita la comunidad para tener una mejora competitiva en el turismo.

Cabe señalar que la encuesta realizada a los turistas del Cantón Ibarra nos indica claramente cuál es el conocimiento que tiene el turista como cliente potencial de la comunidad, a su vez cuáles son sus preferencias en base a todo lo que puede ofertar la comunidad, teniendo un conocimiento claro, de las necesidades, requerimientos, preferencias y de la realidad que percibe o conoce el turista de la comunidad.

En la encuesta que se realizó a los miembros de la comunidad podemos identificar las similitudes que tienen con los turistas, en base al tipo de oferta que quieren que se de en la comunidad, además de su conocimiento en el día a día dentro de la comunidad, las cuales nos permitieron identificar falencias en el sector turístico y el tipo de oferta real de los miembros de la comunidad que son parte del sector turístico.

Mientras que las entrevistas nos indicaron la perspectiva que se tiene dentro y fuera de la comunidad, así como identificar los puntos fuertes y débiles de la comunidad, perspectivas de vital importancia de varios ángulos las cuales son: la presidenta de la parroquia a la que pertenece la comunidad, la encargada del departamento de turismo de la parroquia, el presidente de la comunidad, la responsable de promoción y desarrollo turístico del GAD Municipal Ibarra, dueño de un emprendimiento turístico de la comunidad y el aporte de la academia una docente de la carrera de turismo, todos ellos con conocimiento de la realidad local, su aporte concuerda en base a las notables falencias (promoción, difusión, señalética) de la comunidad que indican las encuestas, pero también concordando con el tipo de oferta que se debe estructurar en base a los recursos que posee la comunidad, tal y como se indica en las encuestas. Sumando la opinión personal en base al conocimiento de cada uno de los entrevistados, que servirán de aporte para desarrollar el plan de dinamización.

6.3 Análisis FODA

Se desarrolla un análisis en donde se contemplan aspectos internos y externos de la comunidad.

Tabla 31

Matriz FODA

Análisis Interno	Análisis Externo
Fortalezas <ul style="list-style-type: none"> ● F1: Ubicación cercana a la ciudad de Ibarra. ● F2: Vías de acceso de primer orden en buen estado. ● F3: Buen trato a los turistas. ● F4: Variedad de atractivos. ● F5: Costos accesibles a sitios turísticos y gastronómicos en el área de estudio. ● F6: Existe disposición a mejorar. 	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"> ● O1: Convenios con instituciones educativas, también empresa pública y privada. ● O2: Promoción y difusión del lugar por medios de comunicación que no requieren de mucha inversión como: redes sociales, páginas web. ● O3: Implementación de señalética, desde las inmediaciones de la comunidad y dentro de ella. ● O4: Conocimiento de la demanda que desea el turista en base a las encuestas. ● O5: Aprovechamiento de los medios naturales.
Debilidades <ul style="list-style-type: none"> ● D1: Factor económico. ● D2: Publicidad. ● D3: Escasa señalética dentro y fuera de la comunidad. ● D4: No hay capacitaciones en el base al turismo, que sean constantes. ● D5: Falta de cooperación entre negocios de la comunidad. 	Amenazas <ul style="list-style-type: none"> ● A1: Apoyo inexistente por parte de autoridades provinciales, cantonales y MINTUR. ● A2: Falta de servicios básicos en partes de la comunidad, así como de facilidades turísticas. ● A3: Sobre demanda del turismo que afecte la sostenibilidad ambiental ● A4: Desconocimiento de la comunidad así como de su oferta turística. ● A5: Negocios enfocados netamente en su bienestar mas no en el desarrollo de toda la comunidad.

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.4 Estrategias del Plan de Dinamización

Tal y como se puede evidenciar en la presente investigación, además de la información recopilada que se obtuvo gracias a los métodos de investigación que se aplicaron, que también se puede evidenciar en el Análisis FODA; se han desarrollado estrategias para el correcto desarrollo y mejoramiento de la comunidad en el sector turístico.

Para el desarrollo de estrategias se realizó un enfoque en base a los problemas que afectan claramente al desarrollo de la comunidad y que a su vez derivan en más dificultades, los problemas que limitan el crecimiento de la comunidad en el turismo son la falta de publicidad y señalética.

- Creación de la marca
- Diseño de la página web (Blog) y redes sociales.
- Elaboración de un tríptico y folleto informativo de la Comunidad La Magdalena.
- Desarrollo de la propuesta para la Feria de emprendimientos turísticos y gastronómicos de la comunidad la Magdalena.
- Desarrollo del cronograma y temario para la capacitación turística.
- Elaboración del Catastro Turístico de la comunidad.
- Diseño y ubicación de la señalética y vallas publicitarias para la comunidad.
- Diseño y ubicación de letreros para puntos de encuentro y a su vez postes con botones SOS.

6.4.1 Creación de la marca turística de la Comunidad La Magdalena.

Para poner en contexto en que se basa una marca turística, que es lo que busca conseguir y como cuál es el impacto que genera, la marca turística, es la identidad de un lugar que está desarrollándose en el turismo y busca que el turista únicamente con ver dicha imagen sepa cuál es la oferta, ubicación y sienta un deseo de visitar o recomendar dicho lugar (Núñez, 2016).

Tabla 32
Marca Turística

Propuesta Marca Turística

Figura 20
Marca Turística



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Slogan	Un lugar que sobrepasa tus expectativas
Objetivo	Generar una identidad de la comunidad que genere un conocimiento acerca de la misma en su oferta turística, costumbres y tradiciones.
Descripción	En la imagen que se ha desarrollado encontramos una silueta en color verde que asemeja la naturaleza de la comunidad y a su vez el Cubilche por su elevación 3826 metros de altura y que es de origen volcánico. En el nombre encontramos una letra llamativa, a su vez en la letra M encontramos la mitad de un borrego, especie que a pesar de ser introducida es la principal oferta gastronómica y parte de una de las principales fuentes de ingreso. El borrego es la mitad de la letra M simbolizando que es introducido y que ya forma parte de La Magdalena. Luego tenemos una silueta en color rosado que simboliza la Laguna de la Pangaladera

	<p>conocida como “Laguna Rosada” por su llamativa tonalidad Rosa en toda su extensión. El slogan está basado en resaltar a la comunidad y su oferta turística ya que pese a ser una pequeña comunidad del sector rural tiene mucho que ofrecer; es por eso que el slogan llama a la confianza y satisfacción del turista, asegurando que lo que busca el turista en la comunidad es menor a todo lo que ofrece la misma. La marca turística contempla partes fundamentales de la comunidad que también forman parte del interés de los turistas, a su vez genera rentabilidad y confianza de que la Comunidad La Magdalena tiene una oferta turística de calidad.</p>
Presupuesto	\$50.00

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.4.2 Duseño de la página web (Blog) y redes sociales

Uno de las principales falencias que mostro La Magdalena en la información recopilada mediante los instrumentos de investigación es la promoción y difusión de la comunidad, así como uno de los principales medios de promoción y difusión que se consideran en las encuestas y entrevistas como los más óptimos es el uso de una página web y redes sociales que sean de la comunidad, comprendiendo que es lo que en la actualidad más se usa y genera un mayor alcance.

Tabla 33

Página web y redes sociales

Propuesta página web (Blog) y redes sociales

Objetivo: Aumentar la afluencia de turistas por medios de difusión online, mismos en donde se puede realizar promoción.

Página Web (Blog)

Figura 21

Página Web



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Descripción:

URL:

El Blog describe los atractivos turísticos, así como facilita el contacto de cada establecimiento turístico. Con esto se puede llegar directamente a los turistas y turistas potenciales, a su vez generar información y promoción llamativa.

Redes Sociales

Figura 22
Facebook

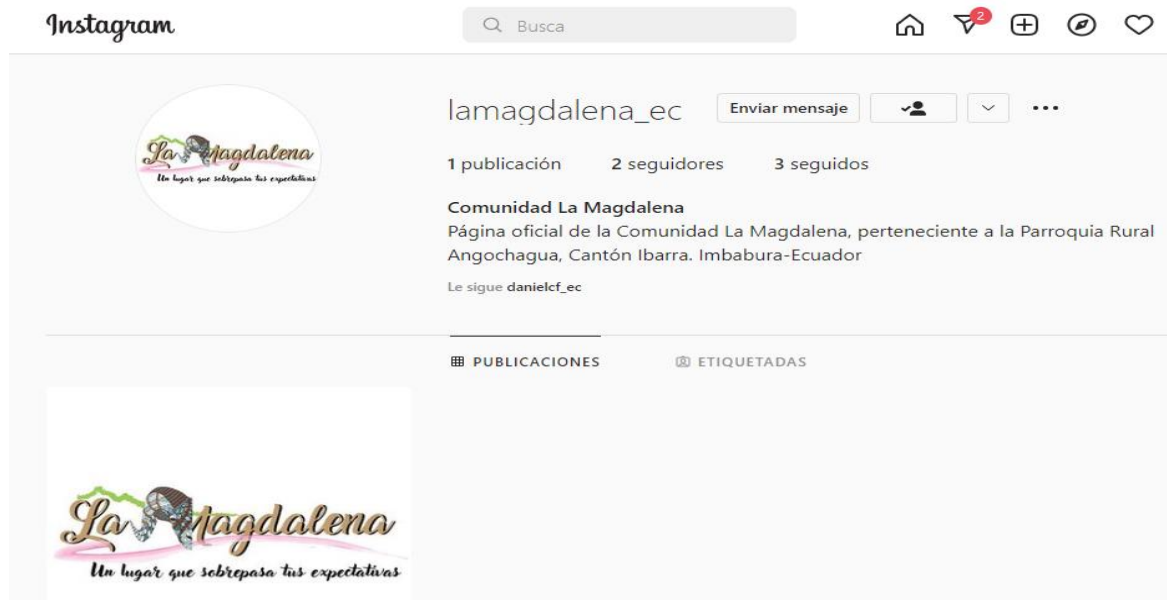


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Descripción: [URL: https://www.facebook.com/Comunidad-La-Magdalena-101818575901673/?ref=pages_you_manage](https://www.facebook.com/Comunidad-La-Magdalena-101818575901673/?ref=pages_you_manage)

La página en Facebook contara con información de los atractivos, eventos y toda la información de la comunidad, con el fin de que los seguidores de la misma logren conocer todos los eventos, promociones a desarrollarse dentro de la comunidad.

Figura 23
Instagram



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Descripción: [URL: https://www.instagram.com/lamagdalena_ec/](https://www.instagram.com/lamagdalena_ec/)

Presupuesto:	<p>Como la página de Facebook en esta página también se trata de, lograr llegar a más turistas, así como dar a conocer los eventos, oferta, promociones, de la comunidad y sus negocios.</p> <p>Diseño de Página Web (Blog) \$50.00</p> <p>Diseño de publicaciones \$55.00</p> <p>Total: \$105.00</p>
---------------------	---

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.4.3 Elaboración de un tríptico y folleto informativo de la Comunidad La Magdalena.

Otra de las propuestas que sirven como información y publicidad de la comunidad es la elaboración de trípticos o folletos informativos, tomando en cuenta que en la mayoría de los establecimientos de la comunidad no cuentan con este tipo de herramienta publicitaria e informativa que permite una fácil distribución.

La elaboración de un tríptico y de un folleto informativo aporta una nueva forma de publicidad, en donde consta información de establecimientos de la comunidad, así como de atractivos naturales, todo esto acompañado por imágenes y de pequeñas descripciones que llamen la atención del turista o turista potencial. Trípticos y folletos que se distribuirán dentro de la comunidad en sus establecimientos y casa comunal.

Tabla 34

Tríptico y folleto informativo

Propuesta tríptico y folleto informativo

Objetivo: Generar un medio de información y publicidad de la comunidad.

Tríptico

Figura 24

Tríptico Lado A

<p>Comunidad La Magdalena</p> <p>Tienes que visitar la Magdalena por que!!!</p> <p>En ella vas a encontrar y disfrutar de una excelente oferta turística y gastronómica</p> 	<p>En la Magdalena se encuentra la ruta del borrego asado</p>  <p>En donde también podrás encontrar otros platos típicos de la comunidad, parroquia, cantón y provincia.</p>	<p>Los establecimientos de esta ruta son:</p> <ul style="list-style-type: none">• Samay Loma• Casa del Borrego• La Hueca del Borrego• Paradero Carmita• El Fogón• Casa Grande
---	---	--

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 25

Tríptico Lado B

<p></p> <p>Te va a encantar Ya que en ella encuentras increíbles paisajes naturales y grandiosos atractivos naturales como:</p> <ul style="list-style-type: none">• La Laguna de la Pangaladera o también conocida como laguna Roja• Lagunas de Cubilche	 	<p>Los increíbles hospedajes de la Magdalena son:</p> <ul style="list-style-type: none">• Casa de los Geranios• Casa de las Rosas• Casa de los Alisos• Casa de los Cipreses• Casa de los Girasoles• Casa del Arrayan• Pondo Wasi Lodge• Karanki• Magdalena Logde <p>Comunidad La Magdalena  </p>
--	---	--

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Descripción: En el diseño del tríptico podemos ver como se ofertan los atractivos naturales, gastronomía, alojamiento. Poniendo tanto en el lado a como en el lado b, la marca turística de la comunidad.

Folleto

Figura 26
Folleto Lado A



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 27
Folleto lado B

**LA MAGDALENA TE OFRECE LO MEJOR EN
HOSPEDAJE, PARA QUE REALICES UN
TURISMO COMUNITARIO DE CALIDAD.**



**KARANKI
MAGDALENA
LODGE**



**PONDO WASI
LODGE**



COMUNIDAD LA MAGDALENA



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Descripción: El folleto informativo muestra claramente los hospedajes de la Magdalena para que el turista decida permanecer en la comunidad, más que por un día únicamente, a la vez se oferta algo muy llamativo del turismo rural y comunitario como lo son las casas

rurales de alojamiento, y los Lodge, ambos tipos de alojamiento rodeados de la naturaleza de la comunidad, además en los que se ofertan gastronomía de la comunidad y la región, así como actividades de turismo vivencial y de aventura.

Presupuesto: Diseño e impresión de trípticos y folletos (mil cada uno) \$210.00


Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.4.4 Desarrollo de la propuesta para la Feria de emprendimientos turísticos y gastronómicos de la comunidad la Magdalena.

La propuesta del desarrollo de la feria de emprendimientos turísticos y gastronómicos, es de realizarla una vez al año, y contempla la participación de los propietarios de emprendimientos de la comunidad y que de esta manera se dé a conocer la oferta turística y gastronómica de La Magdalena.

Tabla 35

Cronograma feria de emprendimientos

Propuesta feria de emprendimientos			
Feria de emprendimientos turísticos y gastronómicos de la comunidad la Magdalena			
			
Días 17, 18, 19 de junio de cada año			
Objetivo: Dar a conocer la oferta turística de la Comunidad La Magdalena			
Día	17 de junio	18 de junio	19 de junio
Horario	10:00am-13:00pm 15:00pm-18:00pm	11:00am-13:00pm 15:00pm-17:00pm	11:30am-13:00pm 15:00pm-17:00pm
Lugar	Cancha de futbol de la Magdalena		
Actividades	<ul style="list-style-type: none"> Inauguración: Presentación de emprendimientos 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del segundo día a cargo de 	<ul style="list-style-type: none"> Presentación del tercer y último día a

	<p>a cargo del presidente de la comunidad.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación a cargo de un grupo de danza de la parroquia. • Desarrollo de la feria. • Cierre del primer día a cargo de un invitado del GAD Parroquial de Angochagua. 	<p>un representante del GAD Ibarra.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de un grupo artístico del Cantón Ibarra • Desarrollo de la feria. • Cierre del segundo día de la feria a cargo de un miembro de la Prefectura de Imbabura. 	<p>cargo de un representante del GAD Parroquial de Angochagua.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Presentación de un grupo artístico del Cantón Ibarra • Desarrollo de la feria. • Clausura de la feria a cargo del presidente de la comunidad La Magdalena.
Participantes	15 son los participantes invitados los cuales han sido registrados en el plan de desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020-2023		
Instituciones invitadas	<p>a) Instituciones públicas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ GAD Parroquial Angochagua ➤ GAD del Cantón Ibarra ➤ Prefectura de Imbabura ➤ Gobierno Provincial de Imbabura ➤ Ministerio de Turismo ➤ Colegios e universidades públicas <p>b) Instituciones privadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Principales agencias de viaje del Cantón Ibarra ➤ Miembros del sector hotelero de Ibarra ➤ Representantes de establecimientos turísticos del sector rural de Ibarra. ➤ Colegios e universidades privadas 		

	c) Turistas, población en general.
--	------------------------------------

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.4.5 Desarrollo del cronograma y temario para las capacitaciones turísticas.

La propuesta para capacitaciones irá acorde a la oferta actual de la comunidad y las necesidades y falencias que se lograron identificar gracias a los métodos de investigación que se aplicaron, que también se puede evidenciar en el Análisis FODA; todo esto para lograr un mejoramiento de la comunidad en el sector turístico.

Los temas que se impartirán en las capacitaciones son imprescindibles para llevar a un sector a brindar un excelente servicio turístico.

Para el desarrollo las capacitaciones se han tomado en cuenta 2 jornadas, dichas jornadas se dividirán en dos partes separadas por un descanso. A su vez para impartir los temas de las capacitaciones se tomarán en cuenta a docentes de la carrera de turismo de instituciones públicas y privadas, así como de agentes del sector turístico y miembros de instituciones públicas que se desempeñen en el área del turismo como: MINTUR, GAD's Cantonales, GAD's Parroquiales, Prefectura.

Tabla 36

Capacitaciones Turísticas Primera Jornada

Propuesta capacitaciones turísticas primera jornada
Cronograma y temario para las capacitaciones turísticas



Objetivo: Generar conocimientos fundamentales en los actores del sector turístico de la Comunidad La Magdalena.

Primera jornada 5 y 6 de septiembre del 2022

Lugar: Casa Comunal de la Magdalena

	5 de septiembre	6 de septiembre
Horario	Temas	Temas
10:00am 11:00am	Estrategias de marketing turístico.	Hospitalidad
11:00am 12:00pm	Estrategias de marketing turístico.	Hospitalidad
DESCANSO		
15:00pm 16:00pm	Manejo de redes sociales, páginas web para establecimientos y destinos turísticos.	Manejo de redes sociales, páginas web para establecimientos y destinos turísticos.
16:00pm 17:00om	Manejo de redes sociales, páginas web para establecimientos y destinos turísticos.	Manejo de redes sociales, páginas web para establecimientos y destinos turísticos.

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Tabla 37

Capacitaciones Turísticas Segunda Jornada

Propuesta capacitaciones turísticas segunda jornada

Cronograma y temario para las capacitaciones turísticas



Objetivo: Generar conocimientos fundamentales en los actores del sector turístico de la Comunidad La Magdalena.

Segunda jornada 7 y 8 de octubre del 2022

Lugar: Casa Comunal de la Magdalena

	7 de octubre	8 de octubre
Horario	Temas	Temas
10:00am 11:00am	Atención en el cliente y calidad en el servicio	Emprendimientos sostenibles y rentables
11:00am 12:00pm	Atención en el cliente y calidad en el servicio	Emprendimientos sostenibles y rentables
DESCANSO		
15:00pm 16:00pm	Organización de congresos y eventos	Resiliencia turística
16:00pm 17:00om	Protocolo y etiqueta	Resiliencia turística

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.4.6 Elaboración del Catastro Turístico de la comunidad.

El desarrollo del catastro turístico comprende el contabilizar los establecimientos que comprendan el sector turístico de la comunidad, así como su ubicación con la dirección exacta, su teléfono de contacto y los métodos de pago que acepta cada establecimiento.

La información recopilada será de vital importancia ya que con esta el turista tendrá acceso a poder contactarse con los establecimientos de la comunidad para poder planificar mucho mejor su permanencia en la comunidad, así como conocer donde puede encontrar a cada establecimiento y que método de pago de la preferencia de cada turista dispone el o los establecimientos que desea visitar, todo esto brinda mucho más conocimiento de la comunidad así como facilidad y comodidad al momento de visitar la Comunidad La Magdalena.

Tabla 38
Catastro Turístico

Propuesta Catastro turístico					
Catastro turístico de la Comunidad La Magdalena					
					
Objetivo: Brindar información de los establecimientos de la comunidad					
Categoría: Alojamientos					
Nro.	Nombre	Dirección	Propietario/ Administrador	Contacto	Métodos de pago
1	Casa de los Geranios	n/a Magdalena Centro	María Matilde Tambi	2639012	Efectivo
2	Casa de las Rosas	n/a Magdalena Centro	María Cristina Alba Molina	0992470359	Efectivo
3	Casa de los Alisos	n/a Magdalena Centro	María Isolina Escola Tambi	n/a	Efectivo
4	Casa de los Cipreses	n/a Magdalena Centro	Carlos Ángel Molina Criollo	062639022	Efectivo
5	Casa de los Girasoles	n/a Magdalena Centro	Rosa María Ibaza Puma/Celso Molina	0999493138	Efectivo Transferencia
6	Casa del Arrayan	n/a Magdalena Centro	María Cruz Tambi Molina/Gonzalo Criollo	0988044770	Efectivo
7	Pondo Wasi Lodge	Gonzalo Plaza Lasso	Alexis Criollo/Administrador	0959459534 Ig: @pondo_wasi_ec Fb: PONDO WASI EC TripAdvisor	Efectivo Transferencia

8	Karanki Magdalena Logde	n/a	Celso Molina/Administrador	09686112403 TripAdvisor	Efectivo Transferencia
Categoría: Alimentos y bebidas					
Nr o.	Nombre	Dirección	Propietario/Administrador	Contacto	Métodos de pago
9	Restaurante gastronómico Samay Loma	Gonzalo Plaza Lasso	José Cartagena	0999683818 Ig: @samay_loma Fb: Samay Loma Restaurant Campestre	Efectivo Transferencia
10	Casa del Borrego	Gonzalo Plaza Lasso	Gustavo Puma	0980193401	Efectivo Transferencia
11	La Hueca del Borrego	Gonzalo Plaza Lasso		0990311902/0994229632	Efectivo
12	Paradero Carmita	Gonzalo Plaza Lasso		0967148470/0981077575 Ig: @carmitamikunawasi Fb: Carmita Mikuna Wasi	Efectivo
13	El Fogón	Gonzalo Plaza Lasso	Sofía Álvarez	0939836581	Efectivo
14	Parador Doña Sofía	Gonzalo Plaza Lasso	Sofía Álvarez	0939836581	Efectivo
15	La Choza de Don José	Gonzalo Plaza Lasso		0986259363/0993335443	Efectivo
16	Minimarket Isabel	Entrada a la Magdalena	Ruth Peña	0969822124	Efectivo

Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.4.7 Diseño y ubicación de la señalética y vallas publicitarias para la comunidad.

Una de las principales falencias que presenta la comunidad, como claramente se puede evidenciar en la información recopilada por los instrumentos de investigación. La propuesta de señalética para la Comunidad La Magdalena, que indicara los puntos en donde es necesaria la señalética para mejorar el acceso a los atractivos turísticos de la comunidad, también las vallas publicitarias servirán como distintivo de los atractivos, fortaleciendo la

marca turística y a la Magdalena como una fuente de desarrollo turístico. Para la señalética se a tomado como determinante implementar: Señalética informativa de atractivos y servicios, Señales de aproximación, Vallas publicitarias, Señalética con nombre de cada atractivo.

Tabla 39
Señalética

Propuesta señalética para la comunidad

Señalética de la Comunidad la Magdalena

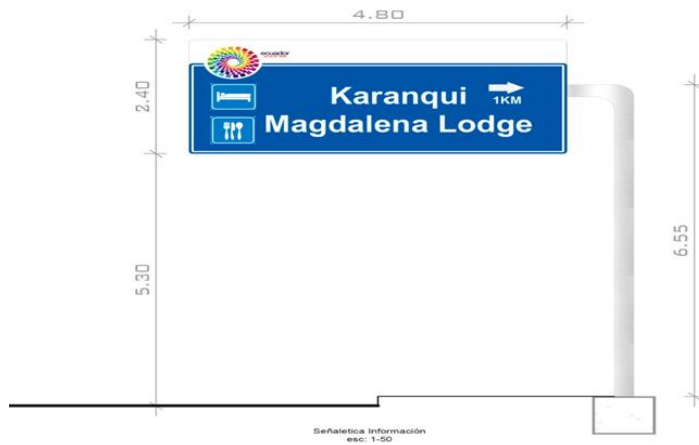


Objetivo: Generar una orientación para una mejor accesibilidad de los turistas a la comunidad.

Tipos de señalética a implementar:

- a) Señalética Informativa de Atractivos y Servicios - medida: 4,80 m x 2,40 m

Figura 28
Señalética Informativa de Atractivos y Servicios



- b) Señalética de aproximación – medida 2,40m x 0,60m. Esta señalética puede colocarse de tres formas diferentes.

Figura 29
Señalética de aproximación con tres indicadores



Figura 30
Señalética de aproximación con dos indicadores

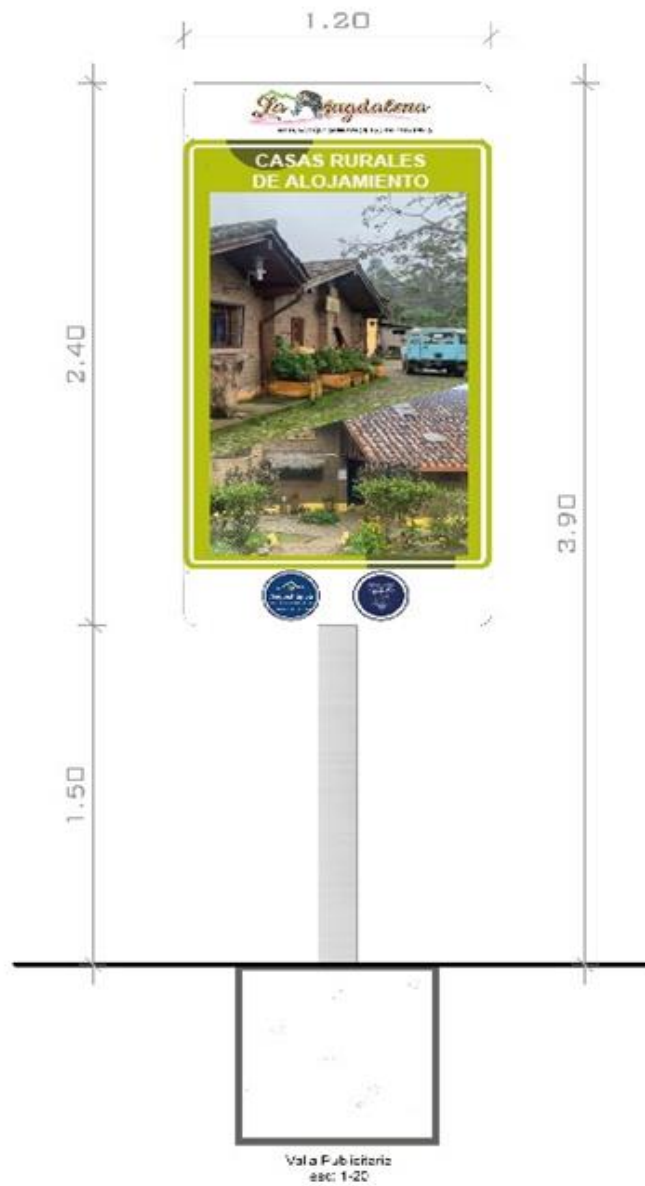


Figura 31
Señalética de aproximación con un indicador



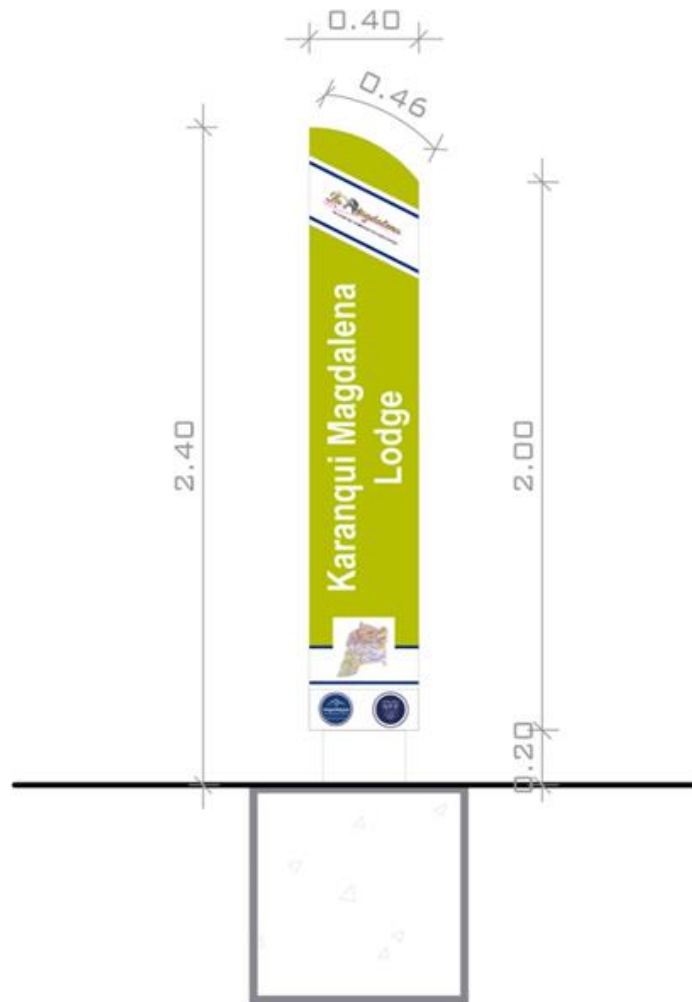
c) Vallas publicitarias - medida: 1,20 m x 2,40 m

Figura 32
Vallas publicitarias



- d) Señalética individual para cada atractivo (contiene marca turística de la comunidad) – medida 2400 x 400 mm

Figura 33
Señalética individual para cada atractivo



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.4.7.1. Montaje fotográfico de la señalética

a) Señalética Informativa de Atractivos y Servicios

Figura 34

Pondo Wasi, Ruta del Borrego



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 35

Karanki Magdalena Lodge, Ruta del Borrego, Casas Rurales de Alojamiento



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

b) Señalética de aproximación

Figura 36

Karanki Magdalena Lodge, Casa de los Girasoles



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 37
Hacienda la Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 38
Capilla La Magdalena, Casa Comunal de La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 39

Karanki Magdalena Lodge, Casas de Alojamiento Rural, Cancha de Fútbol de La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 40

Pondo Wasi, Ruta del Borrego, Samay Loma



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 41

Karanki Magdalena Lodge, Casas Rurales de Alojamiento, Ruta del Borrego



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 42

Unidad Educativa Manuel Freile Larrea



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

c) Vallas publicitarias

Figura 43

Ruta del Borrego, Karanki Magdalena Lodge, Laguna Pangaladera “Laguna Rosada”, Pondo Wasi



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 44

Casas Rurales de Alojamiento, Cubilche, Karanki Magdalena Lodge, Laguna Pangaladera “Laguna Rosada”



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 45
Laguna Pangaladera “Laguna Rosada”, Cubilche, Samay Loma



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 46
Pondo Wasi



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 47
Ruta del Borrego, Karanki Magdalena Lodge



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 48
Hacienda La Magdalena, Samay Loma, Pondo Wasi



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

d) Señalética individual para cada atractivo

Figura 49

Casa de las Rosas



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 50
Casa de los Alisos



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 51
Casa de los Cipreses



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 52
Casa de los Geranios



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 53
Casa del Arrayan



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 54
Casa de los Girasoles



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 55
Casa del Borrego



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 56
El Fogón



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 57
El Molino



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 58
La Choza de Don José



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 59
La Hueca del Borrego



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 60
La Tulpa



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 61
Paradero Carmita



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 62
Paradero Doña Sofi



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 63
Samay Loma



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 64
Pondo Wasi



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 65
Karanqui Magdalena Lodge



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 66
Casa Comunal de la Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 67
Cancha de Fútbol de La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 68
Capilla de La Magdalena



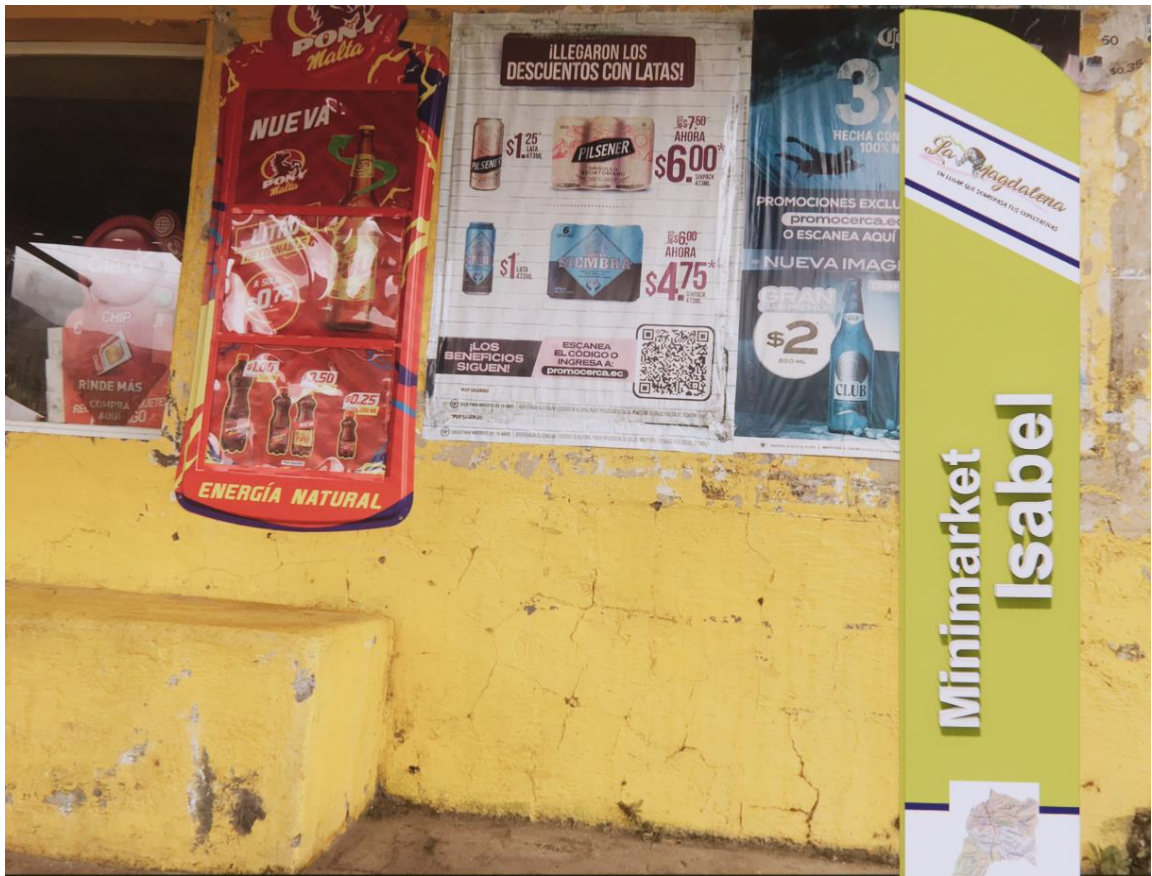
Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 69
Hacienda La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 70
Minimarket Isabel



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 71
Unidad Educativa Manuel Freile Larrea



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.4.8 Diseño y ubicación de letreros para puntos de encuentro y a su vez postes con botones SOS.

Parte fundamental del turismo es la seguridad que se brinda al turista, por ende, hay que contemplar varias situaciones desafortunadas que se puedan suscitar. Por esto se ha contemplado la propuesta de letreros puntos de encuentro, puntos de encuentro que son espacios seguros en caso de percances de cualquier índole, en donde las autoridades ayudaran a continuar con los protocolos de seguridad establecidos. También en caso de necesitar apoyo urgente se ha desarrollado la propuesta de postes con botones SOS, ya que en la comunidad la señal telefónica es irregular y los postes se conectan a una misma red en la que presionando el botón SOS o botón de emergencia se emite una alarma y así poder brindar una respuesta rápida no solo al turista sino a cualquier miembro de la comunidad o la parroquia.

Tabla 40

Puntos de encuentro y botones SOS

Propuesta letreros puntos de encuentro y postes con botones SOS

Letreros puntos de encuentro y postes con botones SOS de la Comunidad la Magdalena



Objetivo: Brindar seguridad y tranquilidad al turista frente a un inconveniente natural, seguridad o de salud.

Letreros puntos de encuentro - medida: 2.80m x 0.60cm

Figura 72

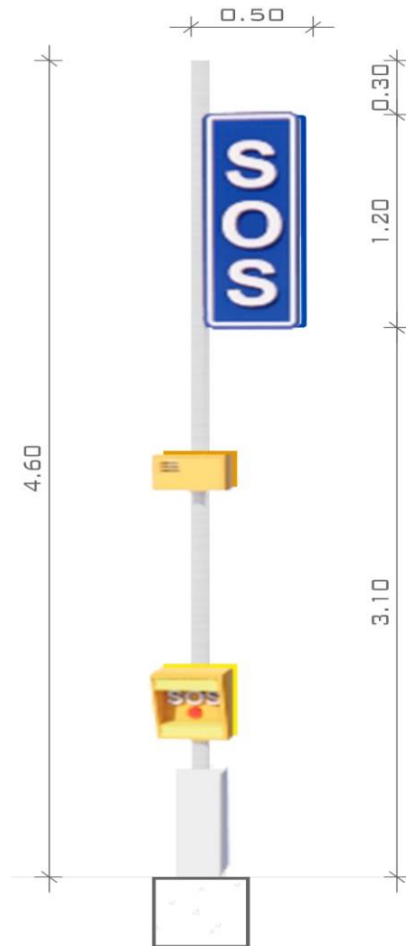
Letrero punto de encuentro



Postes con botones SOS – medida: 4.60m x 0.50cm

Figura 73

Postes con botones SOS



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

6.4.8.1. Montaje fotográfico de letreros puntos de encuentro y postes con botones SOS.

- Letreros puntos de encuentro

Figura 74

Ubicado sector Cancha de Fútbol de la Magdalena cerca de las Casas Rurales de Alojamiento



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 75

Ubicado frente a la Capilla de La Magdalena, cerca de la Casa Comunal de La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 76

Ubicado en las inmediaciones de la Hacienda La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

- Postes con botones SOS

Figura 77

Ubicado en el ingreso norte de la Magdalena y en las inmediaciones de la Hacienda La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 78
Ubicado en el ingreso sur de La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 79

Ubicado entre las Casas Rurales de Alojamiento y Karanki Magdalena Lodge



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Figura 80

Ubicado pasando el puente de La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

CONCLUSIONES

- La Comunidad la Magdalena, es un lugar con espacios verdes amplios, paisajes maravillosos, alojamientos con varias actividades, restaurantes con un menú atractivo, pero carece de un estudio turístico profesional el cual haga que se potencie como un atractivo turístico del lugar.
- La Magdalena y los negocios que hay en ella carecen de promoción, publicidad y marketing pese a que tienen un buen cuidado sus, no aumenta la demanda debido al poco conocimiento que se tiene del sector y de varios establecimientos
- Si se empieza a manejar el turismo correctamente y en conjuntos se podría diseñar una buena oferta turística, con la finalidad de brindar al visitante un ambiente acogedor, que se muestre un trabajo en conjunto y con servicios complementarios.
- La comunidad cuenta con espacios necesarios para implementar actividades turísticas, de esta forma fomentar el turismo en la zona y dinamizar la economía del sector, generando también plazas de trabajo en el lugar debido al incremento de la demanda.
- En la siguiente investigación se pudo determinar la necesidad de implementación de señalética que permita que el turista al llegar pueda tener la facilidad de dirigirse al lugar que desee visitar.

RECOMENDACIONES

- La Magdalena debe generar ferias de emprendimientos turísticos, de esta forma presentar su oferta turística y generar un impacto para incrementar alianzas estratégicas, promoción y la llegada de turistas.
- Es necesario el desarrollo de capacitaciones en temas esenciales para el desarrollo de la actividad turística. Aún más si se considera desarrollar a la comunidad y a sus negocios en el turismo.
- Para la realización es necesario contar con el apoyo de entidades públicas y privadas que faciliten la publicidad de este nuevo emprendimiento.
- Es urgente la implementación de señalética en la comunidad.
- La creación de una página web y el desarrollo de páginas de la comunidad en redes sociales, también el desarrollo de trípticos o folletos publicitarios con el fin de lograr promocionar a la comunidad y lograr una difusión que llegue a los turistas nacionales e internacionales.
- Es de vital importancia para el desarrollo de los negocios dentro de la comunidad el uso de redes sociales como: instagram, Facebook. Así como el uso de plataformas web como: Airbnb, TripAdvisor.
- Implementar más métodos de pago como transferencias bancarias, pagos con tarjeta de crédito o débito, entre otros canales de pago.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Acciona. (2016). *Sostenibilidad Para todos*. Obtenido de sostenibilidad Para todos: https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/que-es-la-sostenibilidad/?_adin=02021864894
- Antonela Mahory Urresta Camacás, E. G. (2019). *Plan de dinamización para las actividades de turismo comunitario en la Parroquia San Rafael de la Laguna del cantón Otavalo*. Ibarra: Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Documents/Trabajo%20de%20Grado%20/Proyecto%20Final.pdf>
- Baque, L. P. (2012-2013). “*Plan de dinamización para el desarrollo turístico sostenible del sendero la entrada, comuna la entrada, canton santa elena, AÑO 2012-2013*”. En L. P. Baque. Santa Elena.
- Baque, L. V. (2012-2013). “*Plan de dinamización para el desarrollo turístico sostenible del sendero la entrada, comuna la entrada, canton santa elena, año 2012-2013*”. En L. P. Baque. Santa Elena.
- Palomino, J. G. (2016). *El turismo comunitario en la Sierra Norte de Oaxaca: perspectiva desde las instituciones y la gobernanza en territorios indígenas*. Ciudad de México: Instituto Politécnico Nacional, Universidad Nacional Autónoma de México.
- Cali, N. (2016). *Análisis de la concurrencia de turistas en el Paseo de la Juventud para proponer un Plan de Dinamización que permita su inserción a la oferta dentro del circuito turístico de Guayaquil*. Obtenido de <http://repositorio.ucsg.edu.ec/handle/3317/6377>
- Camacás, M., & Flores, G. (2019). *Plan de dinamización para las actividades de turismo comunitario en la parroquia San Rafael de la laguna del cantón Otavalo*. Obtenido de <https://dspace.pucesi.edu.ec/handle/11010/354>
- Cañas, L. (2014). *Recurso cultural, recurso turístico, producto turístico*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4775857>
- Carvajal, G. (2018). *Análisis de los atractivos y recursos turísticos del cantón San Vicente. El periplo sustentable*, 45-55. doi:https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-90362018000100164

- Castillo, Y. (2018). *El impacto del turismo en la economía local. Una necesidad de medir en el Ecuador. Killkana Sociales*, 153-160.
doi:https://doi.org/10.26871/killkana_social.v2i3.344
- Charcas, J., & Zarco, E. (2019). *Programa de dinamización turística para el municipio de El Alto, distrito 1 y 3*. Obtenido de <http://repositorio.umsa.bo/handle/123456789/21663>
- Chiriboga, D., Ayala, C., Patiño, D., & Tapia, F. (2018). *Estrategias de dinamización turístico cultural: caso de estudio Santiago de Píllaro*. Obtenido de <http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/29306/3/T-ESPE-052305-D.pdf>
- Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (CMMAD). (1987). *Nuestro Fuutro Común*. ONU.
- Congreso nacional. (2004). *Ley de patrimonio culturaL*.
- DEL Consultores. (s.f.). *Del Consultores*. Obtenido de Desarrollo económico, planificación estratégica y emprendimiento: http://www.delconsultors.com/es/serv/s_tur/
- Ferrer, I. H. (2020). *El Plan de Gobernanza yDinamización Turística del Camp de Morvedre (Valencia, España)*. Valencia: Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Documents/Trabajo%20de%20Grado%202/7539607.pdf>
- Fuentes, A., & Quishpe, J. (2019). *La Dinamización Turística para el Barrio San Marcos del Centro Histórico de Quito para Diversificar la Oferta con Enfoque Sostenible*. Obtenido de <http://repositorio.uisrael.edu.ec/handle/47000/2359>
- Fundación Ayuda en Acción. (2017). *Ayuda en Acción*. Obtenido de <https://ayudaenaccion.org/ong/blog/sostenibilidad/turismo-comunitario-sinonimo-progreso-crecimiento/>
- Gabriela Georgina Cali Navarro, M. A. (2016). “*Análisis de la concurrencia de turistas en el Paseo de la Juventud para proponer un Plan de Dinamización que permita su inserción a la oferta dentro del circuito turístico de Guayaquil*”. Guayaquil: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Documents/Trabajo%20de%20Grado%202/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-293.pdf>
- GAD Parroquial Angochagua. (2020). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial 2020-2023*. Ibarra. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Downloads/PDOT%20ANGOCHAGUA%202020%20FINAL.pdf>

- Gandia, A. P. (2018). *Plan de Dinamización Turística Celler Medieval S.XIII de Proava*. Castellón de la Plana: Universitat Jaume I. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Documents/Trabajo%20de%20Grado%202/TFG_2018_Peris_Gandia_Alberto.pdf
- García, J. A. (2012). *Propuesta de dinamización turística de la comunidad Zapote de Picachos, Municipio de Tepic, Nayarit, a través de un proyecto etnoturístico*. Tepic: Universidad Autónoma de Nayarit. Obtenido de <https://www.eumed.net/libros-gratis/ciencia/2012/8/8.pdf>
- Gobierno de Canarias. (2020). *Gobierno de Canarias*. Obtenido de http://www.gobiernodecanarias.org/turismo/dir_gral_ordenacion_promocion/actividades_complementarias/index.html#:~:text=Las%20actividades%20tur%20C3%ADsticas%20encaminadas%20a,propia%20actividad%20tur%20C3%ADstica%20a%20de%20desarrollar.
- Gobierno Vasco. (2007-2009). Plan de dinamización turística del camino de santiago en la cuadrilla de salvatierra. *Plan de dinamización turística del camino de santiago en la cuadrilla de salvatierra*. Salvatierra, Álava, España.
- Gómez, G. (2017). *El desarrollo sostenible conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación*. Obtenido de https://issuu.com/termodinamica/docs/el_desarrollo_sostenible_conceptos
- Guzmán, J. P. (2016). *Creación y diseño de una marca turística en el cantón la libertad, para el año 2016*. La libertad: universidad estatal península de santa elena. Obtenido de <https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/3147/1/UPSE-TDT-2016-0016.pdf>
- Hamza. (2013). *Plan de dinamización turística del valle de Iguña y Anievas*. Cantabria: Universidad de Cantabria.
- Info Napo. (2018). *Info Napo*. Obtenido de http://info.napo.gob.ec/turismo_comunitario.html
- Lalangui, C. d. (2017). *Turismo sostenible, un aporte a la responsabilidad social empresarial: sus inicios, características y desarrollo*. Machala: Universidad Metropolitana del Ecuador, Universidad Técnica de Machala.
- Charcas, P. E. (2019). *“Programa de dinamización turística para el municipio de el alto, distrito 1 y 3”*. La Paz: UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS. Obtenido de <file:///C:/Users/USER/Documents/Trabajo%20de%20Grado%202/TUR-546.pdf>
- Cañas, R. A. (2014). *Recurso cultural, recurso turístico, producto turístico ¿qué creó realmente el plan piloto de dinamización del producto turístico de xàtiva (valencia)?* Valencia: Universitat de València. Obtenido de

file:///C:/Users/USER/Documents/Trabajo%20de%20Grado%202/186-824-1-PB.pdf

Ley 97 Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic.-2002. (2002). *Ley de Turismo*.

Márquez, A. R. (2011). *Planes de Dinamización y Excelencia Turística versus Municipios Turísticos: problemática, similitudes y diferencias esenciales*. Granada: Universidad de Granada.

Martínez, A. V. (2017). “*Plan de Dinamización Turística de Montanejos*”. Castellón de la Plana: Universitat Jaume. Obtenido de http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/168371/TFG_2017_Vaquer%20Martinez_Ana.pdf?isAllowed=y&sequence=1

Camacás, G. E. (2019). *Plan de dinamización para las actividades de turismo comunitario en la Parroquia San Rafael de la Laguna del cantón Otavalo*. Ibarra: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR. (2018). *Manual para la elaboración y actualización del inventario de recursos turísticos*. Lima: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Documents/Trabajo%20de%20Grado%202/Manual_para_la_Elaboaracion_y_actualizacion_del_inventario_de_recursos_turisticos.pdf

Ministerio de turismo . (2010). *Reglamento para los centros turisticos Acuerdo Ministerial 16 Registro Oficial 154 de 19-mar-2010*.

Ministerio de Turismo MINTUR. (2007). *PLANDETUR 2020*. Ministerio de Turismo.

OMT. (1998). *Introducción al Turismo*.

OMT. (2021). *World Tourism Organization*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos>

Organización Mundial de Turismo [OMT]. (2021). *World Tourism Organization*. Obtenido de <https://www.unwto.org/es/turismo-rural>

Padilla, O. d. (1992). “*El turismo Fenómeno Social*”.

Padurean, E. (2019). *Ian de dinamización turistica del municipio de L'ARC*. Obtenido de https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/186254/TFG_2019_Padurean_Emanuela.pdf?sequence=1&isAllowed=yB

Peralta, L. (2015). *Turismo y crecimiento económico: un análisis empírico del impacto del turismo receptivo en la economía peruana en el periodo 2004-2015*. Obtenido de <https://hdl.handle.net/20.500.12724/6054>

- Pere J. Brunet Estarellas, F. A. (2005). *De acuerdo con la interpretación que se viene haciendo en los últimos años de los*. Logroño: Fundación Dialnet. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Downloads/Dialnet-LosPlanesDeExcelenciaYDinamizacionTuristicaPEDTUnI-1161275.pdf
- Rauda, W. e (2017). *Entorno Turístico*. (E. Turístico, Editor) Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-planificacion-estrategica-del-turismo/>
- Real Academia Española. (2020). *Diccionario de la Lengua Española*. Obtenido de Diccionario de la Lengua Española: <https://dle.rae.es/dinamizar>
- Responsabilidad Social y Sustentabilidad. (2021). *Responsabilidad Social y Sustentabilidad*. Obtenido de Responsabilidad Social y Sustentabilidad: <https://www.responsabilidadsocial.net/sostenibilidad-que-es-definicion-concepto-tipos-y-ejemplos/>
- Riera, J. R. (2019). *Plan de Dinamización Turística para el Barrio San Marcos del Centro Histórico de Quito para Diversificar la Oferta con Enfoque Sostenible*. Quito: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Documents/Trabajo%20de%20Grado%20/UISRAEL-EC-MASTER-TURIS-378.242-2019-006.pdf
- Segovia, C. S. (2016). *Plan para la dinamización turística-cultural de los saberes ancestrales del patrimonio cultural inmaterial en el ámbito de artes del espectáculo para el centro histórico de riobamba, provincia de chimborazo*. Riobamba: Escuela Politécnica de Chimborazo. Obtenido de file:///C:/Users/USER/Documents/Trabajo%20de%20Grado%20/23T0574.pdf
- Socatelli, M. (2019). *La Planificación del Producto Turístico*. Obtenido de <https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS15/MGTSV15-07/semana3/LS3.3.pdf>
- Tabares, F. C. (2004). *Producto Turístico. Aplicación práctica de la estadística y del muestreo para su diseño*. Editorial Trillas.
- Toaquiza, L. L. (2013). *PLAN DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA EN LA COMUNIDAD DE*. Sigchos.
- Wilmer Rauda, M. S. (6 de Febrero de 2017). *Entorno Turístico*. (E. Turístico, Editor) Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/que-es-la-planificacion-estrategica-del-turismo/>

ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario Encuesta para turistas

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

Carrera Turismo

Instrumento para encuesta al visitante de la Comunidad la Magdalena

Objetivo: Identificar la percepción del turista actual de la comunidad en el sector turístico

La presente encuesta tiene como finalidad determinar las preferencias, necesidades y aspectos a mejorar de los turistas que hayan visitado o deseen visitar la Comunidad La Magdalena con el fin de obtener resultados claves para realizar el proyecto.

1. Rango de Edad

- Entre 16 y 20
- Entre 21 y 25
- Entre 26 y 30
- Entre 31 y 35
- Entre 36 y 40
- Entre 41 y 45
- Mayor de 45
- Otro

2. Género

- a) Masculino
- b) Femenino

3. ¿Conoces la Comunidad La Magdalena?

- a) Sí
- b) No
- c) Me gustaría conocer

4. ¿Qué tipos de turismo quisiera que se oferten en la comunidad? Seleccione uno o más de uno.

- a) Agroturismo (Actividades turísticas relacionadas con la explotación agropecuaria).
- b) Ecoturismo (Actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio ambiente).

- c) Turismo de Aventura (Tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción de riesgos al practicar deportes de aventura).
- d) Cicloturismo (Turismo en la que se emplea la bicicleta como medio de transporte).
- e) Turismo Gastronómico (Forma de turismo, donde el interés está puesto en la gastronomía y cultura culinaria).
- f) Etnoturismo (Viajes relacionados con los pueblos indígenas y su hábitat, con el fin de aprender de su cultura y tradiciones).

g) Otros

h) Todos los anteriores

5. ¿Cuáles son los tipos de actividades de turismo de aventura preferiría que se oferte en la comunidad? Seleccione uno o más de uno.

a) Senderismo

b) Cabalgata

c) Parapente

d) Escalada

e) Excursionismo

f) Ciclismo

g) Otros

h) Todos los anteriores

6. ¿Qué tipo de Transporte Turístico quisiera que sea ofertado, para su traslado hacia la comunidad y dentro de ella? Seleccione uno o más de uno

a) Autobuses: servicio turístico y de fletamiento para recorridos.

b) Cuadrones

c) Casas rodantes: en renta o particulares

d) Motocicletas: de renta y particulares.

e) Bicicletas: de renta y particulares

f) Otros

g) Todos los anteriores

7. ¿Qué tipos de Alojamientos Turísticos preferiría que oferte la comunidad? Seleccione uno o más de uno.

a) Casas Rurales de alojamiento

b) Hoteles Rústicos

c) Campings (Hospedaje en carpas de lujo)

- d) Glamping (Hospedaje en carpas de lujo)
 - e) Hoteles de Lujo
 - f) Ecolodge (Alojamiento ecológico)
 - g) Otros
 - h) Todos los anteriores
8. ¿Qué gastronomía le gustaría que se oferte en la comunidad? Seleccione uno o más de uno.
- a) Gastronomía típica de la comunidad
 - b) Gastronomía del Cantón Ibarra
 - c) Gastronomía de la región
 - d) Gastronomía Internacional
 - e) Comida rápida
 - f) Otra
 - g) Todas las anteriores
9. ¿Considera usted que existe el uso de señalética informativa o que hace falta su implementación?
- a) Si existe, es clara y concisa
 - b) Existe, pero no es clara
 - c) Existe mínimamente
 - d) No existe debería ser implementada.
10. ¿Considera usted que existe el uso de señalética orientadora o que hace falta la implementación de la misma?
- a) Si existe, es clara y concisa
 - b) Existe, pero no es clara
 - c) Existe mínimamente
 - d) No existe debería implementarse
11. ¿Considera usted que existe el uso de señalética orientativa (preventivas, restrictivas, prohibitivas) o que hace falta la implementación de la misma?
- a) Si existe, es clara y concisa
 - b) Existe, pero no es clara
 - c) Existe mínimamente
 - d) No existe y debería implementarse
12. ¿Usted considera que hace falta promoción y difusión de la Comunidad La Magdalena?

a) Sí

b) No

13. ¿Qué medios de promoción y difusión serían para usted los óptimos? Seleccione una o más de uno.

a) Redes sociales

b) Socialización en congresos y eventos

c) Radio

d) Televisión

e) Páginas Web

f) Vallas publicitarias

g) Trípticos o folletos publicitarios

h) Otros

i) Todos los anteriores

14. ¿Para usted es indispensable que la comunidad cuente con seguridad social y ciudadana?

a) Si

b) No

15. ¿Para usted es indispensable que dentro de la comunidad o en sus alrededores exista centros de salud, así como puntos de encuentro en donde existan botones SOS?

a) Si

b) No

Anexo 2 Cuestionario miembros de la comunidad con un negocio turístico

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS Y HOTELERAS

Carrera Turismo

Instrumento para encuesta a los miembros de la Comunidad la Magdalena que son propietarios o son parte de establecimientos turísticos dentro de la comunidad

Objetivo: Identificar las preferencias de los miembros de la comunidad para el desarrollo del sector turístico y su realidad actual según su conocimiento

La presente encuesta tiene como finalidad determinar las preferencias, necesidades y aspectos que consideren necesarios los habitantes de la Comunidad La Magdalena con el fin de obtener resultados claves para realizar el proyecto.

1. Rango de Edad

- Entre 16 y 20
- Entre 21 y 25
- Entre 26 y 30
- Entre 31 y 35
- Entre 36 y 40
- Entre 41 y 45
- Mayor de 45
- Otro

2. Genero

- a) Masculino
- b) Femenino

3. ¿Cree que la comunidad La Magdalena sea una fuente potencial de turismo?

- a) Si
- b) No
- c) No por el momento, pero podría llegar a serlo

4. ¿Estaría de acuerdo con que el turismo sea una de las principales fuentes de ingreso de la comunidad?

- a) Si
- b) No
- c) Depende el manejo del mismo

5. ¿Considera que el manejo del turismo en la comunidad sea el adecuado?

a) Si

b) No

6. ¿Cree que es necesario o estaría de acuerdo con la elaboración de un Plan de Dinamización Turística en la comunidad, para tener una correcta estructuración del turismo?

a) Si es necesario y si estoy de acuerdo

b) No es necesario y no estoy de acuerdo

c) Si es necesario, pero no estoy de acuerdo

d) No es necesario, pero si estoy de acuerdo

7. ¿Qué tipos de turismo considera que puedan ser la principal oferta de la comunidad? Seleccione uno o más de uno.

a) Agroturismo (Actividades turísticas relacionadas con la explotación agropecuaria).

b) Ecoturismo (Actividades turísticas en el cual se privilegia la preservación y la apreciación del medio ambiente).

c) Turismo de Aventura (Tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción de riesgos al practicar deportes de aventura).

d) Cicloturismo (Turismo en la que se emplea la bicicleta como medio de transporte).

e) Turismo Gastronómico (Forma de turismo, donde el interés está puesto en la gastronomía y cultura culinaria).

f) Enoturismo (Viajes relacionados con los pueblos indígenas y su hábitat, con el fin de aprender de su cultura y tradiciones).

g) Otros

h) Todos los anteriores

8. ¿Cuáles son los tipos de actividades de turismo de aventura que preferiría que oferte la comunidad? Seleccione uno o más de uno.

a) Senderismo

b) Cabalgata

c) Parapente

d) Escalada

e) Excursionismo

f) Ciclismo

g) Otros

h) Todos los anteriores

9. ¿Qué tipo de Transportes Turísticos son los óptimos, para el traslado del turista hacia la comunidad y dentro de ella? Seleccione uno o más de uno

- a) Autobuses: servicio turístico y de fletamiento para recorridos.
- b) Cuadrones
- c) Casas rodantes: en renta o particulares
- d) Motocicletas: de renta y particulares.
- e) Bicicletas: de renta y particulares
- f) Otros
- g) Todos los anteriores

10. ¿Qué tipos de Alojamientos Turísticos serían los óptimos para la oferta de la comunidad? Seleccione uno o más de uno.

- a) Casas Rurales de alojamiento
- b) Hoteles Rústicos
- c) Campings (Hospedaje en carpas de lujo)
- d) Glamping (Hospedaje en carpas de lujo)
- e) Hoteles de Lujo
- f) Ecolodge (Alojamiento ecológico)
- g) Otros
- h) Todos los anteriores

11. ¿Qué gastronomía serían las más aptas para que oferte la comunidad? Seleccione uno o más de uno.

- a) Gastronomía típica de la comunidad
- b) Gastronomía del Cantón Ibarra
- c) Gastronomía de la región
- d) Gastronomía Internacional
- e) Comida rápida
- f) Otra
- g) Todas las anteriores

12. ¿Considera usted que existe el uso de señalética informativa o que hace falta su implementación?

- a) Si existe, es clara y concisa
- b) Existe, pero no es clara

- c) Existe mínimamente
 - d) No existe debería ser implementada.
13. ¿Considera usted que existe el uso de señalética orientadora o que hace falta la implementación de la misma?
- a) Si existe, es clara y concisa
 - b) Existe, pero no es clara
 - c) Existe mínimamente
 - d) No existe debería implementarse
14. ¿Considera usted que existe el uso de señalética orientativa (preventivas, restrictivas, prohibitivas) o que hace falta la implementación de la misma?
- a) Si existe, es clara y concisa
 - b) Existe, pero no es clara
 - c) Existe mínimamente
 - d) No existe y debería implementarse
15. ¿Usted considera que existe promoción y difusión de la Comunidad La Magdalena?
- a) Sí
 - b) No
16. ¿Qué medios de promoción y difusión serian para usted los que necesita la Comunidad La Magdalena para dar a conocer su oferta turística, fiestas, costumbres y tradiciones? Seleccione una o más de uno.
- a) Redes sociales
 - b) Socialización en congresos y eventos
 - c) Radio
 - d) Televisión
 - e) Páginas Web
 - f) Vallas publicitarias
 - g) Trípticos o folletos publicitarios
 - h) Otros
 - i) Todos los anteriores
17. ¿Para usted es indispensable que la comunidad cuente con seguridad social y ciudadana?
- a) Si
 - b) No

18. ¿Para usted es indispensable que dentro de la comunidad o en sus alrededores exista centros de salud, así como puntos de encuentro en donde existan botones SOS?

- a) Si
- b) No

Anexo 3 Modelo Ficha de Observación

Ficha de observación directa	
Atractivos turísticos de la Comunidad La Magdalena	
Hacienda la Magdalena	
Ficha de Observación Nro.	
Investigador:	Daniel Alejandro Cifuentes Fuentes
Fecha:	
Ubicación:	Provincia: Cantón: Parroquia:
Nombre de la zona:	La Magdalena
Georreferenciación:	Latitud: Longitud:
Datos del Atractivo:	Nombre del atractivo Clasificación: Sector: Propietario/Administrador:
Fotografía:	Características del lugar:
Senderos con información turística:	
Existentes: <input type="text"/> Inexistentes: <input type="text"/>	
Facilidades:	
Señalética de la zona: <input type="text"/> Información de la zona: <input type="text"/>	
Bancas: <input type="text"/> Tachos de basura: <input type="text"/>	
Observaciones:	

Anexo 4 Cuestionario entrevista Responsable de promoción y desarrollo turístico del GAD Municipal Ibarra.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR
ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS
Carrera turismo

Instrumento para entrevista al responsable de promoción y desarrollo turístico del GAD Municipal Ibarra

Objetivo: Identificar aspectos relevantes del estado actual de las actividades turísticas comunitarias en la Comunidad La Magdalena y que funcione como herramienta para evaluar su gestión y establecer estrategias de recuperación.

La presente entrevista tiene como finalidad conocer su postura sobre el turismo en la Comunidad la Magdalena y a su vez obtener un aporte sobre el Plan de Dinamización Turística que se está desarrollando.

Entrevistado: Ing. Alba Terán

Fecha: 11/12/2021

1. ¿Usted considera que la comunidad la Magdalena está aprovechando al máximo su potencial turístico?
2. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta una comunidad para desarrollarse en el sector turístico?
3. ¿Es de vital importancia la cooperación público-privada para el desarrollo de la comunidad en el ámbito turístico?
4. ¿En qué forma podría aportar el GAD Ibarra, para la dinamización turística de la Comunidad La Magdalena?
5. ¿Cuál podría ser el elemento diferenciador que permita dinamizar la oferta turística de la comunidad?
6. ¿Cuáles son los aspectos más importantes que debe cumplir la comunidad para hacer al turismo una parte vital su economía?
7. ¿Con que debe contar la comunidad para lograr ser un destino turístico de calidad?

Anexo 5 Cuestionario entrevista presidenta GAD Parroquial Angochagua

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Carrera Turismo

Instrumento para entrevista a la presidenta de la presidenta del GAD Parroquial de Angochagua

- **Objetivo:** Identificar aspectos relevantes del estado actual de las actividades turísticas comunitarias en la Comunidad La Magdalena y que funcione como herramienta para evaluar su gestión y establecer estrategias de recuperación.

La presente entrevista tiene como finalidad conocer su postura sobre el turismo en la Comunidad la Magdalena y a su vez obtener un aporte sobre el Plan de Dinamización Turística que se está desarrollando.

Entrevistado: Ing. Rosa Colimba

Fecha: 14/12/2021

1. ¿Usted considera que la comunidad la Magdalena está aprovechando al máximo su potencial turístico?
2. ¿Cuáles son los principales problemas que enfrenta una comunidad para desarrollarse en el sector turístico?
3. ¿En qué forma podría aportar el GAD Parroquial Angochagua, para la dinamización turística de la Comunidad La Magdalena y que alianzas estratégicas se deben realizar para generar e impulsar el desarrollo turístico de la comunidad?
4. ¿Cuáles son los puntos fuertes que posee en la actualidad la comunidad en base al turismo?
5. ¿Qué características diferenciales posee la comunidad que podrían ayudar a su desarrollo turístico, económico y social?
6. ¿Considera que la comunidad tiene falencias en cuanto a la sostenibilidad ambiental? ¿Y a la vez que acciones debería tomar para tener un buen manejo del mismo?

Anexo 6 Cuestionario entrevista Técnica de turismo GAD Parroquial Angochagua

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Carrera Turismo

Instrumento para entrevista a la Técnica de turismo del GAD Parroquial Angochagua

Objetivo: Identificar aspectos relevantes del estado actual de las actividades turísticas comunitarias en la Comunidad La Magdalena y que funcione como herramienta para evaluar su gestión y establecer estrategias de recuperación.

La presente entrevista tiene como finalidad conocer su postura sobre el turismo en la Comunidad la Magdalena y a su vez obtener un aporte sobre el Plan de Dinamización Turística que se está desarrollando.

Entrevistado: Paola Machado

Fecha:15/12/2021

1. ¿Usted considera que hace falta una dinamización turística en la comunidad la Magdalena?
2. ¿Cuáles son los lugares más visitados en la comunidad la Magdalena?
3. ¿La comunidad cuenta con un inventario turístico, un catastro turístico o ambos?
4. ¿Cuentan con un registro de visitas a la comunidad?
5. ¿Cuál es el presupuesto que se maneja para el turismo y su desarrollo?
6. ¿Para la promoción y difusión del turismo que estrategias y herramientas son utilizadas, estas también se aplican a la Comunidad la Magdalena?
7. ¿Como convertir a la comunidad en un atractivo turístico que garantice la seguridad y el bienestar al turista?

Anexo 7 Cuestionario entrevista presidente de la Comunidad La Magdalena

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

Carrera Turismo

Instrumento para entrevista al presidente de la Comunidad la Magdalena

Objetivo: Identificar aspectos relevantes del estado actual de las actividades turísticas comunitarias en la Comunidad La Magdalena y que funcione como herramienta para evaluar su gestión y establecer estrategias de recuperación.

La presente entrevista tiene como finalidad conocer su postura sobre el turismo en la Comunidad la Magdalena y a su vez obtener un aporte sobre el Plan de Dinamización Turística que se está desarrollando.

Entrevistado: José Cartagena

Fecha:15/12/2021

1. ¿Cuál es la realidad actual de la comunidad en el sector turístico?
2. ¿Cuentan con un registro de visitas a la comunidad?
3. ¿Cuáles son los lugares más visitados en la comunidad la Magdalena?
4. ¿La comunidad mantiene una alianza estratégica para el desarrollo del turismo con una empresa pública o con una empresa, emprendimiento privado?
5. ¿En la comunidad se brinda capacitación y formación de guías nativos y si es que si se brinda cuantos guías nativos hay en la actualidad?
6. ¿La comunidad maneja un presupuesto para el turismo y su desarrollo?
7. ¿Para la promoción y difusión del turismo en la comunidad que estrategias y herramientas son utilizadas?
8. ¿Como convertir a la comunidad en un atractivo turístico que garantice la seguridad y el bienestar al turista?

Anexo 8 Cuestionario entrevista propietario Pondo Wasi Lodge

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

CARRERA TURISMO

Instrumento para entrevista al propietario de Pondo Wasi Lodge

Objetivo: Identificar aspectos relevantes del estado actual de las actividades turísticas comunitarias en la Comunidad La Magdalena y que funcione como herramienta para evaluar su gestión y establecer estrategias de recuperación.

La presente entrevista tiene como finalidad conocer su postura sobre el turismo en la Comunidad la Magdalena y a su vez obtener un aporte sobre el Plan de Dinamización Turística que se está desarrollando.

Entrevistado: Alexis Criollo

Fecha:15/12/2021

1. ¿Considera que en la actualidad exista un buen manejo del turismo en la comunidad?
2. ¿Cuáles son las alianzas estratégicas que se deberían generar para el desarrollo del turismo en la comunidad?
3. ¿En base a su experiencia cuales son las facilidades y dificultades para desarrollar un emprendimiento turístico en la comunidad?
4. ¿Ha recibido aportes de empresas públicas o privadas para el desarrollo de su emprendimiento turístico?
5. ¿En la actualidad mantiene una alianza estratégica con el GAD Parroquial o Cantonal para desarrollar proyectos?
6. ¿Cree usted que la comunidad en general cuenta con servicios básicos y facilidades turísticas (transporte, alimentación, pernoctación, entretenimiento, señalética, promoción, seguridad) para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad y la recomiende?

Anexo 9 Cuestionario entrevista docente Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE”

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATOLICA DELECUADOR SEDE IBARRA

ESCUELA DE GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

CARRERA TURISMO

Instrumento para entrevista a docente de la Universidad de las Fuerzas Armadas “ESPE”

Objetivo: Identificar aspectos relevantes del estado actual de las actividades turísticas comunitarias en la Comunidad La Magdalena y que funcione como herramienta para evaluar su gestión y establecer estrategias de recuperación.

La presente entrevista tiene como finalidad conocer su postura sobre el turismo en la Comunidad la Magdalena y a su vez obtener un aporte sobre el Plan de Dinamización Turística que se está desarrollando.

Entrevistado: Doc. Martha Rea

Fecha:15/12/2021

1. ¿Considera que en la actualidad exista un buen manejo del turismo en la comunidad?
2. ¿Cuáles son las alianzas estratégicas académicas que se deberían generar para el desarrollo del turismo en la comunidad?
3. ¿Desde su conocimiento cuales son las principales falencias de la comunidad?
4. ¿Cree que la comunidad necesita una dinamización turística? ¿Por qué si o porque no?
5. ¿Considera que para el correcto desarrollo de la Comunidad la Magdalena se necesita un Plan de dinamización turística?
6. ¿Cuáles son los aspectos que se debe contemplar en el plan de dinamización turística para la comunidad y por qué?

Anexo 10 Entrevista técnica de turismo GAD Parroquial Angochagua



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Anexo 11 Entrevista presidenta GAD Parroquial Angochagua



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Anexo 12 Entrevista propietario Pondo Wasi Lodge



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Anexo 13 Encuesta realizada a propietaria Casa de los Alisos



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Anexo 14 Entrevista Responsable de promoción y desarrollo turístico del GAD Municipal Ibarra



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Anexo 15 Encuesta realizado a propietario casa de los Cipreses



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Anexo 16 Hacienda La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Anexo 17 Casa del Arrayan



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Anexo 18 Casa Comunal de La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes

Anexo 19 Capilla de La Magdalena



Nota: Elaborado por Daniel Cifuentes