



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

SEDE IBARRA

ESCUELA DE GESTIÓN EN EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS

INFORME FINAL DEL PROYECTO

TEMA:

Plan de dinamización para las actividades de turismo comunitario en la Parroquia San Rafael de la Laguna del cantón Otavalo.

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE

Ingeniería en Administración Turística

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

04 Gestión sostenible y aprovechamiento de los recursos naturales.

AUTORAS:

Camacás Urresta Mashory Antonela

Flores Barahona Giselle Estefanía

ASESORA:

Mgs. Ortiz Cumbal Dennis Victoria

Ibarra, mayo 2019

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

Ibarra, 9 de mayo de 2019

Mgs. Ortiz Cumbal Dennis Victoria

ASESORA

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. Dennis Ortiz

C.C.: 172168671-3

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. Dennis Ortiz
Asesora

C.C.: 172168671-3

(f): 

Mgs. Álvaro Coronado
Lector 1

C.C.: 100291059-2

(f): 

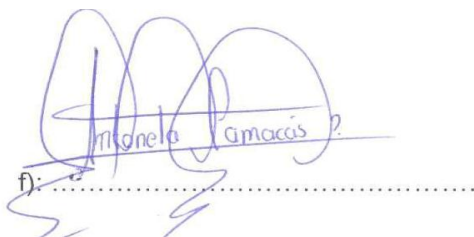
Mgs. Agustín Carrión
Lector 2

C.C.: 100098580-2

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS

Nosotras Camacás Urresta Mashory Antonela y Flores Barahona Giselle Estefanía, declaramos 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, 09 de mayo de 2019



f):

Camacás Urresta Mashory Antonela

C.C.: 040196070-3



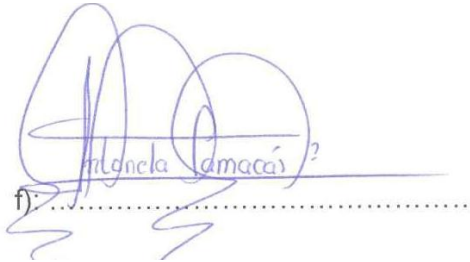
f):

Flores Barahona Giselle Estefanía

C.C.: 100392746-2

AUTORÍA

Nosotras, Mashory Antonela Camacás Urresta con C.I 040196070-3 y Flores Barahona Giselle Estefanía con C.I 100392746-2 declaramos que la presente investigación es de total responsabilidad de las autoras, y eximimos expresamente a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra de posibles reclamos o acciones legales.


f):

Camacás Urresta Mashory Antonela

C.C.: 040196070-3


f):

Flores Barahona Giselle Estefanía

C.C.: 100392746-2

DEDICATORIA

Dedicamos el presente trabajo de investigación a nuestros padres Lucía y Víctor, Irene y Oswaldo, por ser unos padres responsables que han estado pendientes de nuestras necesidades, por su paciencia, amor y apoyo incondicional, sin ustedes nada de esto hubiera sido posible.

A su vez, dedicamos este trabajo a Don Vicente Morales, quien con su predisposición a colaborar en lo que nos era necesario, fue de gran apoyo para la investigación realizada.

A nuestra asesora Mgs. Dennis Ortiz, quien nos ha impartido sus conocimientos y consejos para elaborar y concluir la presente investigación.

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por guiarnos e iluminar nuestro camino para cumplir una etapa más de nuestras vidas y empezar así nuestra vida profesional.

A nuestros padres por ser el pilar fundamental de nuestra enseñanza diaria, por enseñarnos valores y principios que nos han formado como personas de bien.

A nuestras abuelitas y tías por brindarnos a diario todo su apoyo y cariño a pesar de la distancia.

A nuestras hermanas Grace, Leidy y hermanos Kevin, Dani y Stalin por estar pendientes de nosotras, cuidarnos y brindarnos un consejo o palabras de aliento cuando ha sido necesario.

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

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR	ii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
AUTORÍA.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xii
ÍNDICE DE FIGURAS	xiv
ÍNDICE DE ANEXOS	xviii
1 RESUMEN Y PALABRAS CLAVE	xix
2 ABSTRACT	xx
3 INTRODUCCIÓN	xxi
3.1 OBJETIVOS	24
3.1.1 OBJETIVO GENERAL	24
3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	24
3.1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	24
4 ESTADO DEL ARTE	25
4.1 Plan de dinamización turística del municipio de Millares (Valencia)	26

4.2 Plan de dinamización turística del valle de Iguña y Anievas	27
4.3 Plan de dinamización del producto turístico del Alto Guadalquivir	28
4.4 Plan de dinamización turística en la comunidad de Malinguapamba	28
4.5 Los Planes de Dinamización en la puesta en valor de los recursos turístico	29
4.6 Plan de dinamización turística.....	30
4.6.1 Objetivos de un Plan de Dinamización.....	31
4.6.2 Desarrollo actual de las actividades turísticas comunitarias	32
4.7 Turismo	33
4.7.1 Turismo comunitario.....	34
4.7.2 Actividades Turísticas	35
4.7.3 Producto Turístico	36
4.8 Desarrollo sostenible.....	37
4.9 Parroquia San Rafael de la Laguna	38
4.9.1 Fiesta del Coraza San Rafael como principal Actividad de Turismo Comunitario	39
4.10 Turismo Sostenible como parte del Plan de Dinamización.	41
4.11 Actividades turísticas comunitarias	42
4.12 Marco Legal	43
4.12.1 Ley de Turismo	43
5 MATERIALES Y MÉTODOS	47

5.1 Métodos de Investigación.....	47
5.1.1 Método Cualitativo - Cuantitativo	47
5.1.2 Método Inductivo - Deductivo.....	47
5.1.3 Método Analítico – Sintético.....	47
5.2 Población y Muestra.....	48
5.2.1 Población	48
5.2.2 Muestra	48
5.3 Instrumentos de investigación.....	49
5.3.1 Guías de la Entrevista	49
5.3.2 Cuestionario	49
5.3.3 Guía de Observación	49
5.4 Delimitación Espacial	50
5.4.1 Diseño Metodológico.....	51
5.4.2 Procedimiento	52
5.5 Técnicas de Investigación	54
5.5.1 La entrevista.....	54
5.5.2 Encuesta	54
5.5.3 Observación	54
6 RESULTADOS Y DISCUSIÓN.....	61
6.1 Resultados	61

6.1.1 Contenido de las encuestas	61
6.1.2 Contenidos de las entrevistas	75
6.1.3 Respuestas de los entrevistados	78
6.1.4 Análisis de las entrevistas	99
6.2 Discusión.....	101
6.2.1 Diseño del Plan de dinamización para las actividades de turismo comunitario en la parroquia San Rafael de la Laguna del cantón Otavalo	101
6.2.1.1 Antecedentes	101
6.2.1.2 Análisis FODA de las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna	102
6.2.2 Estrategias del Plan de Dinamización	104
6.2.3 Desarrollo de Estrategias	104
6.2.3.1 Imagen Turística	105
6.2.3.2 Señalética	107
6.2.3.3 Publicidad.....	150
6.2.3.4 Cronograma de Feria de Emprendimientos Turísticos Comunitarios	153
7 CONCLUSIONES	158
8 RECOMENDACIONES	160
9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	162

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Diseño metodológico por cada fase de análisis de la investigación de la Parroquia San Rafael de la laguna.	51
Tabla 2. Técnicas e instrumentos por cada unidad de análisis de la investigación (Fase diagnóstico).....	55
Tabla 3. Ficha de Observación	57
Tabla 4. Emprendimientos Conocidos	62
Tabla 5. Emprendimientos Conocidos	62
Tabla 6. Emprendimientos Conocidos	63
Tabla 7. Emprendimientos Conocidos	63
Tabla 8. Emprendimientos Conocidos	63
Tabla 9. Emprendimientos Conocidos	64
Tabla 10. Emprendimientos Conocidos	64
Tabla 11. Emprendimientos Conocidos	64
Tabla 12. Emprendimientos Conocidos	65
Tabla 13. Actividades Turísticas Realizadas.....	66
Tabla 14. Oferta Turística	67
Tabla 15. Beneficiado	68
Tabla 16. Contribución para el desarrollo	69
Tabla 17. Problemáticas	70
Tabla 18. Medios de difusión	71

Tabla 19. Falta de estrategias.....	72
Tabla 20. Enfoque de estrategias	73
Tabla 21. Recomendación de la oferta turística	74
Tabla 22. Cuestionario	75
Tabla 23. Entrevistados.	77

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Ficha de Propuesta 1	106
Figura 2. Imagen turística	107
Figura 3. Ingreso norte a la Parroquia San Rafael de la Laguna	108
Figura 4. Ingreso sur a la Parroquia San Rafael de la Laguna	109
Figura 5. Ficha de Propuesta 2	109
Figura 6. Vallas identificativas parroquiales.	110
Figura 7 Propuesta de ubicación valla identificativa parroquial.....	111
Figura 8. Propuesta de ubicación valla informativa parroquial.	112
Figura 9. Ficha de propuesta 3	113
Figura 10. Valla informativa de atractivos y servicios Cabañas balcón del Lago.	114
Figura 11. Propuesta de ubicación valla informativa de servicios Cabañas Balcón del Lago.	115
Figura 12. Valla informativa de atractivos y servicios Muelle Flotante de Cachiviro.	116
Figura 13. Propuesta de ubicación valla informativa de atractivos y servicios Muelle de Cachiviro.	117
Figura 14. Valla informativa de atractivos y servicios: Totorá Wasi, El Paraíso Escondido del Coraza y El Duende del Arte.	118
Figura 15. Propuesta de ubicación valla informativa de atractivos y servicios: Totorá Wasi, El Paraíso Escondido del Coraza y El Duende del Arte.	119

Figura 16. Valla informativa de atractivos y servicios Urku Wasi.	120
Figura 17. Propuesta de ubicación valla informativa de atractivos y servicios Urku Wasi.	121
Figura 18. Propuesta de ubicación valla informativa de atractivos y servicios: Cochapungo, Cocha Wasi y Curi Cocha.	122
Figura 19. Propuesta de ubicación valla informativa de atractivos y servicios: Cochapungo, Cocha Wasi y Curi Cocha.	123
Figura 20. Ficha de Propuesta 4.	124
Figura 21. Señal turística de aproximación: Cabañas Balcón del Lago.	125
Figura 22. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Cabañas Balcón del Lago	126
Figura 23. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Cabañas Balcón del Lago	126
Figura 24. Señal turística de aproximación: Muelle de Cachiviro.	127
Figura 25. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Muelle de Cachiviro.	127
Figura 26. Señal turística de aproximación: Totorá Wasi.	128
Figura 27. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Totorá Wasi.	128
Figura 28. Señal turística de aproximación: El Paraíso Escondido del Coraza. ...	129
Figura 29. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: El Paraíso Escondido del Coraza.	129
Figura 30. Señal turística de aproximación: El Duende del Arte.	130

Figura 31. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: El Duende del Arte.....	130
Figura 32. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Urku Wasi.	131
Figura 33. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Urku Wasi.	131
Figura 34. Señal turística de aproximación: Cochapungo, Cocha Wasi y Curi Cocha.	132
Figura 35. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Cochapungo, Cocha Was y Curi Cocha.	132
Figura 36. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Cochapungo, Cocha Was y Curi Cocha.	133
Figura 37. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Cochapungo, Cocha Was y Curi Cocha.	133
Figura 38. Ficha de Propuesta 5.	134
Figura 39. Tótem publicitario Cabañas Balcón del Lago.	136
Figura 40. Propuesta de ubicación Tótem publicitario Cabañas Balcón del Lago.	137
Figura 41. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Muelle de Cachiviro.	138
Figura 42. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Totorá Wasi.	139
Figura 43. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: El Paraíso Escondido del Coraza.	140
Figura 44. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: El Duende del Arte.	141

Figura 45. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Urku Wasi.....	142
Figura 46. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Cochapungo.	143
Figura 47. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Cocha Wasi.	144
Figura 48. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Curi Cocha.....	145
Figura 49. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana norte.	146
Figura 50. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana norte.	147
Figura 51. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana norte.	147
Figura 52. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana sentido sur-norte.	148
Figura 53. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana sentido sur-norte.	148
Figura 54. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana sentido sur-norte.	149
Figura 55. Ficha de Propuesta 6.....	150
Figura 56. Folleto turístico.....	151
Figura 57. Folleto turístico.....	151
Figura 58. Folleto turístico.....	152
Figura 59. Ficha de propuesta 7	154

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Cuestionario de Entrevista para Emprendedores.....	166
Anexo 2 Cuestionario para pobladores.	169
Anexo 3 Ficha de Observación.	173
Anexo 4 Cabañas Balcón del Lago.	174
Anexo 5 Urku Wasi.....	174
Anexo 6 Cocha Wasi.....	175
Anexo 7 El Duende del Arte.	175
Anexo 8 El Paraíso Escondido del Coraza.....	176
Anexo 9 Curi Cocha	176
Anexo 10 Muelle de Cachiviro.....	177
Anexo 11 Totorá Wasi.....	177
Anexo 12 Encuestas realizadas a los pobladores.	178
Anexo 13 Encuestas realizadas a los pobladores.	178

1 RESUMEN Y PALABRAS CLAVE

Las actividades de turismo comunitario se asocian al crecimiento socioeconómico de una localidad determinada, estas son una alternativa para el desarrollo de los pueblos que a más de la predisposición humana también cuentan con recursos naturales y culturales que pueden ser utilizados de una manera sostenible para su progreso económico y social. Un claro ejemplo es la parroquia San Rafael de la Laguna, ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura. En los últimos años ciertos pobladores de comunidades como: Cachimuel, Cachiviro, Huaycopungo y Tocagón, se han dedicado a la industria del turismo, ofreciendo actividades de turismo comunitario para el público en general. El presente trabajo se fundamenta en la recopilación de información acerca de las actividades turísticas que se desarrollan en la parroquia San Rafael de la Laguna y cómo un plan de dinamización beneficiaría a los emprendedores turísticos de la parroquia y a la población en general. Para la presente investigación se utilizaron técnicas investigativas como entrevistas, encuestas 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 y la falta de señalética turística a nivel parroquial, mismos que afectan al desarrollo de los establecimientos turísticos. La aplicación de las estrategias planteadas en el presente plan de dinamización turística permitirá que la parroquia San Rafael de la Laguna logre alcanzar un desarrollo socioeconómico.

Palabras Clave

Turismo comunitario, emprendimientos, plan de dinamización turística, estrategias, parroquia San Rafael de la Laguna, desarrollo.

2 ABSTRACT

The activities of community tourism are associated with the socioeconomic growth of a given locality, these are an alternative for the development of the peoples that more than the human predisposition also have natural and cultural resources that can be used in a sustainable manner for their progress economic and social. A clear example is the San Rafael de la Laguna parish, located in Otavalo canton, Imbabura province. In recent years, certain inhabitants of communities such as Cachimuel, Cachiviro, Huaycopungo and Tocagón have dedicated themselves to the tourism industry, offering community tourism activities for the general public. The present work is based on the collection of information about the tourist activities that take place in the parish of San Rafael de la Laguna and how a dynamisation plan would benefit the touristic entrepreneurs of the parish and the population in general. For the present investigation, investigative techniques were used, such as interviews, surveys and observation sheets through which three main problems could be detected, such as the lack of support from authorities, scarce publicity and the lack of tourist signage at the parish level. they affect the development of tourist establishments. The application of the strategies proposed in the present plan of tourism dynamization will allow the parish of San Rafael de la Laguna to achieve a socioeconomic development.

Keywords

Community tourism, entrepreneurship, plan of tourism dynamization, strategies, San Rafael de la Laguna Parish, development.

3 INTRODUCCIÓN

Las actividades de turismo comunitario pueden ser muy variadas, se logran estructurar con la interacción natural del entorno en el que se transita, además de ser potencialmente generadoras de trabajo nativo, brindan al usuario experiencias únicas e incomparables mismas que por resultado lógico, no se podrán disfrutar en otros lugares de destino.

La parroquia San Rafael de la Laguna, ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, cuenta con actividades turísticas comunitarias, mismas que permiten brindar nuevas experiencias tanto a turistas nacionales como extranjeros, sin embargo, actualmente estas actividades no se manejan de una manera adecuada que permita su desarrollo a futuro, no cuentan con un plan de dinamización que sirva como guía donde se encuentren estrategias que al ser aplicadas se consiga impulsar y desarrollar en menor tiempo la actividad turística comunitaria en la parroquia.

Uno de los motivos que ha llevado a la parroquia San Rafael de Laguna a incursionar en la gran industria del turismo, y así desarrollar su economía, ha sido el escaso empleo que ha existido en la zona. Hay quienes se han dedicado a la actividad turística gracias a los recursos naturales y culturales con los que cuenta la parroquia, sin embargo, las personas que manejan los diferentes establecimientos turísticos no tienen una idea clara sobre el manejo de las actividades de turismo comunitario; otro de los inconvenientes, es la falta de gestión e iniciativa por parte de las autoridades cantonales y parroquiales, además, la parroquia no cuenta con un inventario de las actividades turísticas comunitarias, y por ende, existe poca afluencia de turistas. **Por lo que se ha planteado el problema de la siguiente manera.**

¿Cómo dinamizar las actividades turísticas de la Parroquia San Rafael de la Laguna perteneciente al Cantón Otavalo?

La investigación a realizarse aporta estrategias en la cual las personas involucradas en los emprendimientos de turismo comunitario podrán basarse para obtener un adecuado desempeño en la actividad turística, y de esta manera logren dinamizar su economía por medio de la generación de empleos locales gracias a la llegada de turistas nacionales y extranjeros.

El diseño de un plan de dinamización para las actividades de turismo comunitario en la parroquia San Rafael de la Laguna, es necesario y relevante para que las personas involucradas en las actividades de turismo comunitario de esta zona implementen estrategias que permitan mejorar y desarrollar el turismo en la parroquia.

Es fundamental que la parroquia cuente con un plan de dinamización de las actividades de turismo comunitario, ya que en esta localidad actualmente existe poca afluencia de turistas, es necesario que los propietarios de los emprendimientos turísticos adquieran conocimientos de ciertas estrategias, por las que ellos puedan optar para que mejoren sus ingresos de turistas.

Si la parroquia cuenta con un plan de dinamización para las actividades turísticas se conseguirá brindar productos y servicios de calidad que cumplan y superen las expectativas del turista, practiquen un turismo sostenible y de esta manera lograr que sus ingresos económicos mejoren y se desarrollen empleos locales, también ayudará a promover una cultura de turismo ecológico que se interese por el cuidado del medio ambiente.

El planteamiento de estrategias en el plan de dinamización de las actividades de turismo comunitario busca una adecuada promoción del turismo comunitario por parte de la parroquia San Rafael de la Laguna, y aumentar la afluencia de turistas en la zona. Por lo tanto, la aplicación de la presente investigación ayudará a las personas de la comunidad a trabajar conjuntamente con entidades públicas y privadas, donde se identifiquen sus necesidades y de esta manera desarrollar adecuadamente el turismo comunitario.

A su vez se conseguirá que se administre correctamente la actividad turística de la parroquia y se generen más empleos locales, mejorando así los ingresos económicos familiares de la zona. Por ende, la adecuada gestión brindará un turismo comunitario de calidad.

Es pertinente diseñar un plan de dinamización de las actividades turísticas en la parroquia de San Rafael de la Laguna, debido a que actualmente en este sector se está incursionando en el turismo comunitario, la zona posee emprendimientos que sin una adecuada gestión no conseguirán desarrollarse e irán desapareciendo con el tiempo. Es por esto que para la parroquia San Rafael de la Laguna es de gran relevancia contar con un plan de dinamización para que continúen con el desarrollo del turismo comunitario, manejen sus recursos, adquieran capacitaciones de turismo y pongan en práctica estrategias para ofrecer productos y servicios de calidad e impulsar la promoción turística para el incremento de la afluencia de turistas nacionales y extranjeros.

3.1 OBJETIVOS

3.1.1 OBJETIVO GENERAL

Diseñar un plan de dinamización de las actividades turísticas para fomentar el desarrollo socioeconómico de la parroquia San Rafael de la Laguna con el apoyo de todos los miembros de la parroquia.

3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Fundamentar teóricamente el plan de dinamización y las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna.
- Diagnosticar la situación actual de las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna mediante un inventario de actividades turísticas que se realizan en la parroquia, para identificar su estado actual.
- Establecer los lineamientos y estrategias que contendrá el plan de dinamización para las actividades turísticas con el fin de desarrollar el turismo en la parroquia San Rafael de la Laguna.

3.1.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuáles son las actividades turísticas comunitarias que tiene la parroquia?
- ¿Cómo está manejando la parroquia las actividades turísticas?
- ¿Cómo beneficiará un plan de dinamización turística a la parroquia?

4 ESTADO DEL ARTE

Para el estado del arte de la presente investigación se han tomado como referencias, importantes investigaciones actuales sobre planes de dinamización enfocados a sitios que poseen un potencial turístico como son atractivos, gastronomía, tradiciones y actividades turísticas, que gracias al estudio realizado se ha fortalecido el turismo, de igual manera se ha obtenido un desarrollo económico y local de una forma más organizada.

Es relevante destacar la investigación realizada por María Montoro Gavilán, con el tema, Plan de Dinamización del producto turístico del Alto Guadalquivir aplicados en una comunidad de Andalucía en España, donde resalta los pasos y metodología que se aplican a un plan, con el fin de mejorar o ampliar la oferta turística de la localidad, ofreciendo al turista productos de calidad y sostenibles con el medio ambiente. La autora también resalta que el manejo de dichas actividades se logra de una manera eficiente si se trabaja conjuntamente con entidades públicas, privadas y con los dirigentes de la localidad y no de manera individual.

Del mismo modo cabe mencionar al autor, El Yassir Hamza que en su trabajo de fin de master denominado Plan de dinamización turística del valle de Iguña y Anievas, hace gran énfasis en adaptar una buena gestión en cada uno de los recursos y productos potenciales del valle. El autor dentro de su plan considera que es importante dirigir el producto turístico al turista nacional, llegando a él con un Marketing estratégico.

La investigación también se basa en autores como Sandra Barberá desarrollada en el año 2013 y al autor ecuatoriano Luis Lautaro Sacaroto Toaquiza desarrollado en el año 2013, quienes coinciden con su criterio y llegan a la misma conclusión, donde

demuestran que es importante enfocarse en tres programas definidos como son turismo sostenible, ambiental-cultural y marketing turístico, donde cada programa debe poseer proyectos bien focalizados y delineados.

4.1 Plan de dinamización turística del municipio de Millares (Valencia)

La aplicación de un plan de dinamización en comunidades que han adoptado al turismo como parte fundamental de su desarrollo económico es de gran relevancia. Es evidente que se debe potenciar las actividades de una manera sostenible donde se conserven los recursos que no han sido desarrollados al máximo en los lugares turísticos, con la finalidad de asegurar las generaciones futuras así como también dar a conocer y promocionar los recursos que posee. Un ejemplo de ello es el municipio de Millares que al cabo de dos años ha conseguido atraer a turistas y visitantes a su localidad.

Barberá (2013) da una muestra de como gestionar dichas actividades:

Una buena técnica de gestión, sería utilizar y desarrollar el Patrimonio del municipio, ya que reflejaría lo que la gestión desea conservar y las experiencias que realmente el visitante va a experimentar, conservando el lugar y garantizando el respeto y la tranquilidad, favoreciendo el empleo y generando oportunidades locales de trabajo. (p.31).

De acuerdo con el autor una buena gestión de los recursos certifica la conservación de los mismos y también el desarrollo de sus actividades, generando en el turista nuevas experiencias y a su vez crea una conciencia de conservación.

La gestión de los atractivos turísticos dentro de un plan de dinamización refleja sostenibilidad, es decir, mediante una buena planificación será capaz de desarrollarse de una manera efectiva, coherente y ordenada.

4.2 Plan de dinamización turística del valle de Iguña y Anievas

Los planes de dinamización turística se han convertido en una herramienta fundamental para el manejo y desarrollo óptimo de las actividades turísticas y a su vez lograr que estas perduren con el pasar del tiempo, un claro ejemplo de esto es el caso de los valles Iguña y Anievas.

El plan de dinamización desarrollado para Iguña y Anievas, se ha enfocado básicamente en determinar cuáles han sido las causas y problemas de la poca afluencia de turistas en estos sitios, a pesar de que cuentan con atractivos y servicios turísticos, es por ello, que han optado por establecer medidas que aporten a la oferta y comercialización de los mismos, impulsando así la reactivación de su economía mediante una propuesta de calidad e innovación turística. De igual manera, se ha buscado incrementar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros, generando un desarrollo económico y social para los miembros de las localidades. (Hamza, 2013, p.5).

De acuerdo a la investigación realizada por Hamza, se puede manifestar que una localidad que está incursionando en el turismo comunitario, requiere un plan de dinamización turística que contribuya a determinar los posibles problemas a los que se están enfrentando y determinar estrategias y acciones que permitan contrarrestar las falencias encontradas.

4.3 Plan de dinamización del producto turístico del Alto Guadalquivir

Otro caso dentro de los de planes de dinamización turística es el de Guadalquivir, donde Montoro (2013) nos menciona lo siguiente en cuanto al proceso previo a la realización de su investigación:

Debemos pensar que mientras más grande sea el territorio en el cual queremos implantar dicho proyecto más dificultades y obstáculos nos encontraremos a la hora de llevarlo a cabo con eficacia, debido, por ejemplo, a problemas de coordinación administrativa, pues no es lo mismo poner de acuerdo a un municipio que a varios, que además pueden no ser del mismo signo político. (p.7).

Lo mencionado anteriormente nos manifiesta que es relevante delimitar los sectores o localidades a los que va dirigida la investigación, puesto que, de esto dependerá el trabajo a realizarse y la efectividad de las estrategias planteadas en los mismos. De igual manera, se debe gestionar adecuadamente el trabajo entre los diferentes cabildos comunitarios, entidades públicas y privadas para que de esa manera se logre un desarrollo igualitario para toda la localidad.

4.4 Plan de dinamización turística en la comunidad de Malinguapamba

Existen sectores que cuentan tanto con recursos naturales, patrimoniales y culturales, donde se pueden realizar actividades turísticas con un gran potencial a desarrollarse con el paso del tiempo. Es así el caso de Malinguapamba, una comunidad donde se desarrolló un plan de dinamización turística gracias a todos los recursos con los que cuenta. Sacatoro (2013) nos manifiesta lo siguiente:

El aprovechamiento sostenible de los elementos de la naturaleza y la cultura permitirá el origen de un producto denominado actividades turísticas en cada uno de los atractivos identificados, aquello cederá a la población local alcanzar el progreso y el bienestar sociocultural, la conservación de la madre naturaleza que genera prosperidad a la comunidad. Conjugando todos los componentes positivos y negativos se hace latente y muy necesaria la elaboración del programa de investigación, preservación, valorización y la gestión sostenible del patrimonio natural y cultural comunitario. (p.123).

Antes de realizar un plan de dinamización turística se debe tomar en cuenta cuáles son los recursos o emprendimientos turísticos que el sector posee y sobre todo si la comunidad en general está dispuesta a colaborar mutuamente para su desarrollo; una vez que se adquiera conocimientos sobre esto, se puede trabajar en conjunto para lograr una planificación adecuada, una óptima organización y proceder a la elaboración y ejecución de programas y proyectos.

4.5 Los Planes de Dinamización en la puesta en valor de los recursos turísticos

Como parte fundamental de un plan de dinamización, se tiene la puesta en valor de los recursos turísticos, la cual es parte esencial del desarrollo turístico y más aún cuando se trata de destinos emergentes o aquellos que apenas están incursionando en la actividad turística, al hablar de puesta en valor, se refiere a calidad, competitividad y al valor agregado que se da a un producto o servicio para generar confiabilidad tanto para turistas como también a las personas encargadas de brindar los productos o servicios.

La creación y diversificación de productos y servicios turísticos bien definidos atribuyen a un buen manejo de recursos, trabajando conjuntamente con empresas públicas y privadas se puede llegar a tener un mayor ingreso de turistas, y por ende, mayores beneficios económicos, con el propósito de que toda la comunidad se vea beneficiada.

Valcárcel (2017) refiere que la puesta en valor de los recursos turísticos se enfoca en:

El acondicionamiento turístico de un espacio, requiere la instalación de un conjunto de facilidades capaces de generar y mantener la demanda turística, la suma del equipamiento e infraestructura turística necesarios para asegurar la accesibilidad, la atractividad y la disponibilidad de un sitio en el mercado turístico. (p.13).

Concordando con la autora los productos turísticos requieren de una puesta en valor para que de esta manera se pueda atraer de manera efectiva a los turistas, y así brindar servicio de calidad, potenciando de manera correcta los atractivos que posee cada una de las comunidades.

4.6 Plan de dinamización turística

Cuando se habla de dinamizar se refiere a activar, agilizar o fortalecer de manera exponencial un sector o actividad específica. Mediante la dinamización se busca que toda una localidad o grupo de personas se vean beneficiados de tal manera que se logre desarrollar su economía local y esto se vaya replicando en los diferentes sectores aledaños.

Una zona que se encuentra en proceso de incursión o desarrollo del turismo, necesita una guía documentada que contenga acciones que al ponerlas en práctica les permita potenciar el desarrollo de las actividades turísticas.

Según Ramos (2012):

El programa de Planes de Dinamización Turística está dirigido a destinos que se encuentran aún en fase de desarrollo turístico, destinos emergentes con importante patrimonio histórico-artístico y/o natural, cuyo objetivo es acelerar el crecimiento, la activación económica, la potenciación de estos destinos y el asentamiento de su sostenibilidad. (p. 1).

Un plan de dinamización turística es un punto clave para el potenciamiento de las actividades turísticas cuando una localidad busca un breve desarrollo del turismo, puesto que, este plan aporta con actuaciones que se pueden realizar en conjunto entre entidades públicas, privadas y comunitarias que permitan el progreso turístico de manera sostenible y el fortalecimiento de la economía local.

4.6.1 Objetivos de un Plan de Dinamización

Los objetivos de un plan de dinamización pueden variar de acuerdo a las necesidades que requiere el sector, estos objetivos son planteados por cada investigador que identifique de manera asertiva el problema que desea resolver, garantizando la puesta en marcha de los mismos.

Se ha tomado como ejemplo a la investigación realizada por Ramos (2012) quien nos da a conocer los objetivos que se ha planteado en su plan de dinamización:

- Planificación de actuaciones y gestión integrada.
- Preservación de recursos naturales, patrimoniales y sociales.
- Mejora de la calidad de los núcleos urbanos.
- Desarrollo de nuevos productos y servicios turísticos.
- Fortalecimiento del tejido empresarial.
- Implicación de la población y de los agentes turísticos en el proyecto de dinamización.
- Coordinación de actuaciones y realización conjunta de proyectos por todas las partes, a fin de obtener el máximo rendimiento de los recursos empleados. (p. 54).

Estos objetivos permiten que el investigador posea guías y lineamientos en los cuales enfocarse para planificar de manera coherente las actividades y estrategias que se pueden aplicar a un determinado sector efectuando de manera correcta cada objetivo planteado.

Con cada uno de los objetivos que se presenten, se pretende obtener un resultado real y positivo, para así proseguir a la puesta en marcha de actividades llevadas a cabo en un plan de dinamización.

4.6.2 Desarrollo actual de las actividades turísticas comunitarias

Ecuador es un país rico en recursos naturales, culturales, patrimoniales y gastronómicos que a lo largo del tiempo se han ido desarrollado, hoy en día las

comunidades se han ido involucrando en el sector turístico, buscando brindar a los visitantes nuevas experiencias acorde a su cosmovisión y que a su vez les genere beneficios económicos para la comunidad. Es así que Vargas et al. (2018) manifiestan lo siguiente:

La tendencia de la demanda turística por las diferentes modalidades es incremental, desde la perspectiva del: agroturismo, turismo de aventura, ecoturismo, turismo vivencial; los más solicitados, especialmente si son gestionadas por las comunidades locales que transmiten su sabiduría ancestral en cada paso de las actividades de prestación de los servicios turísticos; sin embargo, son pocos los trabajos relacionados con el impacto del turismo en los aspectos: ambiental, sociocultural y económico, tampoco existe un seguimiento de la sostenibilidad de los emprendimientos en recursos naturales, culturales, infraestructuras y niveles de participación comunitaria. (p.86).

Es así que a pesar de que las comunidades se han organizado para realizar emprendimientos y actividades turísticas, no se evidencian grandes resultados a largo plazo, debido a que no se brinda una evaluación continua de las mismas, ocasionando que muchos emprendimientos se pierdan con el pasar del tiempo.

4.7 Turismo

Existen varias definiciones que van cambiando de acuerdo al tiempo, actualmente el turismo tiene como principal objetivo brindar experiencias trabajando conjuntamente con la comunidad. La (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2013) define así al turismo:

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y por otros motivos turísticos, siempre y cuando no sea desarrollar una actividad remunerada en el lugar visitado. (p.1).

Las instituciones que regulan como tal a la actividad turística valoran los términos con el fin de que los turistas y operarios comprendan de manera correcta al turismo no solo como una actividad de ocio o recreación sino también como una nueva forma de ver la vida, de palpar tradiciones y costumbres que enriquezcan nuestro conocimiento.

4.7.1 Turismo comunitario

El turismo comunitario es una fuente considerable de ingresos económicos para una zona determinada, pero más allá de esto, ayuda a los pueblos y nacionalidades a mantener su cultura, a practicar la interculturalidad y generar un espacio donde existan actividades productivas en las cuales todos los miembros de la comunidad participen activamente y logren desarrollarse. Es así que en el PLANDETUR 2020 elaborado por el (Ministerio de Turismo del Ecuador [MINTUR], 2013) menciona lo siguiente:

Dentro del sector turístico comunitario, se debe mencionar que los emprendimientos económicos comunitarios realizados por las comunidades y organizaciones comunitarias de las nacionalidades y pueblos del Ecuador, promueven la operación turística bajo la óptica de vivir una experiencia económica social comunitaria, generando alternativas económicas solidarias y productivas. (p.291).

El turismo comunitario se ha convertido en una gran oportunidad de desarrollo para las diferentes localidades, gracias a eso pueden desarrollarse en conjunto, manteniendo sus costumbres y tradiciones con el pasar de los años, y a su vez, protegiendo los recursos naturales que poseen.

De acuerdo a las investigaciones de Ruiz, Hernández, Coca, Cantero y Del Campo (2008):

Por definición el turismo comunitario en Ecuador complementa, no subsume, el funcionamiento económico de la comunidad, la diversidad económica es una salvaguarda para las comunidades. Su funcionamiento no se basa en el empleo por cuenta ajena, y en mayor o menor grado, según los casos, debe generar directa o indirectamente beneficios tangibles para el conjunto de la comunidad: aportaciones para los fondos comunitarios. (p. 404).

Se puede manifestar que el turismo comunitario busca un desarrollo próspero de todos los miembros de la comunidad que incursiona en la actividad turística, que todos se vean beneficiados y no solo cierto grupo. También esto ayuda a conservar las costumbres y tradiciones que caracterizan a determinada comunidad, manteniendo su cosmovisión y patrimonio tangible e intangible.

4.7.2 Actividades Turísticas

Las actividades turísticas se convierten en uno de los puntos clave para que los turistas se sientan motivados a visitar una localidad “estas actividades están orientadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre, de ocio y

vacacional con una serie de tareas en las que éste sea agente activo o pasivo de dicha actividad” (Cabello, 2013, p.12). Los turistas siempre piensan en qué es lo que harán cuando lleguen a su destino, es por esto que las actividades turísticas son parte fundamental de la oferta turística.

De acuerdo a la (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2013) se determina lo siguiente:

Las actividades características del turismo son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo. Los productos característicos del turismo son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto/demanda).

El gasto turístico en el producto debería representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reducirá considerablemente si no hubiera visitantes. (p.19).

4.7.3 Producto Turístico

El turismo además de ser una parte relevante del producto interno bruto de un país es la industria que brinda experiencias y vivencias, donde intervienen puntos fundamentales que hacen de la estadía algo totalmente acogedor en cualquier lugar donde se encuentre, es así que se define de esta manera al producto turístico “es

un conjunto de componentes tangibles e intangibles que relaciona sistémicamente los recursos turísticos (impulsan al desplazamiento), la infraestructura (facilitan la satisfacción de las necesidades de la aproximación física a los recursos turísticos) y los servicios (satisfacen necesidades de subsistencia)” (Pérez, Vázquez, y Álvarez, 2007, p.18).

Concordando con los autores, el producto turístico se compone de recursos turísticos tangibles como monumentos, parques, lagunas, montañas entre otros y recursos turísticos intangibles como fiestas, tradiciones y formas de vida de una localidad que aprovechados de una buena manera impulsaran a todo un país.

4.8 Desarrollo sostenible

Manteniendo la idea de Gómez, el desarrollo sostenible requiere gran modificación del pensamiento y accionar humano al momento de buscar la manera de generar dinero. Cuando se tiene una idea de negocio se debe utilizar adecuadamente la tecnología, tratando de disminuir el consumo material y energético, la emisión de residuos que sean nocivos para el medio ambiente, además, las condiciones de trabajo con tendencia a generar riesgos para la salud humana y daños irreparables en los recursos naturales.

Según Gómez (2012):

Alcanzar un desarrollo sostenible implica valorar de modo conjunto las implicaciones económicas y ambientales de aquellas decisiones que determinan el desarrollo. No debe primar exclusivamente el aspecto económico, toda nueva inversión debe contemplar una evaluación de sus

impactos ambientales, a corto, mediano y largo plazo y ello debe ser incorporado en las evaluaciones de créditos de los bancos e instituciones financieras. Las estrategias de desarrollo deben integrar ambos aspectos. (p.112).

4.9 Parroquia San Rafael de la Laguna

La parroquia San Rafael de la Laguna pertenece al grupo de las parroquias rurales del cantón Otavalo, tiene una ubicación privilegiada, puesto que, está rodeada por montañas y volcanes como el Imbabura, Cusín y Mojanda. Se encuentra a 10 minutos en vehículo desde la ciudad de Otavalo y a 35 minutos desde la ciudad de Ibarra. La parroquia San Rafael de la Laguna cuenta con nueve comunidades como son: Tocagón, Capillapamba, Huaycopungo, Cachiviro, Cuatro Esquinas, Cachimuel, Mushuk Ñan, San Miguel Alto y San Miguel Bajo, así como el centro urbano de la parroquia que está habitado en su mayoría por una población mestiza (Cevallos, 2011, p. 9).

Estas comunidades se encuentran muy arraigadas entre sí, son organizadas y se apoyan mutuamente. Esto es evidente cuando llegan las fiestas de la parroquia y todas las comunidades se hacen partícipes con sus carros alegóricos, orden y respeto entre quienes participan de las fiestas.

En sus inicios la parroquia San Rafael de la Laguna se dedicaba principalmente al comercio y a la agricultura, cultivando en especial productos como maíz y cereales en general, sin embargo, de acuerdo al Plan de Ordenamiento Territorial elaborado por Cevallos (2011) esto ha ido cambiando y en la actualidad los habitantes de la parroquia han buscado su sustento económico en actividades como:

El trabajo desarrollado en las empresas florícolas de Tabacundo y Cayambe que concentra aproximadamente al 28% de la población, seguido de la actividad agropecuaria que representa un 21%, la albañilería el 18%, el comercio el 13%, se realizan otras actividades como la artesanía, panadería y el turismo. (p. 71).

De acuerdo a los porcentajes planteados, la mayoría de la población activa se ha dedicado a trabajar en el sector florícola, continuando con las personas que ven en el sector agrícola una oportunidad para generar economía como lo ha sido desde la antigüedad siendo así sus principales cultivos la frutilla, el tomate de árbol y la totora, luego está el sector de la albañilería, el comercio y en menores porcentajes el sector artesanal, turístico y la panadería.

4.9.1 Fiesta del Coraza San Rafael como principal Actividad de Turismo Comunitario

La fiesta del Coraza denota alegría, orgullo y respeto tanto para los miembros de las comunidades como para quienes visitan la parroquia en sus fiestas y se hacen partícipes de esta gran celebración como es la Fiesta del Coraza. De acuerdo a la noticia publicada por Diario El Norte (2016):

El Coraza se caracteriza por una indumentaria barroca, cuyo elemento principal es un sombrero de paño en forma de medialuna, forrado de oropel, con un penacho de plumas de pavo real y los ruedos inferiores cubiertos íntegramente de joyas (collares, pulseras, aretes, medallas, llaveros) que caen sobre el rostro del disfrazado a manera de velo. La vestimenta de este

personaje, que se remonta a la era preincásica, es lo más llamativo. (párr. 9).

Quienes han podido presenciar el pase imponente del Coraza, sienten la fuerza que transmite este grandioso acto por parte de todos quienes acompañan a este personaje, el orgullo de pertenecer a la parroquia San Rafael es notable en sus habitantes y eso lo comparten con turistas nacionales y extranjeros que acuden a presenciar las costumbres y tradiciones de la localidad.

Además de esta fiesta tradicional del Coraza, la parroquia también tiene la celebración de los Pendoneros, así también, cuenta con atractivos como el Lago San Pablo, el muelle de Cachiviro, a sus alrededores se encuentra el volcán Imbabura, Mojanda y Cusín. Existen lugares dedicados al cultivo de totora, con la cual se elaboran las artesanías que pueden ser admiradas y adquiridas por quienes viven en la parroquia.

La parroquia San Rafael de la Laguna se encuentra incursionando en la actividad turística debido a que todas las comunidades que pertenecen a esta parroquia tienen algo que ofrecer a los turistas que decidan visitarlos, sin embargo, las comunidades que se encuentran más estables en temas de turismo son: Cachiviro, Huaycopungo, Tocagón y Cachimuel, las demás ya se encuentran desarrollando planes de turismo comunitario o a su vez optando por emprendimientos como centros artesanales o capacitándose para elaborar diferentes productos como jabones, shampoo y cremas a base de sus cultivos como la frutilla, chochos y maíz.

En las fiestas de la parroquia celebradas desde el viernes 1 al domingo 10 de junio del presente año, se buscó resaltar sus mayores atractivos turísticos como es la

Fiesta del Coraza, los Pendoneros, los Coches de Madera, las Balsas de Totorá y la travesía al Lago San Pablo utilizando las mismas; y de esta manera lograr atraer más turistas y que se sientan interesados por aprender más de las costumbres y tradiciones de quienes habitan la Parroquia San Rafael de la Laguna.

4.10 Turismo Sostenible como parte del Plan de Dinamización.

En los últimos años se ha dado más importancia a la responsabilidad que tanto las personas como las empresas deben tener con el manejo responsable de los recursos naturales, de tal manera que estos perduren con el pasar de los años.

Es así que en la investigación realizada por Lalangui, Espinoza, y Pérez (2017) se plantea el siguiente concepto:

El turismo sostenible consolida sus bases en hallar el equilibrio entre la actividad económica realizada por las empresas del sector turístico y el medio ambiente con su biodiversidad, de tal manera, que estos últimos se mantengan intactos en su estado natural y no se vean expuestos a los efectos negativos que puede traer el turismo sino es manejado de una manera adecuada. (p.150).

De acuerdo a esto se puede manifestar que la única manera de mantener una armonía y alcanzar un desarrollo sostenible es que las comunidades trabajen en conjunto para cuidar al máximo sus recursos naturales, de tal manera que logren un beneficio económico pero que a la vez logren preservar los mismos para las futuras generaciones.

4.11 Actividades turísticas comunitarias

El turismo comunitario forma parte de un desarrollo local es así que involucra no solo a recursos y tradiciones sino también se refiere a la unión de todas las personas de la comunidad para dar beneficio y protección al lugar donde residen.

Las actividades de turismo comunitario se constituyen como una de las alternativas de desarrollo económico y social de una localidad como se especifica a continuación “se trata de emprendimientos productivos que tienen una participación activa de las comunidades en la gestión y los beneficios se distribuyen esencialmente en su contexto local” (Palomino, Gasca, y López, 2016, p. 6).

De acuerdo a lo manifestado, las localidades que cuentan con recursos para desarrollar actividades turísticas comunitarias ven en estas actividades un eje fundamental para su desarrollo por lo que es de gran importancia que se conozca sobre el manejo adecuado de todas las actividades que engloban a este sector.

4.12 Marco Legal

4.12.1 Ley de Turismo

Concordando con la LEY DE TURISMO Registro Oficial Suplemento N. 733, 27 de diciembre 2014:

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones;
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe toda discriminación a los extranjeros o a cualesquiera otros grupos humanos en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 55.- Las actividades turísticas descritas en esta Ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas

personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido.

Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad. (p.2, 5, 6 y 8).

REGLAMENTO GENERAL DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS Decreto Ejecutivo 3400 Registro Oficial N. 726, 17 de diciembre 2011:

Art. 167.- Requisitos para la operación de comunidades legalmente reconocidas.

- Las comunidades locales organizadas y capacitadas podrán prestar servicios de ecoturismo, previo cumplimiento de los siguientes requisitos:

1. Petición realizada por los interesados de manera directa, indicando que tipo de actividad desean efectuar.

2. Acta certificada de la Asamblea General Comunitaria en el cuál se nombra al responsable o responsables para el ejercicio de la actividad de ecoturismo.

3. Obtención de registro y licencia anual de funcionamiento en el Ministerio de Turismo.

4. Obtención del permiso o autorización del Ministerio del Ambiente cuando la actividad se vaya a realizar dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (p.34).

REGLAMENTO PARA LOS CENTROS TURÍSTICOS COMUNITARIOS Acuerdo Ministerial 16 Registro Oficial N. 154, 19 de marzo 2010:

Art. 3.- **Ámbito de aplicación.** - El presente reglamento rige para todas las comunidades que ejerzan o estén interesadas en ejercer actividades turísticas, previstas en el presente reglamento

Art. 7.- **Prestación directa.** - Las actividades turísticas se realizarán de manera directa por la comunidad; por lo tanto, las comunidades legalmente registradas podrán comercializar los servicios turísticos autorizados en este reglamento, en la zona de su jurisdicción.

Art. 15.- **Oferta Turística.** - Las actividades turísticas comunitarias realizadas por las comunidades registradas, deberán promover y contener particularmente en su oferta turística, los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural y la seguridad de las comunidades.

Art. 17.- **Sostenibilidad ambiental.** - La actividad turística comunitaria tendrá como base el respeto y preservación de los recursos naturales y culturales existentes en su territorio. En consecuencia, las comunidades crearán su propio reglamento de uso y manejo del territorio. (p.25).

LEY DE PATRIMONIO CULTURAL Decreto 1008 Registro Oficial N. 266, 19 de junio 1979:

Art 31. En la medida en que la permanencia y continuidad de algunos grupos étnicos de cultura indígena en el Ecuador, representen un testimonio viviente de la pluralidad de las culturas vernáculas, el Instituto de Patrimonio Cultural, por sí mismo a través de otro organismos, adoptaran las medidas conducentes a la conservación de sus costumbres, lenguaje, manifestaciones culturales, artesanales, técnicas, artísticas, musicales, religiosas, rituales o comunitarias que los mismo indígenas hayan reconocidos como recurrentes y válidas para identificación y expresión cultural.

Esta conservación no debe ir en desmedro de la propia evolución cultural, mejoramiento e integración social y económica de los indígenas.

Art. 182.- Campañas promocionales. - El Ministerio de Turismo tendrá a su cargo la realización de campañas promocionales nacionales e internacionales, tendientes a alcanzar la creación de la verdadera imagen turística del Ecuador a nivel nacional e internacional, a fomentar el turismo receptivo, el turismo interno y el turismo social, a diversificar la oferta y propender a la integración nacional. La realización de estas campañas de promoción deberá estar basada en lo dispuesto en la Ley Especial de Desarrollo Turístico y en las políticas y lineamientos que el Ministerio de Turismo establezca periódicamente. Estas campañas a nivel internacional, y nacional se las ejecutará en los principales mercados emisores del mundo y mercados nacionales, sin lesionar la dignidad nacional ni alterar o falsear los hechos históricos o las manifestaciones de la cultura e idiosincrasia nacionales e informar con veracidad sobre los recursos y servicios turísticos que se ofrezcan. El Ministerio de Turismo dictará normas generales, para la planificación y la orientación de las actividades de promoción turística. (p.220).

5 MATERIALES Y MÉTODOS

5.1 Métodos de Investigación

En el presente trabajo investigativo, se procederá a aplicar métodos que permitirán direccionar la investigación hacia un camino adecuado con los cuales se pueda obtener los resultados esperados.

5.1.1 Método Cualí - Cuantitativo

Para el desarrollo del trabajo de investigación, se utilizará el método cualí - cuantitativo, mismo que servirá para obtener características de las actividades turísticas que se realizan en cada una de las comunidades que integran la parroquia San Rafael de la Laguna, puesto que, se necesita conocer cuál es el estado actual de estas actividades y cuál ha sido su desarrollo desde sus inicios. También se hará uso de encuestas para determinar qué porcentaje de la población económicamente activa hace uso o conoce los emprendimientos turísticos de su parroquia.

5.1.2 Método Inductivo - Deductivo

Con la aplicación de éstos métodos en interacción, se podrá realizar el respectivo diagnóstico de la situación actual de la parroquia San Rafael de la Laguna, posteriormente a generar conocimientos que logran obtener información y resultados partiendo de consideraciones universales a específicas, así también indagar conceptos idóneos para la investigación planteada.

5.1.3 Método Analítico – Sintético

Este método permitirá, el desarrollo del marco teórico, desmembrando el plan de dinamización de las actividades turísticas con la obtención de conceptos, y

características. Fundamentando la importancia de describir consecutivamente la redacción, utilización de tablas y figuras, de una manera consecutiva y ordenada.

5.2 Población y Muestra

5.2.1 Población

En la presente investigación se aplicará una encuesta dirigida a la población económicamente activa de la parroquia San Rafael de la Laguna que son según (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC], 2010), 4508 personas, según censo 2010.

Además se considera importante aplicar entrevistas que arrojará resultados más reales en base a los problemas que posee cada emprendimiento que se dedica a ofrecer servicios turísticos.

Para las entrevistas se ha tomado una población de nueve dueños o dirigentes de cada uno de los emprendimientos.

5.2.2 Muestra

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

En donde:

n= Tamaño de la muestra

N= Población o Universo

E= Error admisible, (0.05) utilizado para investigaciones académicas.

Aplicando la fórmula se obtiene:

$$n = \frac{4508}{(0.05)^2 (4508 - 1) + 1}$$

$$n = \frac{4508}{0.0025 (4507) + 1}$$

$$n = \frac{4508}{12,27}$$

$$n = 367$$

5.3 Instrumentos de investigación

5.3.1 Guías de la Entrevista

Se obtendrá la información, determinada a construir criterios de contenido real y profesional.

5.3.2 Cuestionario

Se realizará como una guía para la determinación de preguntas para poder evidenciar la opinión necesaria de la situación de la parroquia en cuanto al turismo comunitario.

5.3.3 Guía de Observación

Se utilizará para obtener el resultado de la realidad a través de la observación, directa.

5.4 Delimitación Espacial

La presente investigación se realizará en la parroquia San Rafael de la Laguna, Cantón Otavalo, Provincia de Imbabura.

5.4.1 Diseño Metodológico

Tabla 1. Diseño metodológico por cada fase de análisis de la investigación de la Parroquia San Rafael de la laguna.

Objetivo	Unidad de Análisis	Metodología	Técnica	Instrumento
Fundamentar teóricamente el plan de dinamización y las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna	Plan de dinamización y las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna	Fase I: Fundamentación teórica del plan de dinamización y las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la laguna	Revisión Documental	Libros, documentos y sitios web
Diagnosticar la situación actual de las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna mediante un inventario de actividades turísticas que se realizan en la parroquia, para identificar su estado actual.	Actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna.	Fase II: Diagnóstico de la situación actual de las actividades turísticas Fase III: Análisis de la gestión de las actividades turísticas de la Parroquia San Rafael de la laguna	Observación de Campo Entrevistas y encuestas	Fichas de Observación Cuestionario y guías de entrevista
Establecer los lineamientos y estrategias que contendrá el plan de dinamización para las actividades turísticas con el fin de desarrollar el turismo en la parroquia San Rafael de la Laguna.	Plan de dinamización para las actividades turísticas	Fase IV: Construcción de lineamientos y estrategias que contendrá el plan de dinamización para las actividades turísticas.	Análisis FODA	Fichas de Propuesta Matriz FODA

Fuente: Elaborado por las autoras.

5.4.2 Procedimiento

La matriz metodológica está diseñada en base a los objetivos específicos planteados en la investigación, dando un mayor enfoque a las investigadoras sobre la unidad de análisis, técnicas e instrumentos que se requiere para levantar información. Esta herramienta nos muestra las fases que se deben seguir para el cumplimiento de los objetivos.

Primera Fase

Fundamentación teórica del plan de dinamización y las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la laguna.

En esta etapa se utilizará la revisión bibliográfica como técnica de investigación, con la cual se procederá a realizar una búsqueda, recolección y análisis de la información basada en libros, artículos, revistas, páginas web e investigaciones realizadas que den relevancia y valor al tema de investigación planteado.

Segunda Fase

Diagnóstico de la situación actual de las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna.

Esta etapa se enfoca principalmente en realizar un levantamiento y análisis de las actividades turísticas que se realizan dentro de la parroquia mediante observación de campo y el uso de fichas de observación para evaluar de forma pertinente el estado actual de las mismas y de esa manera poder establecer propuestas de

mejora que se puedan realizar, y así aumentar el número de turistas que lleguen a la parroquia.

Tercera Fase

Análisis de la gestión de las actividades turísticas de la Parroquia San Rafael de la Laguna.

En la tercera fase se realizarán entrevistas y encuestas con el fin de recopilar información que permita analizar la gestión actual por parte de las autoridades de la parroquia en el ámbito turístico y principalmente en el manejo de las actividades turísticas, para lo cual se utilizarán cuestionarios y guías de entrevista.

Cuarta Fase

Construcción de lineamientos y estrategias que contendrá el plan de dinamización para las actividades turísticas.

En la cuarta y última fase se realizará la propuesta planteada es decir establecer el diseño de un plan de dinamización que fortalezca las actividades turísticas que tiene la parroquia. Se utilizará como principal instrumento la matriz FODA que ayudará a establecer estrategias de acuerdo a las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee cada una de las actividades turísticas.

5.5 Técnicas de Investigación

5.5.1 La entrevista

Esta técnica se utilizará para canalizar los aspectos esenciales dentro de la investigación, buscará el criterio de expertos conocedores del área del turismo con la determinación de concepciones de dinamización en actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna.

5.5.2 Encuesta

Se utilizará para recopilar información, percepciones de la población que brinda y realiza actividades turísticas en la parroquia San Rafael de la Laguna, en donde se establecerán bases para el planteamiento del plan de dinamización de las actividades turísticas de la parroquia.

5.5.3 Observación

La investigación se basará en el estudio directo de la relación del objeto de estudio en el lugar donde se propondrá el plan de dinamización de las actividades turísticas, donde se sentirá la realidad que se vive a diario en la parroquia y se efectuará una inspección del entorno con la observación.

Tabla 2. Técnicas e instrumentos por cada unidad de análisis de la investigación (Fase diagnóstico)

Objetivo	Indicadores	Variables	Instrumento
Fundamentar teóricamente el plan de dinamización y las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna	-Estructura de un plan de dinamización. -Actividades turísticas.	-Que contiene -Objetivos -Lineamientos -Importancia -Uso -Acceso -Tipos -Manejo -Señalética Turística	Libros, documentos y sitios web
Diagnosticar la situación actual de las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna.	-Estado actual de las actividades turísticas. -Inventario de las actividades turísticas.	-Tipos de actividades turísticas -Cuántas actividades turísticas tiene la parroquia -Infraestructura turística -Productos turísticos -Atractivos turísticos -Oferta turística -Demanda turística -Estado de conservación -Servicios de atención inmediata -Protección y seguridad para el turista -Guías especializados	Fichas de Observación
Analizar la gestión de las actividades turísticas por parte de la parroquia San Rafael de la Laguna.	-Manejo de las actividades turísticas	-Quién está a cargo de cada actividad turística --Desde cuándo iniciaron con las actividades turísticas -Cuál ha sido el desarrollo de las mismas. -Apoyo por parte de las autoridades -Involucramiento de la comunidad en general	Cuestionario y guías de entrevista

- Cada cuánto reciben turistas
- Temporadas donde reciben más turistas
- Temporadas donde reciben menos turistas
- Registros de ingresos de turistas
- Ocio
- Recreación

Establecer los lineamientos y estrategias que contendrá el plan de dinamización para las actividades turísticas.

-Estrategias de mejora para las actividades turísticas.

- Planificación
- Innovación
- Mejoramiento
- Desarrollo
- Propuestas de dinamización

Fichas de Propuestas

Fuente: Elaborado por las autoras

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ECUADOR SEDE IBARRA

La presente ficha tiene como objetivo determinar aspectos relevantes sobre el estado actual de las actividades de turismo comunitario de la Parroquia San Rafael de la Laguna y esto sirva como una herramienta para evaluar el manejo de las mismas y poder establecer estrategias de dinamización.

Tabla 3. Ficha de Observación

NOMBRE DEL EMPRENDIMIENTO	PROPIETARIO	CARACTERÍSTICAS GENERALES	PROBLEMÁTICA
El Paraíso Escondido del Coraza	Margot Oña	Creado en el año 2000 Brinda hospedaje (Incluye desayuno) Camping Caminatas al lago San Pablo, Cuicocha, Cascada de Peguche.	Falta de señalética turística. Desconocimiento en temas de turismo. No cuentan con alumbrado público. Falta de apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales y provinciales. Escasa publicidad.

El Duende del Arte	Pedro Villamar	<p>Artista</p> <p>Galería de pinturas</p> <p>Autor del escudo de la Parroquia San Rafael</p>	<p>Falta de señalética turística</p> <p>Falta de recursos económico.</p> <p>Falta de apoyo por parte de autoridades</p> <p>Apatía por parte de la población.</p> <p>Falta de publicidad</p>
Cabañas Balcón del Lago	Efraín Salazar	<p>Creado en el año 2014</p> <p>Brinda hospedaje (incluye el desayuno)</p> <p>Caminatas al Cuicocha</p> <p>Poseen 6 cabañas de hospedaje</p>	<p>Falta de publicidad</p> <p>Falta de señalética turística</p> <p>Desconocimiento en temas de turismo</p> <p>Falta de apoyo por parte de autoridades.</p>
Muelle de Cachiviro	José Peña	<p>Moradores Quichuas de la Comunidad</p> <p>Poseen actividades acuáticas como Kayak, Paseo en lancha, columpios.</p>	<p>Falta de servicios higiénicos</p> <p>Falta de apoyo por parte de autoridades</p>

		Como su principal producto son las artesanías de totora y el mirador Kaimanta Ricuna	Problemas con escrituras. Falta de señalética turística. Falta de publicidad.
Cochapungo	Estela Aguilar	Paseos en lancha Gastronomía típica del lugar	Falta de señalética turística Falta de publicidad Falta de recursos económicos
Cocha Wasi	Francisco Criollo	Gastronomía típica del lugar Hospedaje	Falta de apoyo por parte de autoridades Falta de señalética Falta de capacitación Falta de publicidad
Urku Wasi (La casa de la montaña)	Sebastián Caiza Tocagón	Cuenta con cabañas y habitaciones para 12 personas (6 habitaciones independientes), construidas con materiales propios de la zona Edificaciones únicas en el sector y la	Falta de publicidad Falta de señalética turística Falta de guías especializados

		<p>región (Fango parva-domos de cañas de maíz)</p> <p>Ubicada en la comunidad de Tocagón</p> <p>Actividades de agroturismo</p> <p>Avistamiento de aves</p> <p>Jardín con árboles nativos y endémicos</p> <p>Mirador Jatun Loma</p> <p>Caminatas a la Cueva del Murciélago</p>	<p>Falta de seguridad</p> <p>Falta de apoyo por parte de autoridades</p>
Totora Wasi	Marta Gonza	<p>Oferta de artesanías por catálogo</p> <p>Artesanías vivenciales, el turista interactúa en el corte de la totora y elaboración de artesanías</p> <p>Oferta de productos originales e innovadores</p> <p>Diseños y elaboración de artesanías bajo pedido</p>	<p>Falta de información en páginas web</p> <p>Falta de publicidad</p> <p>Horarios de atención disfuncionales</p>
Curi Cocha	Rafael Méndez	<p>Gastronomía típica del lugar</p> <p>Pesca deportiva</p> <p>Paseos en lancha</p>	<p>Falta de ingreso de turistas</p> <p>Falta de publicidad</p> <p>Falta de apoyo por parte de las autoridades</p> <p>Falta de capacitaciones en temas de turismo.</p> <p>Falta de señalética turística</p>

Fuente: Elaborado por las autoras

6 RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para el desarrollo de la presente investigación se han utilizado tres tipos de técnicas para recolectar información las cuales son: fichas de observación, encuestas a la población económicamente activa de la parroquia San Rafael de la Laguna y entrevistas a las personas que se dedican a dar servicios turísticos a los visitantes.

Cada una de las técnicas empleadas en la presente investigación se ha realizado en base a las principales necesidades que posee la parroquia en temas de desarrollo turístico.

6.1 Resultados

6.1.1 Contenido de las encuestas

Las siguientes encuestas fueron realizadas a los pobladores de la parroquia San Rafael de la Laguna, siendo necesario movilizarse a las diferentes comunidades de la misma, desde el día miércoles 25 de diciembre de 2018 hasta el domingo 30 de diciembre del mismo año.

Entre semana, debido a que los pobladores en su mayoría se encuentra trabajando, cada día se aplicó 50 encuestas en 3 horas, mientras que los días sábado y domingo, que los pobladores se encuentran en sus casas, se pudo aplicar 84 y 83 encuestas respectivamente en 3 horas cada día. Dando así un total de 367 encuestas aplicadas según la muestra.

La estructura de la encuesta consta de 9 preguntas cerradas y 1 abierta, para la tabulación de la pregunta abierta, que es la número 1, se procede a tabular de

manera individual cada variable planteada y a realizar un análisis general de la pregunta.

1.- De la siguiente lista, ¿qué emprendimientos turísticos conoce?

De un total de 367 pobladores encuestados, 367 conocen el Muelle de Cachiviro, lo que representa un 100% de la población encuestada, según la tabla 4.

Tabla 4. Emprendimientos Conocidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Muelle de Cachiviro	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

De un total de 367 pobladores encuestados, 214 conocen el Paraíso Escondido del Coraza, lo que representa un 58% de la población encuestada, según la tabla 5.

Tabla 5. Emprendimientos Conocidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
El Paraíso Escondido del Coraza	214	58%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

De un total de 367 pobladores encuestados, 214 conocen las Cabañas Balcón del Lago, lo que representa un 58% de la población encuestada, según la tabla 6.

Tabla 6. Emprendimientos Conocidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cabañas Balcón del Lago	214	58%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

De un total de 367 pobladores encuestados, 122 conocen el Taller Duende del Arte, lo que representa un 33% de la población encuestada, según la tabla 7.

Tabla 7. Emprendimientos Conocidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Taller Duende del Arte	122	33%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

De un total de 367 pobladores encuestados, 214 conocen Urku Wasi, lo que representa un 58% de la población encuestada, según la tabla 8.

Tabla 8. Emprendimientos Conocidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Urku Wasi	214	58%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

De un total de 367 pobladores encuestados, 184 conocen Totorá Wasi, lo que representa un 50% de la población encuestada, según la tabla 9.

Tabla 9. Emprendimientos Conocidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Totora Wasi	184	50%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

De un total de 367 pobladores encuestados, 275 conocen Cochapungo, lo que representa un 75% de la población encuestada, según la tabla 10.

Tabla 10. Emprendimientos Conocidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cochapungo	275	75%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

De un total de 367 pobladores encuestados, 122 conocen Cocha Wasi, lo que representa un 33% de la población encuestada, según la tabla 11.

Tabla 11. Emprendimientos Conocidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Cocha Wasi	122	33%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

De un total de 367 pobladores encuestados, 92 conocen las Curi Cocha, lo que representa un 25% de la población encuestada, según la tabla 12.

Tabla 12. Emprendimientos Conocidos

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Curi Cocha	92	25%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

Análisis

De acuerdo a las tablas número 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12 se puede observar que toda la población de la parroquia San Rafael de la Laguna conoce el Muelle de Cachiviro en vista de que es uno de los emprendimientos turísticos mejor consolidado y más difundido entre la población ya que muchos hacen uso de las actividades turísticas que este oferta. De igual manera, el Paraíso Escondido del Coraza, las Cabañas Balcón del Lago, Urku Wasi, Totorá Wasi y Cochapungo, son emprendimientos conocidos por más de la mitad de la población, pero aún hace falta trabajar en la difusión de los mismos a nivel parroquial, por otra parte el Taller Duende del Arte, Cocha Wasi y Curi Cocha son poco conocidos por los pobladores debido a que no están totalmente constituidos y no cuentan con una oferta diversificada que llame la atención de los moradores de la parroquia.

2.- De las siguientes actividades turísticas con las que cuenta su parroquia, ¿cuáles ha realizado?

De un total de 367 pobladores que fueron encuestados, se muestran los siguientes porcentajes en cuanto a la realización de actividades turísticas ofertadas en su parroquia. Un 10% ha realizado camping, otro 10% cabalgatas, un 19% caminatas, otro 10% pesca deportiva, un 48% paseos en lancha y por último un 5% kayak, según la tabla 13.

Tabla 13. Actividades Turísticas Realizadas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Camping	34	9%
Cabalgatas	34	9%
Caminatas	73	20%
Pesca deportiva	34	9%
Paseos en lancha	175	48%
Kayak	17	5%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

Análisis:

Se puede notar en la tabla número 5 que toda la población encuestada ha sido partícipe de algún tipo de actividad turística con el que cuenta su parroquia, pero en su mayoría la actividad que más han realizado son paseos en lancha, lo que muestra que este tipo de oferta es el que más difusión ha tenido entre la población, ya sea por la facilidad y cercanía de los emprendimientos que ofrecen paseos en lancha o por la transmisión de publicidad boca a boca entre los pobladores, mientras que las demás actividades turísticas como camping, cabalgatas, caminatas, pesca deportiva y kayak no han sido llamativas para un porcentaje mayoritario de la población o a su vez tienen desconocimiento de la oferta de las mismas.

3.- En la escala del 1 al 5, tomando en cuenta que 1 es malo y 5 es excelente, ¿Cómo calificaría al servicio turístico ofertado en su parroquia?

Según la tabla número 6 se pudo obtener que de 367 personas encuestadas se muestran los siguientes porcentajes en cuanto a la calificación de la oferta turística de su parroquia San Rafael de la Laguna, el 0% de la población la califica como malo, el 25% como regular, el 50% como bueno, un 17 % como muy bueno y un 8% como excelente, según la tabla 14.

Tabla 14. Oferta Turística

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Malo	0	0%
Regular	92	25%
Bueno	184	50%
Muy bueno	61	17%
Excelente	30	8%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

Análisis:

La mitad de la población coincide en que la oferta turística de su parroquia es buena sin embargo un cuarto de la población afirma que la oferta es regular, tomando en cuenta estos porcentajes que son los más altos, se puede notar que la población está consciente de que hace falta trabajar en varios aspectos que engloban a los emprendimientos turísticos para que éstos sean considerados como excelentes

tanto para la población como para los turistas que decidan hacer uso de los mismos como muestra la tabla 6.

4.- ¿Usted se ha visto beneficiado con las actividades turísticas de su parroquia?

De un total de 367 personas encuestadas, el 92% de la población se siente beneficiado de alguna manera con la actividad turística de su parroquia, mientras un 8% no, según la tabla 15.

Tabla 15. Beneficiado

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	336	92%
No	31	8%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

Análisis:

La mayoría de la población ve en la actividad turística algún tipo de beneficio, ya sea porque con el ingreso de turistas tienen la oportunidad de comercializar sus productos como víveres en las tiendas cercanas a los emprendimientos o a su vez vender sus artesanías y la producción de los cultivos de frutillas a los que se han dedicado. También se ven beneficiados por la existencia de emprendimientos turísticos que los hacen partícipes para la atención o guianza de turistas en la localidad de acuerdo a la tabla número 7.

5.- En la escala del 1 al 4, tomando en cuenta que 1 es nada y 4 es mucho, ¿Cómo cree que la actividad turística ayuda al desarrollo de su parroquia?

De 367 personas encuestadas, se muestran los siguientes porcentajes en cuanto a lo que ellos creen que la actividad turística contribuye al desarrollo de su parroquia, se tiene un 0% nada, 17% casi nada, 67% medianamente mucho y un 17% mucho, según la tabla 16.

Tabla 16. Contribución para el desarrollo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada	0	0%
Casi nada	61	17%
Medianamente mucho	245	67%
Mucho	61	17%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

Análisis:

Claramente se puede observar en la tabla número 8, que, en su mayoría, la población coincide en que la actividad turística sí contribuye al desarrollo de su parroquia, esto muestra que la población poco a poco va tomando consciencia de que se pueden desarrollar económicamente gracias al turismo, por ende, se necesita que exista el apoyo ya sea público, privado o comunitario para desarrollar más ideas de emprendimientos o a su vez mejorar la calidad de los emprendimientos existentes.

6.- De los siguientes problemas, ¿cuáles cree usted que están afectando al desarrollo de las actividades turísticas?

De 367 personas encuestadas, se muestran los siguientes porcentajes en cuanto a los posibles problemas que detectan en los emprendimientos turísticos existentes en su parroquia, un 28% escaso apoyo de autoridades, 24% falta de publicidad, 10% apatía por parte de la población, 21% falta de unión por parte de la población y un 17% escasa oferta diversificada, según la tabla 17.

Tabla 17. Problemáticas

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Escaso apoyo de autoridades	101	28%
Falta de publicidad	89	24%
Apatía por parte de la población	38	10%
Falta de unión por parte de la población	76	21%
Escasa oferta diversificada	63	17%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

Análisis:

De acuerdo a los porcentajes, la mayor parte de encuestados coinciden en que hace falta que las autoridades brinden más apoyo a los emprendedores turísticos, de tal manera que ellos puedan mejorar su oferta, la calidad de sus productos y servicios y a su vez puedan contar con publicidad que permita atraer más turistas. De igual manera, hay quienes creen que también hace falta que se involucre de

alguna manera a la comunidad en general, para que se sientan parte de la actividad turística y opten por trabajar en conjunto para el desarrollo local tal como lo muestra la tabla número 9.

7.- ¿Mediante qué tipo de publicidad ha llegado a conocer sobre las actividades turísticas de su parroquia?

De 367 personas encuestadas, se muestran los siguientes porcentajes en cuanto a los medios de difusión por los que se han dado a conocer los emprendimientos turísticos de su parroquia, 14% redes sociales, 27% socialización en reuniones comunales o parroquiales, 5% radio, 5% televisión, 23% internet, 0% vallas publicitarias, 0% trípticos o folletos publicitarios y 27% mediante amistades o familiares como muestra la tabla número 10, según la tabla 18.

Tabla 18. Medios de difusión

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Redes sociales	50	14%
Socialización en reuniones comunales o parroquiales	100	27%
Radio	17	5%
Televisión	17	5%
Internet	83	23%
Vallas publicitarias	0	0%
Trípticos o folletos publicitarios	0	0%
Amistades o familiares	100	27%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

Análisis:

De acuerdo a los porcentajes, se puede notar que los medios por los que la población ha tenido conocimiento de las actividades turísticas de su parroquia han sido en su mayoría por socialización en reuniones comunales o parroquiales, también por medio de amistades o familiares y por internet. Los porcentajes bajos en las demás opciones muestran que hace falta mejorar la publicidad de los diferentes establecimientos turísticos, ya sea implementando vallas, trípticos o folletos publicitarios y trabajar más en internet y redes sociales que son herramientas clave para atraer más turistas.

8.- ¿Cree usted que a su parroquia le hace falta desarrollar estrategias para dinamizar la actividad turística?

De 367 encuestados, el 92% de la población manifiesta que hacen falta estrategias de dinamización turística para su parroquia, mientras que un 8% de la población cree que no hace falta, según la tabla 19.

Tabla 19. Falta de estrategias

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	336	92%
No	31	8%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

Análisis:

Claramente se puede notar en la tabla número 11, que la población se ve interesada en la importancia de plantear estrategias que permitan desarrollar la actividad turística de su parroquia, como pobladores y al tener más contacto habitual con los emprendimientos turísticos notan que hace falta trabajar para llegar a convertirse en una parroquia consolidada y que brinda servicios turísticos de calidad.

9.- ¿Cuáles de los siguientes aspectos cree que se deberían tomar en cuenta para las estrategias de dinamización turística?

De 367 encuestados, se muestran los siguientes porcentajes en cuanto al enfoque de estrategias de dinamización turística para el desarrollo de su localidad, 34% publicidad, 13% diversificación de la oferta turística, 47% trabajo en conjunto de autoridades y emprendedores y 7% otros, según la tabla 20.

Tabla 20. Enfoque de estrategias

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Publicidad	123	34%
Diversificación de oferta turística	49	13%
Trabajo conjunto de autoridades y emprendedores	171	47%
Otros	24	7%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

Análisis:

Se puede apreciar en la tabla número 12, que la mayor parte de la población coincide en que las estrategias deben ir enfocadas tanto a la publicidad como al trabajo en conjunto de autoridades y emprendedores puesto que son aspectos clave para que las ideas de emprendimientos turísticos se desarrollen y a la vez, los actuales emprendedores logren mantenerse en el mercado y de igual manera se desarrollen con el tiempo.

10.- ¿Estaría dispuesto a recomendar las actividades turísticas que posee su parroquia?

De 367 pobladores encuestados, se muestran los siguientes porcentajes en cuanto a la disposición a recomendar la oferta turística con la que cuenta su parroquia, un 8% está en desacuerdo, 25% medianamente de acuerdo y un 66% está totalmente de acuerdo, según la tabla 21.

Tabla 21. Recomendación de la oferta turística

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Desacuerdo	31	8%
Medianamente de acuerdo	92	25%
Totalmente de acuerdo	244	66%
TOTAL	367	100%

Fuente: Encuestas realizadas a los pobladores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

Análisis:

Como se observa en la tabla número 13, se puede notar que la mayor parte de la población está de acuerdo en recomendar las actividades turísticas de su parroquia, lo que muestra que la gente tiene confianza en el desarrollo turístico de su parroquia, y se ven interesados en que lleguen más turistas a la localidad, la población confía en que la oferta turística siga mejorando. En cuanto al porcentaje de personas que está en desacuerdo, muestra la importancia de difundir las actividades turísticas que tiene la parroquia y socializar el beneficio que las mismas tienen para la comunidad en general.

6.1.2 Contenidos de las entrevistas

Actualmente en la parroquia San Rafael de la Laguna se están dando a conocer varios de los emprendimientos turísticos que a lo largo de aproximadamente dos años se han creado.

Se ha realizado un cuestionario de quince preguntas enfocadas al progreso de cada uno de los emprendimientos, así como también preguntas dirigidas al desarrollo de las actividades turísticas en la parroquia San Rafael de la Laguna, como se muestran en la siguiente tabla.

Tabla 22. Cuestionario

Nº Pregunta	Pregunta
P1	¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?
P2	¿Pertenece a algún tipo de asociación?

- P3** ¿Cuándo inició con su emprendimiento?
- P4** ¿Cuáles son los servicios que ofrece?
- P5** ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?
- P6** ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?
- P7** ¿En qué temporada recibe más turistas?
- P8** ¿En qué temporada recibe menos turistas?
- P9** ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?
- P10** ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?
- P11** ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?
- P12** ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?
- P13** ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación,

pernoctación y entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

P14 ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

P15 ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

Fuente: Camacás Antonela, Flores Giselle (2019)

Para la aplicación de las entrevistas se ha tomado en cuenta a los dueños de los emprendimientos que gracias a la ficha de observación realizada por las autoras, se pudo evidenciar nueve emprendimientos turísticos que están en desarrollo así como se muestra en la tabla número 23.

Tabla 23. Entrevistados.

Nº de Entrevista	Entrevistado	Emprendimiento
N1	Sr. Jose Peña	Muelle de Cachiviro
N2	Sr. Margoth Oña	El Paraíso Escondido del Coraza

N3	Sr. Efraín Salazar	Cabañas Balcón del Lago
N4	Sr. Pedro Villamar	El Duende del Arte
N5	Sr. Sebastián Caiza	Hospedaje Urku Wasi
N6	Ing. Estela Aguilar	Cochapungo
N7	Sra. Francisco Criollo	Cocha Wasi
N8	Sr. Rafael Méndez	Curi Cocha
N9	Sr. Marta Gonza	Totora Wasi

Fuente: Entrevistas realizadas a los emprendedores de la Parroquia San Rafael de la Laguna (2018).

6.1.3 Respuestas de los entrevistados

Nombre del entrevistado: N1 Señor José Peña

P1 ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

Muelle de Cachiviro.

P2 ¿Pertenece a algún tipo de asociación?

Sí, a la asociación Rey Mola Cocha, somos 15 socios que trabajamos aquí en el muelle y también en las casetas de comida. Cada uno de nosotros ha puesto dinero

para mejorar el emprendimiento y la mayoría pidió un préstamo al chulco por la falta de apoyo.

P3 ¿Cuándo inició con su emprendimiento?

Inicie con esta idea hace cuatro años, pero la he estado desarrollado de a poco, casi estoy terminando de construir todo lo que he tenido en mente.

P4 ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

Nosotros ofrecemos paseos en lancha, pesca deportiva, paseos en kayak, aquí se puede ver a los patos silvestres que vienen desde Perú, de igual manera nosotros tenemos patos y gansos, también tenemos artesanías de totora y comida típica.

P5 ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?

Desde que iniciamos se ha tratado de mejorar nuestros servicios y hemos recibido la colaboración de fundaciones extranjeras, y dos estudiantes francesas que apoyaron con la construcción del Muelle Kaimanta Ricuna, todo lo que ahora tenemos se ha dado poco a poco.

P6 ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?

No, eso no tenemos.

P7 ¿En qué temporada recibe más turistas?

En los feriados de carnaval, navidad y fines de semana.

P8 ¿En qué temporada recibe menos turistas?

Entre semana.

P9 ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?

Internet, Facebook ahí tenemos nuestra página.

P10 ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?

Sí, todos conocen y pueden guiarles hasta acá.

P11 ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?

No se ha recibido apoyo de ninguna autoridad, la Junta Parroquial tiene dinero que le da la Prefectura, pero no reparte igualitariamente para apoyar a todos los emprendimientos.

P12 ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?

Hace falta construir los baños porque ahorita estamos utilizando los baños de la cancha de fútbol para los turistas.

No hay apoyo de las autoridades para que esto mejore.

Necesitamos señalética para traer más gente.

P13 ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación, pernoctación y entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

Si tiene pero hace falta trabajar para mejorar, por ejemplo no hay publicidad que traiga más turistas.

P14 ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

No

P15 ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

Sí quisiera conocer de este tema para que nos ayude a mejorar.

Nombre del entrevistado: N2 Señora Margoth Oña

P1 ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

El Paraíso Escondido del Coraza.

P2 ¿Pertenece a algún tipo de asociación?

Sí, a la asociación Coraza Ñan.

P3 ¿Cuándo inició con su emprendimiento?

Hace dos años empezamos a construir todo lo que ustedes ven a su alrededor, pero nuestra idea no fue ser una empresa turística, sin embargo unos amigos de mi marido le dieron la idea de asociarse y convertir este lugar en un punto de visita para los turistas, nosotros aceptamos porque nuestros hijos iban a empezar sus estudios universitarios y necesitábamos más ingresos económicos.

P4 ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

Aquí ofrecemos hospedaje turístico que incluye desayuno y almuerzo, los turistas también pueden hacer uso del área verde para realizar camping y parrilladas, otro de nuestros servicios es la guianza y acompañamiento hacia la Cascada de Peguche, el Lago San Pablo y Cuicocha por parte de mi marido en conjunto de miembros de las comunidades, también pueden realizar avistamiento de aves y visitar el orquideario. De igual manera damos a conocer la historia del Coraza a los turistas.

P5 ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?

Sí, hemos ido mejorando, en un principio decidimos construir el estanque de peces, después mejoramos nuestro orquideario, tenemos un pequeño jardín donde los

turistas pueden salir a tomar el té o a leer un libro mientras escuchan el cantar de los pájaros, también construimos más habitaciones, en un inicio ofrecíamos hospedaje sólo con desayuno pero ahora también incluye el almuerzo y si el turista desea le podemos preparar la merienda.

P6 ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?

No tenemos.

P7 ¿En qué temporada recibe más turistas?

En junio o julio que es ahí cuando los turistas extranjeros vienen a pasar sus vacaciones, también vienen en diciembre o en los feriados unos turistas de Quito, pero mayormente llegan extranjeros.

P8 ¿En qué temporada recibe menos turistas?

El resto del año es muy bajo, muy de repente vienen turistas nacionales a quedarse una o dos noches.

P9 ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?

Redes sociales, también tenemos publicidad en Booking.

P10 ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?

Sí porque no es un lugar muy alejado pero en todo caso si preguntan a las personas de este sector, si les dan razón de cómo llegar.

P11 ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?

No, todo lo que hemos realizado ha sido con esfuerzo propio porque si esperábamos de las autoridades no hubiéramos avanzado en nada.

P12 ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?

No tenemos alumbrado público en este sector, hemos solicitado pero no hemos recibido respuestas favorables, nos hace falta publicidad para que lleguen más turistas y en cuanto a la guianza, quizás sí necesitemos capacitaciones porque por ejemplo mi marido es quién guía con otros miembros de comunidades, pero únicamente con conocimientos propios.

P13 ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación, pernoctación y entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

Sí, pero hace falta mejorar en todos los aspectos.

P14 ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

La verdad no sé de qué se trate.

P15 ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

Si me gustaría saber en qué consiste.

Nombre del entrevistado: N3 Señor Efraín Salazar

P1 ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

Cabañas Balcón del Lago

P2 ¿Pertenece a algún tipo de asociación?

Asociación Coraza Ñan.

P3 ¿Cuándo inició con su emprendimiento?

Hace aproximadamente 3 años.

P4 ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

Principalmente hospedaje, también desayuno, almuerzo o la comida que nos pidan, ofrecemos caminatas, paseos en bici, camping y si los turistas desean les llevamos a conocer más lugares turísticos de la provincia.

P5 ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?

Sí, empezamos construyendo una cabaña, luego tuvimos dos y ahora son seis cabañas a disposición de los turistas nacionales y extranjeros. De igual manera, a medida que pasó el tiempo fuimos ofreciendo las caminatas y paseos.

P6 ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?

Sí, tenemos un libro con los nombres y dedicatorias de todos los turistas que han llegado a nuestras cabañas, ahí dejan pequeñas frases o comentarios sobre su experiencia y se ha convertido en una motivación para seguir mejorando.

P7 ¿En qué temporada recibe más turistas?

En junio, julio, diciembre y feriados, pero en realidad son más turistas extranjeros que nacionales, el turista nacional no valora lo que tiene cerca.

P8 ¿En qué temporada recibe menos turistas?

Entre semana no hay muchos turistas y se puede decir que desde septiembre hasta inicios de diciembre.

P9 ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?

Internet, redes sociales y tarjetas de presentación.

P10 ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?

El turista puede guiarse con su GPS y estar en contacto con nosotros, entonces, cuando ya nos dicen que están por llegar, nosotros estamos pendientes desde este balcón y les hacemos señas o salimos a su encuentro.

P11 ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?

No, es lo que más hemos querido pero lo que menos hemos recibido

P12 ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?

No existe un apoyo por parte de las autoridades, nosotros contamos con los recursos y as ganas de salir adelante por medio del turismo pero no hay el apoyo para impulsar los nuevos emprendimientos, otro problema es la falta de señalética que se ha solicitado pero no nos han apoyado, también hace falta más publicidad para que todos conozcan las riquezas de nuestra parroquia, y por último, no tomos estamos bien capacitados, por mi parte he ido a talleres y capacitaciones del Ministerio de Turismo, pero no todos lo han hecho y han tenido la oportunidad.

P13 ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación, pernoctación y entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

Esta parroquia tiene todo, pero hace falta promocionar.

P14 ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

No sabría decirle.

P15 ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

Si, suena algo interesante.

Nombre del entrevistado: N4 Señor Pedro Villamar

P1 ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

El Duende del Arte

P2 ¿Pertenece a algún tipo de asociación?

Sí, a la asociación Coraza Ñan.

P3 ¿Cuándo inició con su emprendimiento?

To esto empezó alrededor de dos años, mi hijo, mi nuera y yo somos artistas y decidimos crear este estanque muy llamativo en piedra, todo lo tallamos con nuestras propias manos, realizamos un pequeño sendero alrededor con las pinturas que hemos creado inspiradas en el bello paisaje que nos rodea y en nuestra tierra de San Rafael.

P4 ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

Nosotros ofrecemos un pequeño recorrido alrededor de nuestro estanque, dónde tenemos expuestas las obras de arte que hemos realizado y si alguna de ellas es de su agrado, pueden adquirirlas.

P5 ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?

Sí, ahora estamos construyendo otra área donde los turistas pueden llegar a servirse un cafecito y disfrutar de las obras de arte expuestas a su alrededor.

P6 ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?

No.

P7 ¿En qué temporada recibe más turistas?

Bueno se podría decir que los feriados o fines de semana, si vienen a visitar el taller pero muy pocas personas adquieren los cuadros.

P8 ¿En qué temporada recibe menos turistas?

En las temporadas de clases es muy bajo porque todos están ocupados y no se dan tiempo a salir de sus hogares a conocer algo nuevo.

P9 ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?

Internet y el boca a boca.

P10 ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?

Si pueden llegar sin problema.

P11 ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?

Como asociación hemos solicitado el apoyo de las autoridades pero la verdad ya estamos cansados de que se nos niegue, todo ha sido con nuestro esfuerzo y recursos.

P12 ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?

Hace falta colocar señalética y gran parte de eso le compete a las autoridades y no lo han hecho, también existe una especie de apatía por parte de ciertos miembros de la parroquia, no todos le guían al turista hacia el lugar donde desea llegar, otro inconveniente es la falta de capital para mejorar nuestros emprendimientos.

P13 ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación, pernoctación y

entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

Sí tiene lo necesario pero hace falta el apoyo de autoridades para que todo esto de frutos.

P14 ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

No.

P15 ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

Si sería bueno.

Nombre del entrevistado: N5 Señor Sebastián Caiza Tocagón

P1 ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

Urku Wasi

P2 ¿Pertenece a algún tipo de asociación?

Sí, a Coraza Ñan.

P3 ¿Cuándo inició con su emprendimiento?

Hace 2 años pero en realidad terminamos de adecuar nuestras instalaciones hace seis meses.

P4 ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

Ofrecemos hospedaje y alimentación, pero también realizamos caminatas hacia la cueva del murciélago, tenemos nuestros propios sembríos y los turistas pueden realizar su cosecha y posteriormente ser atendidos con esos productos, tenemos guías nativos y miradores.

P5 ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?

Sí, ahora estamos preparados para recibir turistas, terminamos la construcción y mejoramientos de nuestro emprendimiento hace seis meses.

P6 ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?

No.

P7 ¿En qué temporada recibe más turistas?

Los fines de semana, feriados y cuando hay vacaciones para los estudiantes.

P8 ¿En qué temporada recibe menos turistas?

Cuando es inicio de clases y entre semana.

P9 ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?

Internet y redes sociales.

P10 ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?

Ahora sí porque hemos trabajado con miembros de la comunidad para adecuar el camino y preguntando si llegan los turistas.

P11 ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?

No se ha recibido apoyo.

P12 ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?

Como estamos empezando en esta actividad, si nos hace falta más publicidad, también poner señalética y el apoyo de las autoridades para desarrollar de mejor manera nuestros emprendimientos.

P13 ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación, pernoctación y entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

En su mayoría sí, pero por ejemplo en nuestra comunidad no tenemos alcantarillado y eso se puede convertir en un problema para brindar los servicios básicos al turista, nosotros sólo tenemos pozos sépticos.

P14 ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

No.

P15 ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

Si me gustaría.

Nombre del entrevistado: N6 Señora Estela Aguilar

P1 ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

Cochapungo

P2 ¿Pertenece a algún tipo de asociación?

Sí, a la asociación Cochapungo

P3 ¿Cuándo inició con su emprendimiento?

Hace aproximadamente 2 años.

P4 ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

Nosotros ofrecemos paseos en lancha de totora y la gastronomía típica del lugar.

P5 ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?

Sí, hemos ido mejorando nuestras instalaciones, ahora tenemos la balsa de totora que incluso salió en las noticias y a futuro queremos ofrecer hospedaje.

P6 ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?

Si tenemos.

P7 ¿En qué temporada recibe más turistas?

Los fines de semana y feriados llegan más turistas.

P8 ¿En qué temporada recibe menos turistas?

Como es un emprendimiento poco conocido, entre semana no hay muchos turistas.

P9 ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?

Manejamos nuestra publicidad por las redes sociales.

P10 ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?

Quizás sea un poco complicado llegar, pero si van preguntando si se llega.

P11 ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?

Sí, la Prefectura de Imbabura y el Municipio de Otavalo nos han brindado apoyo.

P12 ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?

La falta de dinero para terminar nuestro proyecto de construir lugares de hospedaje y en cierta parte la falta de apoyo de la misma comunidad.

P13 ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación, pernoctación y entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

Hace falta mejorar.

P14 ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

No.

P15 ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

Sí.

Nombre del entrevistado: N7 Señor Francisco Criollo

P1 ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

Nuestro emprendimiento se llama Cocha Wasi o Casa Blanca

P2 ¿Pertenece a algún tipo de asociación?

Si yo soy parte de la Asociación Cocha Wasi quienes nos encargamos de brindar al turista nuestra gastronomía y las actividades que realizamos.

P3 ¿Cuándo inició con su emprendimiento?

El emprendimiento turístico inicio hace 2 años, empezamos a realizar piscicultura y de a poco hemos ido adecuando el lugar para ofrecer servicios turísticos.

P4 ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

Nosotros ofrecemos al turista principalmente la gastronomía local como es trucha frita, además hospedaje y actividades como paseo en lancha y pesca deportiva.

P5 ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?

Si hemos mejorado con el trascurso del tiempo y gracias a mingas con los socios hemos adecuado un restaurante para que el turista disfrute de mejor manera nuestra gastronomía.

P6 ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?

No, no contamos con un registro de turistas.

P7 ¿En qué temporada recibe más turistas?

Las épocas en la que más recibimos turistas son los fines de semana, en los feriados de carnaval y en las fiestas parroquiales en los meses de febrero y junio.

P8 ¿En qué temporada recibe menos turistas?

Se recibe menos turistas en época de inicios de clase, entre semana también no se recibe casi nada de turistas.

P9 ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?

Aun no tenemos algún tipo de publicidad para entregar a los turistas por lo que no tenemos conocimiento de esto.

P10 ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?

Si es accesible porque acomodaron la calle de ingreso.

P11 ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?

Se ha pedido apoyo a las autoridades pero nunca tenemos una respuesta por eso entre los socios ponemos dinero o recursos propios además realizamos mingas comunitarias en beneficio del emprendimiento.

P12 ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?

Un problema es que las autoridades no apoyan a los pequeños negocios de turismo, también la falta de publicidad para poder vender más y hacer conocer nuestro emprendimiento a más turistas.

P13 ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación, pernoctación y entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

Yo pienso que la parroquia si tiene todo para ofrecer al turista pero hace falta manejar una publicidad para todos quienes estamos trabajando en turismo.

P14 ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

No, la mayoría de los socios no tenemos conocimiento de turismo hemos creado los emprendimientos por necesidad.

P15 ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

Si, sería bueno que se dé a conocer para todos quienes somos parte del emprendimiento.

Nombre del entrevistado: N8 Señor Rafael Méndez

P1 ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

El emprendimiento turístico comunitario se llama Curi Cocha

P2 ¿Pertenece a algún tipo de asociación?

Somos de la asociación de servicios turísticos Curi Cocha.

P3 ¿Cuándo inició con su emprendimiento?

Iniciamos con el emprendimiento en el mes de diciembre del año 2017 casi dos años.

P4 ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

Nosotros ofrecemos la gastronomía típica de nuestra comunidad también ofrecemos a los turistas pesca deportiva y paseos en lancha.

P5 ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?

Si se ha mejorado el local donde los turistas comen porque cuando recién empezamos el restaurante era al aire libre, de a poco se adquirió carpas para comodidad del turista y como ahora puede ver hemos construido casetas de ladrillo donde pueden ingresar más personas.

P6 ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?

Aún no tenemos registro de turistas.

P7 ¿En qué temporada recibe más turistas?

Recibimos más en los feriados de carnaval, en las fiestas de la parroquia y en fines de semana.

P8 ¿En qué temporada recibe menos turistas?

En los días normales de lunes a viernes no hay mucho turista.

P9 ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?

No tenemos una publicidad en específico, los turistas mismos dan publicidad de boca a boca.

P10 ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?

Yo pienso que para el turista no es fácil porque no conoce hace falta algo que guie al turista hacia nuestro emprendimiento.

P11 ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?

Para la construcción de las casetas si han ayudado la prefectura y la junta parroquial.

P12 ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?

Hace falta la señalética turística para guiar a los que visitan, también hace falta la publicidad y principalmente necesitamos capacitación en temas de turismo y también en gastronomía.

P13 ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación, pernoctación y entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

No, aún hace falta implementar los servicios básicos en algunas comunidades, por eso el turista solo viene un día o el sábado y se va.

P14 ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

No

P15 ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

Si sería bueno que nos den a conocer y que nos ayuden en el turismo de nuestra parroquia.

Nombre del entrevistado: N9 Señora Marta Gonza

P1 ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

Totora Wasi

P2 ¿Pertenece a algún tipo de asociación?

Formamos la asociación Totora Wasi.

P3 ¿Cuándo inició con su emprendimiento?

Hace dos años.

P4 ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

Elaboración y venta de artesanías a base de totora.

P5 ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?

Sí, se han ido mejorando los diseños de las artesanías y ahora también realizamos muebles de totora que los exportamos a los países que los soliciten.

P6 ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?

No tenemos.

P7 ¿En qué temporada recibe más turistas?

Los fines de semana, feriados y épocas festivas.

P8 ¿En qué temporada recibe menos turistas?

Entre semana no llegan muchos turistas.

P9 ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?

Letreros publicitarios y redes sociales.

P10 ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?

Sí, no se puede perder y cualquiera de aquí le puede ir guiando.

P11 ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?

Si hemos pedido pero no se ha llevado a cabo nuestra petición.

P12 ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?

Nuestros horarios de atención no son fijos y nos hace falta más publicidad.

P13 ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación, pernoctación y entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

No tiene todo lo necesario, si hace falta mejorar.

P14 ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

No

P15 ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

Si quisiera saber de qué se trata.

6.1.4 Análisis de las entrevistas

Es evidente que las entrevistas fortalecen a la investigación debido a que se puede obtener datos reales y relevantes sobre la problemática que tiene cada emprendimiento. Se pudo denotar que todos poseen similares problemas en cuanto al desarrollo de sus emprendimiento y al desarrollo turístico de su parroquia.

En la P1 los entrevistados N2, N3, N4, N5 y N9 pertenecen a la misma organización denominada Asociación Coraza Ñan. Esta asociación abarca a la mayoría de los emprendimientos que ofrecen servicios turísticos dentro de la parroquia. Fue la primera asociación creada bajo un acuerdo ministerial, por lo que se puede garantizar a los turistas seguridad y calidad a la hora de ofrecer sus servicios.

En la P3 se puede evidenciar que la mayoría de los emprendimientos turísticos que se encuentran en la parroquia San Rafael de la Laguna, tiene un corto tiempo de iniciación, en promedio llevan dos años a partir de que han abierto al público sus servicios turísticos.

En la P7 los entrevistados N1, N2, N3, N4, N5, N6, N8 y N9 coinciden que la época en donde tienen mayor acogida de turistas son en los meses junio, julio, diciembre, feriados de carnaval y fines de semana.

Uno de los problemas que se encuentran es que ninguno de los emprendedores posee el suficiente conocimiento en cuanto a la administración turística, han existido familiares o amigos que les han dado la idea de emprender, pero, sin una buena gestión ellos tienen el temor de que en unos años sus emprendimiento desaparezcan.

En cuanto a la P11 todos los entrevistados coinciden que entre uno de los principales problemas de los emprendimiento es la falta de apoyo por parte de autoridades parroquiales, municipales y provinciales. Es evidente que para crear empresas turísticas se necesita de ingresos económicos y más si es en beneficio de la localidad, la mayoría de emprendedores ha salido adelante con su idea gracias a sus propios recursos.

Así mismo la señalética es otro de los problemas que señalan los emprendedores N1, N2, N3, N4, N5, N6, N7, N8 Y N9, se ha buscado ayuda, financiamiento pero no existe ninguna respuesta. Normalmente dicen los emprendedores, en épocas de elecciones los políticos les ofrecen y les aseguran brindar el apoyo para sus emprendimientos, pero pasa el tiempo y no se da cumplimiento a dichos ofrecimientos.

Como punto final e imprescindible se encuentra la falta de publicidad que afecta a todos los emprendimientos, la necesidad surge de la falta de ingresos para manejar un buen marketing, lo que ocasiona que estos negocios se queden estancados y no se logre dinamizar el turismo en la parroquia.

Queda claro que la parroquia San Rafael de la Laguna posee suficiente atractivos turísticos, gastronómicos y culturales, así como también servicios de alojamiento y recreación para ofrecer tanto al turista local, regional, nacional y extranjero. Por lo que es necesario diseñar un plan donde se establezcan estrategias de mejoramiento en donde se fortalezcan los emprendimientos y generar así desarrollo turístico y local.

6.2 Discusión

6.2.1 Diseño del Plan de dinamización para las actividades de turismo comunitario en la parroquia San Rafael de la Laguna del cantón Otavalo

6.2.1.1 Antecedentes

La parroquia San Rafael de la Laguna está ubicada en el cantón Otavalo, provincia de Imbabura, dueña de varias tradiciones y costumbres que han sabido conservar como son: la Fiesta del Coraza, el pase de los Pendoneros, artesanías de totora y demás, que sin duda atraen a turistas nacionales y extranjeros.

El pase del Coraza y los Pendoneros puede ser apreciado en las fiestas de la parroquia que se realizan en la segunda semana de junio de cada año.

Además de fiestas y tradiciones únicas de esta parroquia sus habitantes han visto que el turismo es una opción de desarrollo social y económico, por lo que existen emprendimientos turísticos y algunos que se encuentran en fase de creación.

Varios de los servicios que se ofrecen son: alojamiento, recreación, paseos en lancha, caminatas, paseos en bicicleta, senderismo, kayak, competencia de balsas de totora entre otros, cabe destacar que la mayoría de estas actividades se realizan con mayor énfasis en las fiestas comunitarias o parroquiales.

6.2.1.2 Análisis FODA de las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna

Se realizó un análisis interno y externo, puntualizando las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se encontró gracias a los instrumentos utilizados por las investigadoras.

Análisis Externo

Oportunidades

- Incremento de la demanda.
- Apoyo por parte de fundaciones internacionales.
- Aprovechamiento de la panamericana norte.
- Implementación de nueva infraestructura turística.
- Aparición de nuevas tecnologías.
- Rescate de las fiestas culturales.
- Aprovechamiento de recursos naturales atractivos para el turista.

Amenazas

- Mala distribución de recursos públicos.
- Falta de apoyo por parte de autoridades.
- Competencia desleal.
- Demanda exigente.

- Flujo discontinuado de turistas nacionales y extranjeros.
- Apatía por parte de la población.
- Falta de servicios básicos en ciertas comunidades.

Análisis Interno

Fortalezas

- Oferta de actividades turísticas acuáticas.
- Interés por mejorar los servicios turísticos.
- Cuentan con riqueza natural.
- Trato amigable hacia el turista.
- Es potencialmente artesanal.
- Emprendimiento bien consolidado.

Debilidades

- Escasa publicidad y promoción.
- Falta de recursos económicos.
- Desconocimiento del manejo de actividades turísticas.
- Falta de capacitación turística
- Horarios de atención disfuncionales.
- Falta de seguridad turística.

- Falta de guías especializados.
- Limitada oferta turística.
- Señalética mal implementada.
- La mayoría de actividades tienen señalética en mal estado.
- No existe un plan que dirija las actividades turísticas de la parroquia.

6.2.2 Estrategias del Plan de Dinamización

De acuerdo al estudio realizado por las investigadoras, además del levantamiento de información y análisis FODA que se pudo obtener gracias a las técnicas de investigación empleadas, se han planteado estrategias de mejoramiento que se pueden aplicar a cada uno de los emprendimientos.

Las estrategias propuestas van encaminadas a solucionar los problemas que se encontraron en el análisis de las entrevistas, así como también en las fichas de observación aplicadas.

6.2.3 Desarrollo de Estrategias

Mediante la investigación realizada se pudo encontrar dos grandes problemáticas que afectan a todos los emprendimientos como son la falta de publicidad y señalética. Es por eso que se plantea la siguiente propuesta general para fomentar el desarrollo socioeconómico de la parroquia San Rafael de la Laguna.

- Diseño de una imagen turística para la parroquia San Rafael de la Laguna.

- Diseño de señalética turística para los emprendimientos que brindan productos y servicios turísticos.
- Diseño de Tótem como publicidad para los emprendimientos turísticos de la parroquia San Rafael de la Laguna.
- Diseño de un folleto turístico para los emprendimientos turísticos de la parroquia San Rafael de la Laguna.
- Diseño de un cronograma de actividades para una feria de emprendimientos turísticos comunitarios.

Para el desarrollo de las estrategias propuestas por las investigadoras se ha utilizado fichas en donde se detalla el o los emprendimiento beneficiados, las acciones a realizarse y la propuesta.

6.2.3.1 Imagen Turística

La imagen turística de un destino “tiene que encapsular la esencia de la región, lo que la hace diferente y preferible, sus fortalezas y crear una relación con sus audiencias, la imagen hace ver y valer los valores del cantón” (Gavilanes, 2012, p.11).


Se considera relevante la creación de una imagen turística debido a que genera competitividad además es parte de la dinamización dentro del turismo.

Como primera propuesta se ha planteado desarrollar una imagen turística que guarde todos los elementos naturales, culturales y turísticos que posee la parroquia San Rafael de la laguna, a la vez se pretende generar identidad e interés para todos los habitantes que pertenecen a la parroquia San Rafael de la Laguna.

A continuación se puede observar la ficha de la propuesta planteada sobre la imagen turística.

Figura 1. Ficha de Propuesta 1

<p>Nombre de la Acción</p>	<p>Imagen Turística</p> <p>Creación de una imagen turística para la parroquia San Rafael de la Laguna.</p>	<p>Parroquia San Rafael de la Laguna</p>	<p>Presupuesto</p> <p>\$ 50,80</p>
<p>Descripción de la Acción</p>	<p>Crear una imagen turística para la parroquia San Rafael de la Laguna destacando sus atractivos naturales, culturales y turísticos generando identidad e interés para todos los habitantes que pertenecen a la parroquia San Rafael de la Laguna, de igual manera para los turistas que la visitan.</p> <p>Además se propone un slogan “La tierra del Coraza” debido a que el Coraza es un ser mítico netamente originario de la parroquia San Rafael de la Laguna.</p> <p>Trabajar en conjunto con el GAD Parroquial de San Rafael y la Dirección de Turismo del cantón Otavalo.</p> <p>El presupuesto se establece de acuerdo a los costos de diseño.</p>		

<p>Imágenes Asociadas</p> <p>Imagen Turística</p>	<p style="text-align: center;">Figura 2. Imagen turística</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p style="text-align: center;">Fuente: Elaborado por las autoras</p> <p>En la imagen turística destacan 3 aspectos importantes como son el imponente Volcán Imbabura, el majestuoso Lago San Pablo y el Coraza, personaje representativo de la parroquia San Rafael de la Laguna.</p>
--	--

Fuente: Elaborado por las autoras.

6.2.3.2 Señalética

La señalética turística es una parte fundamental de la organización, desplazamiento e información que ayuda al turista a tener una idea más clara y relevante sobre el producto o servicio al que está visitando, además de ser un indicador universal, la señalética turística ayuda al desarrollo de las localidades que brindan servicios turísticos, permitiendo captar la atención de las personas, es así que la señalética se define como “una herramienta especial que ayuda al turista a comprender mejor el paisaje, a conocer sus elementos más representativos y también a orientarse” (Pascual, 2016, párr.4).

De esta manera, la señalética turística no solo es un instrumento de información sino también brinda seguridad y motivación en el recorrido que realiza el turista.

La parroquia San Rafael de la Laguna está rodeada por maravillosos atractivos naturales como lo es el Volcán Imbabura y el Lago San Pablo, tiene vistas privilegiadas desde varios puntos específicos en las diferentes comunidades, a más de eso cuenta con varias actividades turísticas para ofrecer a turistas nacionales y extranjeros, sin embargo, no cuenta con Vallas Informativas que permitan a los turistas que circulan por la vía panamericana norte percatarse que están ingresando a la parroquia San Rafael de la Laguna y que esta cuenta con una gran oferta turística.

Figura 3. Ingreso norte a la Parroquia San Rafael de la Laguna



Fuente: Elaborado por las autoras.

Como se puede observar, el ingreso norte de la parroquia San Rafael de la Laguna no cuenta con vallas informativas.

Figura 4. Ingreso sur a la Parroquia San Rafael de la Laguna




Fuente: Elaborado por las autoras.

De igual manera, el ingreso sur de la parroquia no cuenta con vallas informativas.

Es por esto que se propone colocar vallas informativas de destino al ingreso norte y al ingreso sur de la parroquia, de tal manera que capte la atención de quien circule por esta vía y se interesen por conocer más sobre la localidad, sobre sus atractivos naturales, culturales, actividades turísticas que ofrece y así se generen ingresos económicos para la parroquia en general.

Figura 5. Ficha de Propuesta 2

Nombre de la Acción	Señalética	Ingreso norte y sur de la parroquia San Rafael de la Laguna	Presupuesto
	Diseño de vallas identificativas parroquiales para el ingreso norte y sur de la parroquia San Rafael de la Laguna		\$300,00

<p>Descripción de la Acción</p>	<p>Diseñar vallas informativas de destino de acuerdo a los parámetros descritos en el Manual de Señalización Turística otorgado por el Ministerio de Turismo del Ecuador, para atraer la atención de turistas nacionales y extranjeros.</p> <p>Trabajar en conjunto con el GAD Parroquial de San Rafael y la Dirección de Turismo del cantón Otavalo para establecer vallas informativas de destino que no genere contaminación visual.</p> <p>El presupuesto se establece de acuerdo a los costos de diseño.</p>
<p>Imágenes Asociadas</p> <p>Valla identificativa parroquial</p>	<p>Figura 6. Vallas identificativas parroquiales.</p>  <p>Fuente: Elaborado por las autoras.</p>

	<p>Las medidas de las vallas identificativas parroquiales serán de 6,00 X 3,00 m. según el Manual de Señalización Turística otorgado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.</p>
--	--

Fuente: Elaborado por las autoras.

Propuesta N° 2

Figura 7 Propuesta de ubicación valla identificativa parroquial.



Elaborado por: Las autoras.

Como se puede observar en la imagen, la valla informativa de destino será ubicada sobre el lado derecho de la vía panamericana norte a 300m antes de entrar a la parroquia tal como lo norma el Manual de Señalización Turística.

Figura 8. Propuesta de ubicación valla informativa parroquial.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Así mismo se puede observar en la imagen la valla informativa de destino que será ubicada sobre el lado derecho de la vía panamericana sur a 300m antes de entrar a la parroquia tal como lo norma el Manual de Señalización Turística.

La propuesta de señalética turística también se enfoca en cada uno de los emprendimientos que ofertan productos y servicios turísticos es así que se plantean las siguientes acciones para cada uno de los emprendimientos.

Propuesta 3

Vallas Informativas de Atractivos y Servicios– Medida: 4,80 m x 2,40 m

Estas vallas son una herramienta esencial para lograr atraer la atención de los turistas que circulan por la vía y que a su vez puedan tener una percepción de cuál


es la oferta turística de cada emprendimiento mediante los pictogramas colocados en la valla.

Se propone colocar vallas informativas, que sean visibles y permitan guiar al turista hacia un destino específico. En vista de que todos los emprendimientos cuentan con un acceso desde la vía panamericana norte, el lugar ideal para colocar estas vallas sería a la entrada que conduce al destino turístico. Tal como se muestra en la siguiente ficha de propuesta.

Se elabora una ficha por cada propuesta y se describe a continuación los diseños establecidos para cada uno de los emprendimientos. Las vallas informativas de destino diseñadas por las autoras cumplen los parámetros establecidos por el Manual de Señalética Turística del Ministerio del Turismo.

Figura 9. Ficha de propuesta 3

Nombre de la Acción	Señalética	Emprendimientos turísticos de la Parroquia San Rafael de la Laguna.	Presupuesto
	Diseño de vallas informativas de atractivos y servicios para los emprendimientos que brindan actividades turísticas (medida: 4,80 m x 2,40 m)	<ul style="list-style-type: none"> - Cabañas Balcón del Lago - Paraíso Escondido del Coraza - El Duende del Arte - Muelle de Cachiviro - Cochapungo - Cocha Wasi - Urku Wuasi - Totorá Wasi - Curi Cocha 	\$ 300,00

<p>Descripción de la Acción</p>	<p>Diseñar vallas informativas de atractivos y servicios para cada uno de los emprendimientos que ofertan actividades turísticas, con sus respectivos pictogramas de acuerdo a los parámetros descritos en el Manual de Señalización Turística que permitan guiar al turista hacia un destino específico.</p> <p>Trabajar en conjunto con el Gobierno Provincial de Imbabura, el GAD municipal de Otavalo, el GAD Parroquial de San Rafael de la Laguna y la Dirección de Turismo del cantón Otavalo para establecer vallas informativas de destino que no genere contaminación visual.</p>
<p>Imágenes Asociadas</p> <p>Valla informativa de atractivos y servicios</p>	<p>Figura 10. Valla informativa de atractivos y servicios Cabañas Balcón del Lago.</p>  <p>Fuente: Elaborado por las autoras.</p>

	Las medidas de las vallas informativas de destino serán de 4,80 X 2,40 m, de acuerdo al Manual de Señalización Turística otorgado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.
--	---

Fuente: Elaborado por las autoras.

Cabañas Balcón del Lago

Como se puede observar en la siguiente figura se ha realizado el montaje de la valla informativa de servicios del emprendimiento Cabañas Balcón del lago en la vía panamericana norte justo al ingreso del mismo, además se integran tres pictogramas de actividades turísticas que se han colocado de acuerdo a los servicios y actividades turísticas que ofrece como son: alojamiento, vista panorámica y caminatas.

Figura 11. Propuesta de ubicación valla informativa de servicios Cabañas Balcón del Lago.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Muelle de Cachiviro

De igual manera se ha realizado la valla informativa de atractivos y servicios del emprendimiento Muelle de Cachiviro con sus respectivas medidas de acuerdo al Manual de Señalética del Ministerio de Turismo del Ecuador tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 12. Valla informativa de atractivos y servicios Muelle Flotante de Cachiviro.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Montaje de la valla informativa de atractivos y servicios del emprendimiento Muelle de Cachiviro, se puede observar también los pictogramas que se ha incluido de acuerdo a los servicios que ofrece el emprendimiento como son: artesanías, avistamiento de aves acuáticas, restaurante, pesca deportiva y kayak. La valla informativa de atractivos y servicios está ubicada justo en la entrada principal del atractivo.

Figura 13. Propuesta de ubicación valla informativa de atractivos y servicios Muelle de Cachiviro.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Totora Wasi – El Paraíso Escondido del Coraza – El Duende del Arte

Para los emprendimientos que se encuentran en el centro parroquial se ha diseñado una valla informativa en la que consten los tres emprendimientos con su respectivo pictograma, debido a que la entrada principal de la parroquia conduce directamente a los tres emprendimientos, tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 14. Valla informativa de atractivos y servicios: Totora Wasi, El Paraíso Escondido del Coraza y El Duende del Arte.



Fuente: Elaborado por las autoras.

De igual manera se realiza un montaje de la valla informativa de servicios como se puede observar esta valla será ubicada en la entrada principal de la parroquia San Rafael de la laguna.

Figura 15. Propuesta de ubicación valla informativa de atractivos y servicios: Tolora Wasi, El Paraíso Escondido del Coraza y El Duende del Arte.

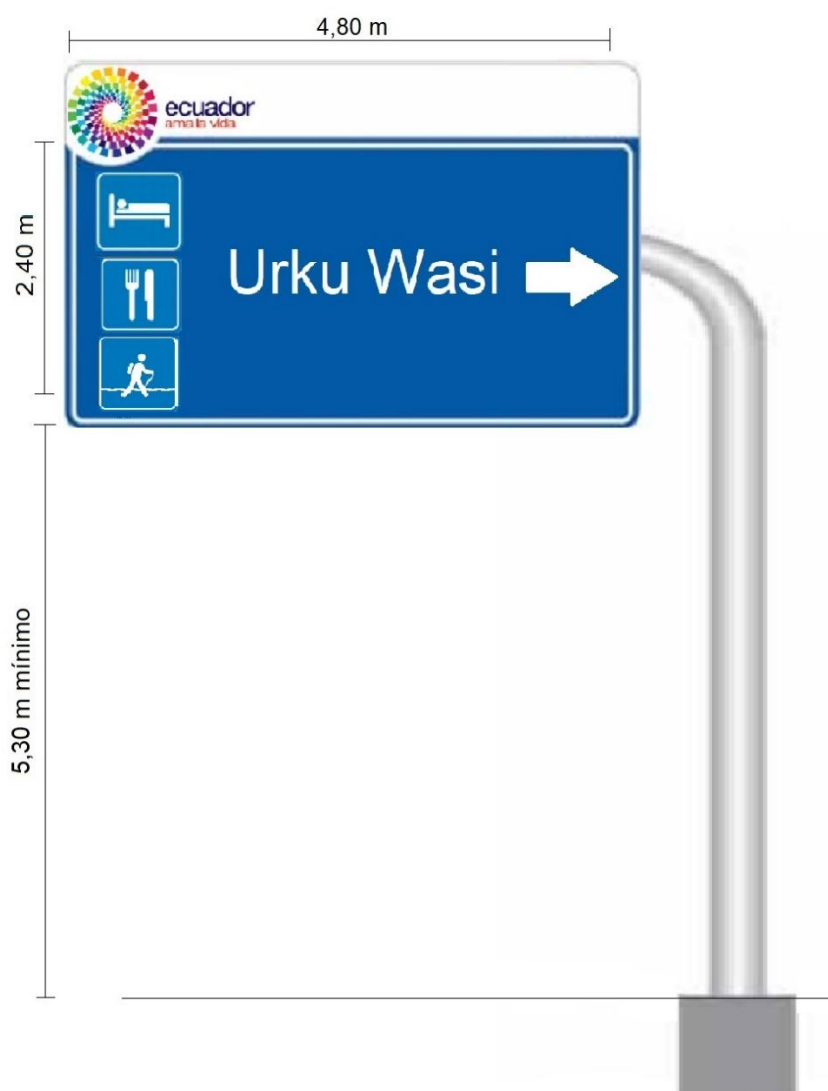


Fuente: Elaborado por las autoras.

Urku Wasi

Como se puede observar en la siguiente imagen se realizó una valla informativa de servicios para el emprendimiento denominado Urku Wasi con las respectivas medidas dadas por el Manual de Señalización Turística, además se han integrado tres pictogramas que van de acuerdo a los servicios y actividades que ofrece como son: alojamiento, gastronomía típica y caminatas.

Figura 16. Valla informativa de atractivos y servicios Urku Wasi.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Montaje de la valla informativa de servicios del emprendimiento Urku Wasi con sus respectivos pictogramas de acuerdo al servicio el cual ofrece ubicado en la entrada principal de la comunidad de Tocagón tal como se muestra en la siguiente figura.

Figura 17. Propuesta de ubicación valla informativa de atractivos y servicios Urku Wasi.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Cochapungo – Cocha Wasi – Curi Cocha.

Para los emprendimientos que se encuentran en la comunidad de Huaycopungo también se ha diseñado una sola valla informativa de servicios ya que los tres emprendimientos están en el mismo lugar.

Figura 18. Propuesta de ubicación valla informativa de atractivos y servicios: Cochapungo, Cocha Wasi y Curi Cocha.



Fuente: Elaborado por las autoras.

En la siguiente figura se puede observar el montaje de la valla informativa de servicios ubicada en la entrada principal de la comunidad de Huaycopungo que es el lugar en donde se encuentran los tres emprendimientos que brindan actividades turísticas.

Figura 19. Propuesta de ubicación valla informativa de atractivos y servicios: Cochapungo, Cocha Wasi y Curi Cocha.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Propuesta 3

Señales Turísticas de Aproximación - Medida: 2,40 m X 0,60 m


Se propone colocar señales ejecutivas de que permitan al turista saber si está siguiendo la vía correcta hacia su destino turístico.

Siendo así un instrumento que ayuda al turista a sentirse seguro y guiado correctamente.

Es por esto que se propone colocar señales ejecutivas para cada emprendimiento de tal manera que el acceso para el turista sea mucho más sencillo y no pierda tiempo en caso de perderse.

Figura 20. Ficha de Propuesta 4.

Nombre de la Acción	Señalética	Emprendimientos turísticos de la Parroquia San Rafael de la Laguna.	Presupuesto
	Diseño de Señales Turísticas de Aproximación, para direccionar y guiar a los turistas hacia los emprendimientos turísticos de la parroquia San Rafael de la Laguna (medida: 2,40 m x 0,60 m)	<ul style="list-style-type: none">- Cabañas Balcón del Lago.- Paraíso Escondido del Coraza- El Duende del Arte- Muelle de Cachiviro- Cochapungo- Cocha Wasi- Urku Wuasi- Totorá Wasi- Curi Cocha	\$ 204,98

<p>Descripción de la Acción</p>	<p>Diseñar señales turísticas de aproximación para cada uno de los emprendimientos que ofertan actividades turísticas de acuerdo a los parámetros descritos en el Manual de Señalización Turística que permitan guiar al turista hacia un destino específico.</p> <p>Trabajar en conjunto con el GAD Parroquial de San Rafael y la Dirección de Turismo del cantón Otavalo para establecer vallas informativas de destino que no genere contaminación visual.</p>
<p>Imágenes Asociadas</p> <p>Señal turística de aproximación</p>	<p>Figura 21. Señal turística de aproximación: Cabañas Balcón del Lago.</p>  <p>Fuente: Elaborado por las autoras.</p> <p>Las medidas de las señales turísticas de aproximación serán de 2,40 X 600mm, de acuerdo al Manual de Señalización Turística otorgado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.</p>

Fuente: Elaborado por las autoras.

Cabañas Balcón del Lago

Figura 22. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Cabañas Balcón del Lago



Fuente: Elaborado por las autoras.

Figura 23. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Cabañas Balcón del Lago



Fuente: Elaborado por las autoras.

Muelle de Cachiviro

Figura 24. Señal turística de aproximación: Muelle de Cachiviro.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Figura 25. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Muelle de Cachiviro.



Fuente: Elaborado por las autoras.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Totora Wasi

Figura 26. Señal turística de aproximación: Totora Wasi.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Figura 27. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Totora Wasi.



Fuente: Elaborado por las autoras.

El Paraíso Escondido del Coraza

Figura 28. Señal turística de aproximación: El Paraíso Escondido del Coraza.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Figura 29. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: El Paraíso Escondido del Coraza.



Fuente: Elaborado por las autoras.

El Duende del Arte

Figura 30. Señal turística de aproximación: El Duende del Arte.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Figura 31. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: El Duende del Arte.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Urku Wasi

Figura 32. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Urku Wasi.



Fuente: Elaborado por las autoras.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Figura 33. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Urku Wasi.



Fuente: Elaborado por las autoras.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Cochapungo – Cocha Wasi – Curi Cocha

Figura 34. Señal turística de aproximación: Cochapungo, Cocha Wasi y Curi Cocha.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Figura 35. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Cochapungo, Cocha Was y Curi Cocha.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Figura 36. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Cochapungo, Cocha Was y Curi Cocha.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Figura 37. Propuesta de ubicación de señal turística de aproximación: Cochapungo, Cocha Was y Curi Cocha.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Propuesta 4

Tótem

Los tótem sirven para causar un gran impacto visual para quien transite o circule por los puntos específicos donde estos se coloquen.

Es así que se propone colocar varios Tótem informativos que den a conocer los emprendimientos turísticos con los que cuenta la parroquia.

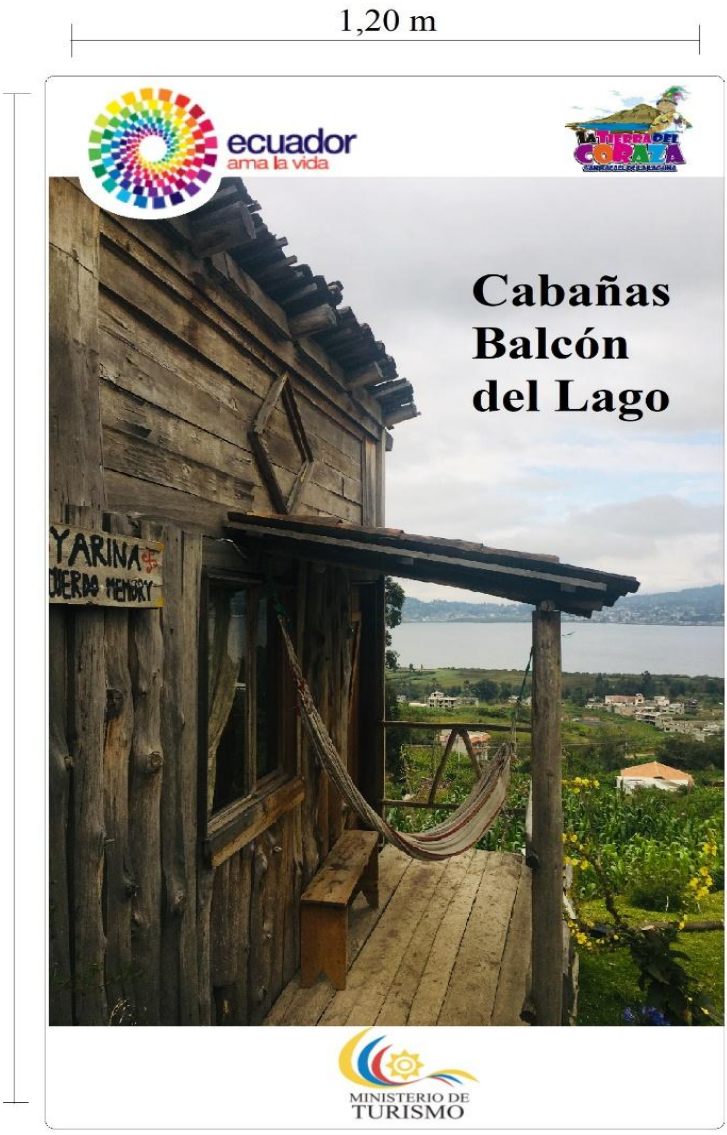
Estos deberán tener una imagen llamativa, que cause impresión al turista y decida visitar cada emprendimiento. Es por esto que los tótem deberían ser colocados tanto al ingreso norte como al ingreso sur de la parroquia San Rafael de la Laguna en el parterre de la vía panamericana norte.

La propuesta de tótem para cada emprendimiento es la siguiente:

Figura 38. Ficha de Propuesta 5.

Nombre de la Acción	Señalética	Emprendimientos turísticos de la Parroquia San Rafael de la Laguna.	Presupuesto
	Diseño de Tótem para publicitar los emprendimientos turísticos de la parroquia San Rafael de la Laguna	- Cabañas Balcón del Lago.	\$ 654,80

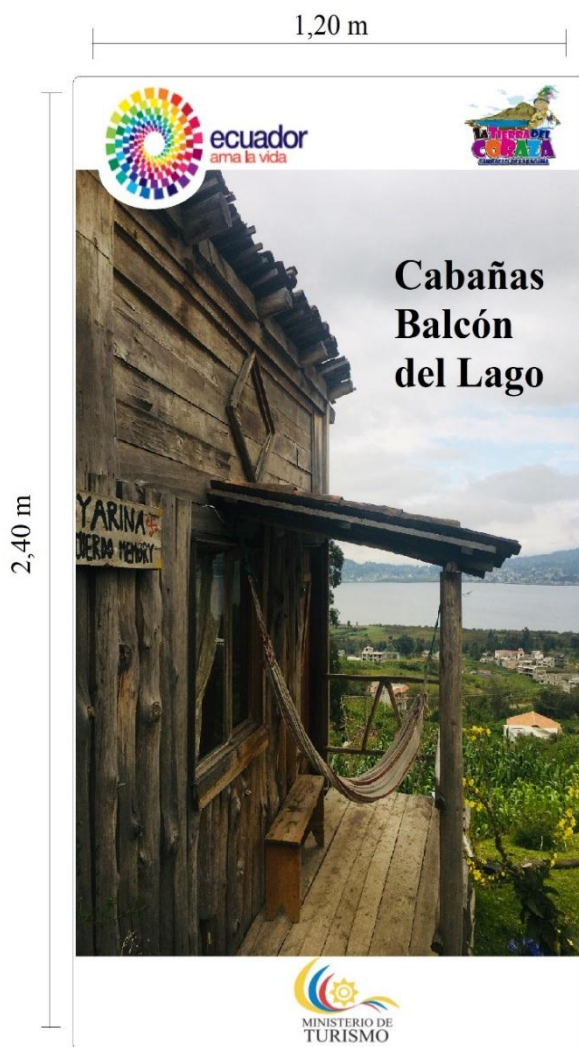
	(medida: 1,20 m x 2,40 m)	<ul style="list-style-type: none"> - Paraíso Escondido del Coraza - El Duende del Arte - Muelle de Cachiviro - Cochapungo - Cocha Wasi - Urku Wuasi - Totora Wasi - Curi Cocha 	
Descripción de la Acción	<p>Diseñar Tótem para cada uno de los emprendimientos turísticos de la parroquia San Rafael de la Laguna que ofertan actividades turísticas, para atraer al turista que circula por la vía panamericana norte creando un atracción visual al instante, las medidas se ha tomado de acuerdo a los parámetros descritos en el Manual de Señalización Turística, además se propone colocar los Tótem de atractivos o servicios en el parterre de la vía tal como se muestra en los siguientes montajes realizados.</p> <p>Trabajar en conjunto con el GAD Parroquial de San Rafael y la Dirección de Turismo del cantón Otavalo para establecer los tótem que brindarán información de los emprendimientos turísticos de la parroquia.</p> <p>El presupuesto se establece de acuerdo al costo del diseño.</p>		

<p>Imágenes Asociadas</p> <p>Tótem publicitario</p>	<p>Figura 39. Tótem publicitario Cabañas Balcón del Lago.</p>  <p>Fuente: Elaborado por las autoras.</p> <p>Las medidas de los Tótem publicitarios serán de 1,20m X 2,40m, de acuerdo al Manual de Señalización Turística otorgado por el Ministerio de Turismo del Ecuador.</p>
--	--

Fuente: Elaborado por las autoras.

Cabañas Balcón del Lago

Figura 40. Propuesta de ubicación Tótem publicitario Cabañas Balcón del Lago.



Fuente: Elaborado por las autoras.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Muelle de Cachiviro

Figura 41. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Muelle de Cachiviro.



Fuente: Elaborado por las autoras.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Totora Wasi

Figura 42. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Totora Wasi.



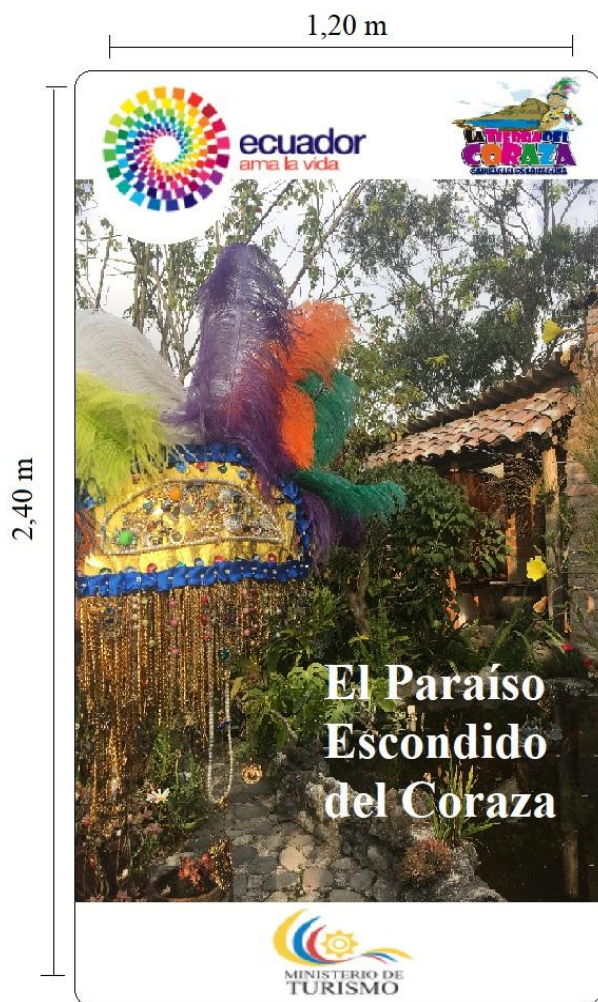
Fuente: Elaborado por las autoras.



Fuente: Elaborado por las autoras.

El Paraíso Escondido del Coraza

Figura 43. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: El Paraíso Escondido del Coraza.



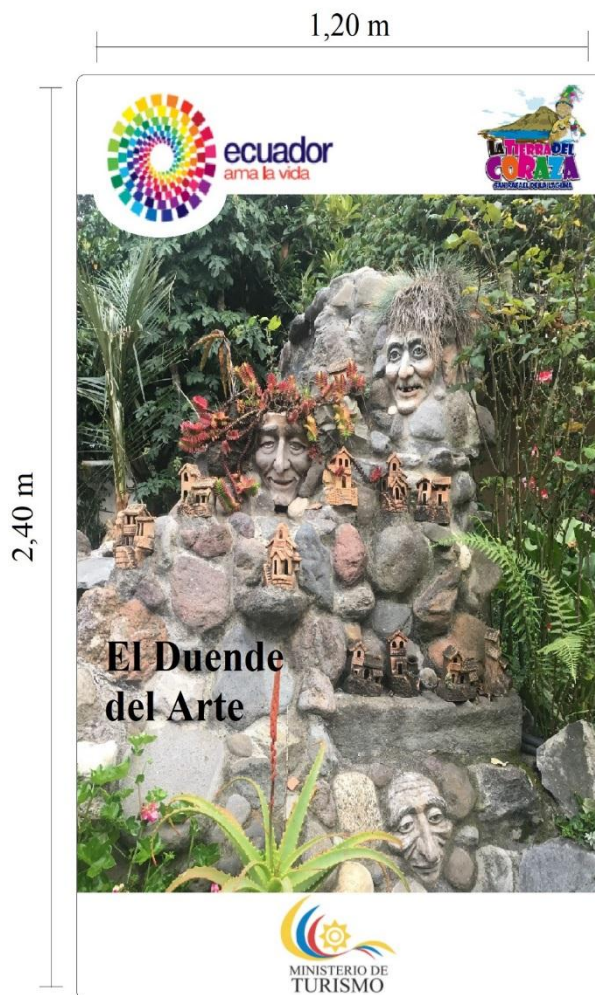
Fuente: Elaborado por las autoras.



Fuente: Elaborado por las autoras.

El Duende del Arte

Figura 44. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: El Duende del Arte.



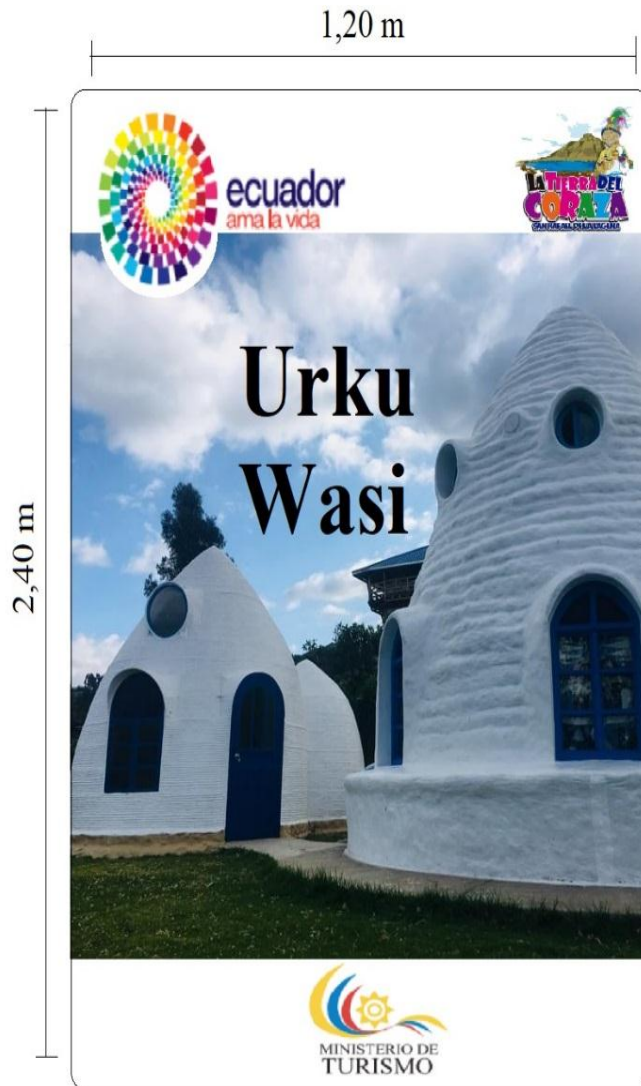
Fuente: Elaborado por las autoras.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Urku Wasi

Figura 45. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Urku Wasi.



Fuente: Elaborado por las autoras.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Cochapungo

Figura 46. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Cochapungo.



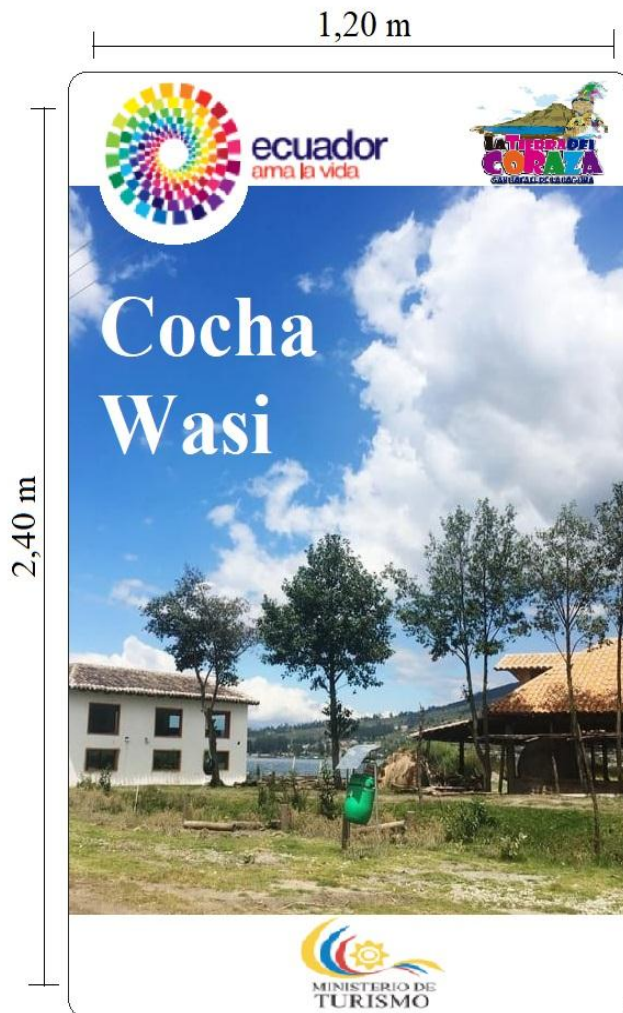
Fuente: Elaborado por las autoras.



Fuente: Elaborado por las autoras.

Cocha Wasi

Figura 47. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Cocha Wasi.



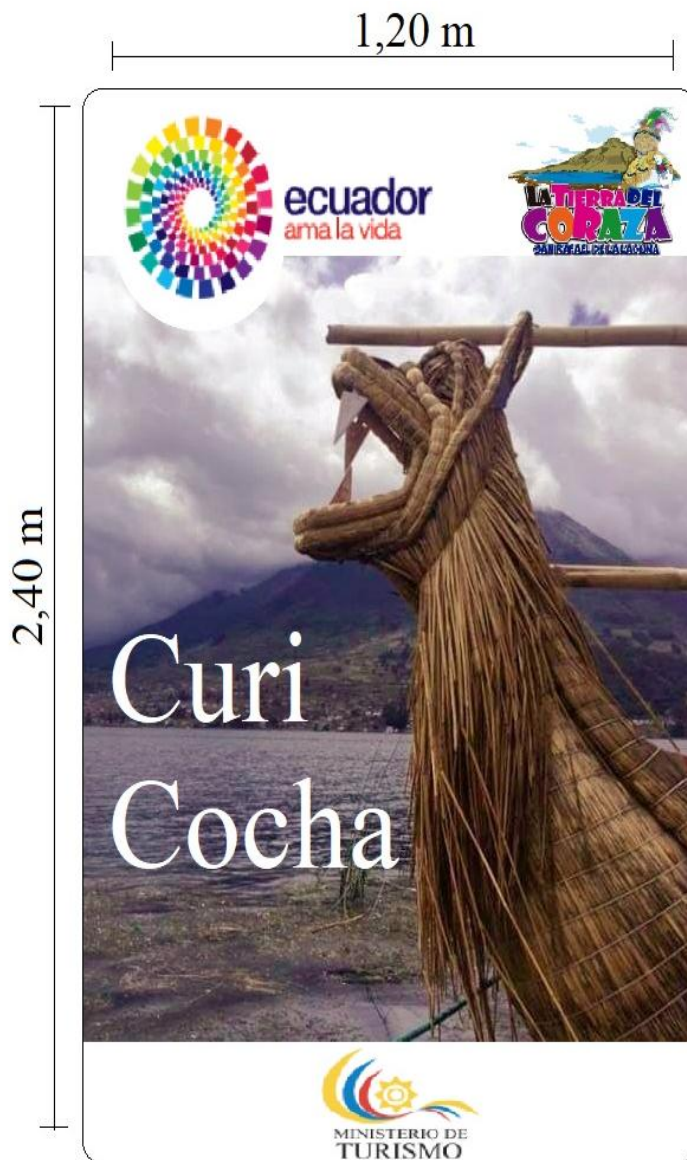
Fuente: Elaborado por las autoras.



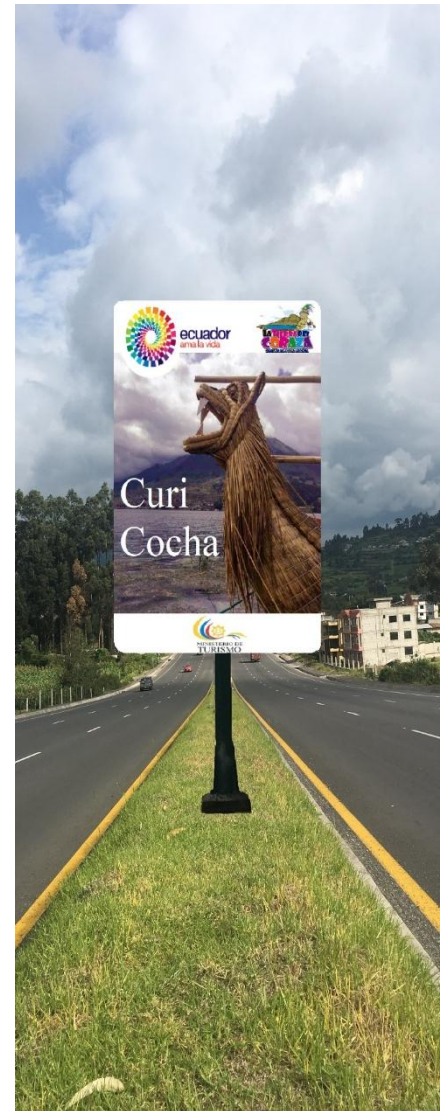
Fuente: Elaborado por las autoras.

Curi Cocha

Figura 48. Propuesta de ubicación Tótem publicitario: Curi Cocha.



Fuente: Elaborado por las autoras



Fuente: Elaborado por las autoras

Montaje de los Tótem

A continuación se presenta la propuesta de colocar los Tótem en sentido norte–sur de la parroquia San Rafael de la Laguna.

Figura 49. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana norte.



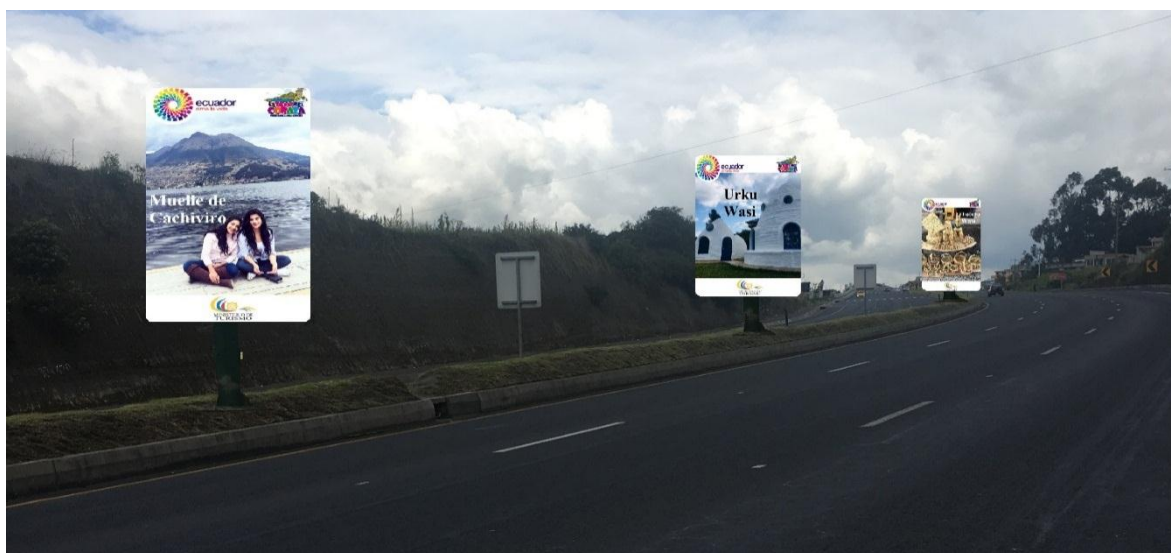
Fuente: Elaborado por las autoras

Figura 50. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana norte.



Fuente: Elaborado por las autoras

Figura 51. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana norte.

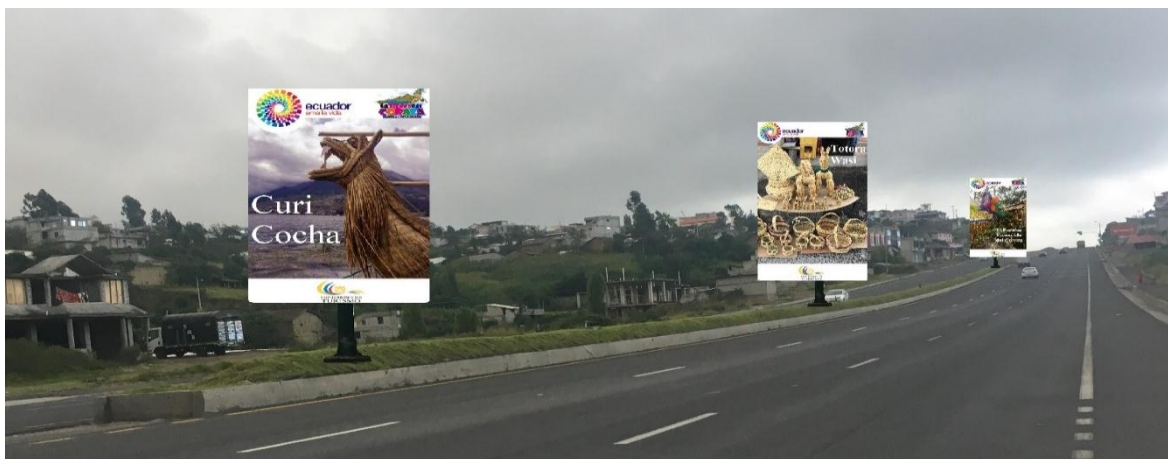


Fuente: Elaborado por las autoras

Propuesta de Ubicación de Tótem publicitario

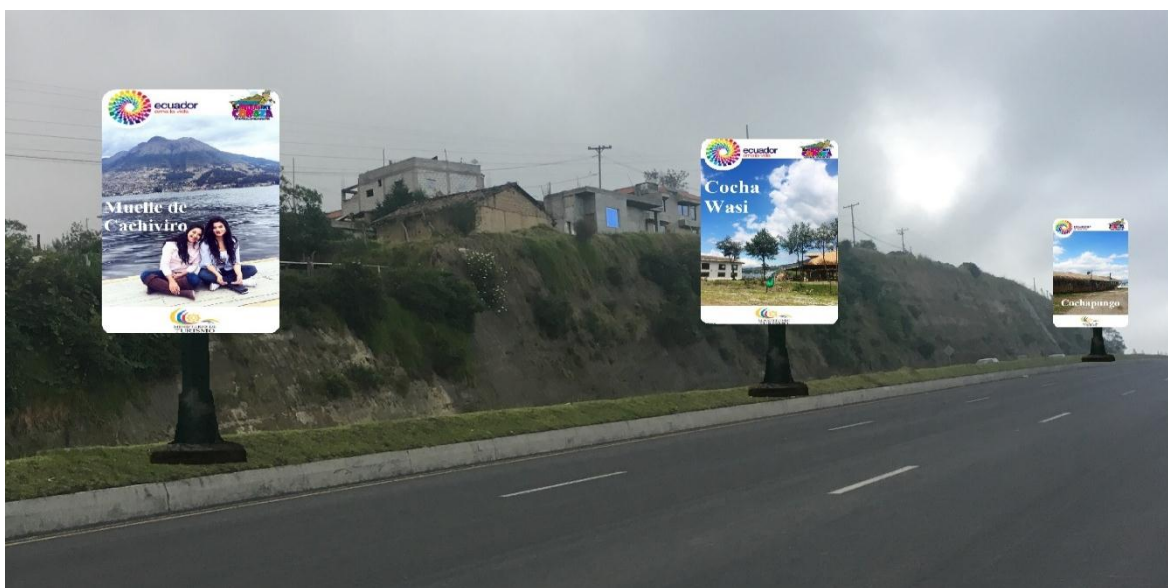
A continuación se presenta la propuesta de colocar los Tótem en sentido sur – norte de la parroquia San Rafael de la Laguna.

Figura 52. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana sentido sur-norte.



Fuente: Elaborado por las autoras

Figura 53. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana sentido sur-norte.



Fuente: Elaborado por las autoras

Figura 54. Propuesta de ubicación Tótem publicitario en la vía panamericana sentido sur-norte.



Fuente: Elaborado por las autoras

6.2.3.3 Publicidad

Como otra propuesta, se ha planteado realizar publicidad por medio de folletos turísticos, debido a que en las entrevistas realizadas a los propietarios de los emprendimientos se puede evidenciar que no poseen un elemento publicitario que se pueda distribuir para dar a conocer las actividades que ellos ofrecen.

Como un medio publicitario, se propone crear un folleto para los emprendimientos que brindan servicios turísticos en la parroquia San Rafael de la Laguna, en donde se muestra una pequeña descripción de cada uno de los emprendimientos, así como también las actividades que ofrecen para el turista.

Se pretende que este folleto sea distribuido de manera gratuita en las principales ciudades de la provincia de Imbabura, como a su vez en las provincias vecinas Pichincha y Carchi.

Figura 55. Ficha de Propuesta 6

Nombre de la Acción	Publicidad	Parroquia San Rafael de la Laguna	Presupuesto
	Creación de un folleto turístico para los emprendimientos de la parroquia San Rafael de la Laguna.		\$ 58,60

<p>Descripción de la Acción</p> <p>Folleto turístico publicitario</p>	<p>Crear un folleto para los emprendimientos que brindan servicios turísticos en la parroquia San Rafael de la Laguna para dinamizar la actividad turística atrayendo a más turistas.</p> <p>El folleto turístico deberá ser distribuido de manera gratuita y como punto de distribución se ha tomado el iTur de Otavalo debido a que está ubicado en la Plaza de Ponchos lugar donde existe afluencia de turistas nacionales y extranjeros, así como también en las provincias vecinas como son: Carchi y Pichincha.</p> <p>Trabajar en conjunto con el GAD Parroquial de San Rafael y la Dirección de Turismo del cantón Otavalo.</p> <p>El presupuesto se establece de acuerdo a los costos de diseño.</p>
--	---

Imágenes Asociadas

Figura 56. Folleto turístico.



Fuente: Elaborado por las autoras

Fuente: Elaborado por las autoras

Figura 57. Folleto turístico

<p>EL PARAÍSO ESCONDIDO DEL CORAZA</p>  <p>¡Porque el paraíso terrenal sí existe!</p> <p>OFRECEMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Hospedaje -Alimentación -Caminatas -Guianza 	<p>COCHA WASI</p>  <p>El lugar indicado para visitar y pasar la noche a orillas del Lago San Pablo y apreciar al imponente Taita Imbabura de cerca.</p> <p>OFRECEMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Hospedaje -Restaurante 	<p>TOTORA WASI</p> <p>Las mejores artesanías elaboradas a base de fibra de tatora, representan el arduo trabajo del pueblo de San Rafael de la Laguna.</p>  <p>OFRECEMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Artesanías de tatora -Muebles a base de tatora 
--	--	---

Fuente: Elaborado por las autoras

Figura 58. Folleto turístico.

<p>MUELLE DE CACHIVIRO</p>  <p>El lugar ideal para poner a prueba tu destreza en deportes acuáticos y aventurarte en el Lago San Pablo</p> <p>OFRECEMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Paseos en lancha -Gastronomía local -Kayak -Balsas de tatora 	<p>CABAÑAS BALCÓN DEL LAGO</p>  <p>Contamos con una vista panorámica privilegiada del Lago San Pablo, el Taita Imbabura y la Mama Cotacachi, el sitio ideal para apreciar la naturaleza y descansar del estrés ciudadano.</p> <p>OFRECEMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Hospedaje -Caminatas -Guianza 	<p>EL DUENDE DEL ARTE</p>  <p>OFRECEMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Exposición y venta de obras de arte <p>COCHAPUNGO</p>  <p>OFRECEMOS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Gastronomía local 
---	---	---

Fuente: Elaborado por las autoras

Se ha trabajado con un folleto turístico colorido con fotografías de los emprendimiento que capten la atención del turista, además se ha empleado la siguiente frase “San Rafael de la Laguna te espera” queriendo con ello convencer a los lectores para que visiten cada uno de las emprendimientos turísticos que ofrece la parroquia San Rafael de la laguna.

6.2.3.4 Cronograma de Feria de Emprendimientos Turísticos Comunitarios

Finalmente se propone realizar ferias turísticas comunitarias, donde participen los propietarios de los diferentes emprendimientos de la parroquia San Rafael de la Laguna, mediante las cuales se pueda dar a conocer los productos y servicios que oferta la parroquia.

Para la elaboración del cronograma de actividades de la feria de emprendimientos turísticos comunitarios se ha tomado en cuenta la época donde existe mayor afluencia de turistas, y ésta es en las fiestas parroquiales, donde acuden turistas nacionales y extranjeros para disfrutar de sus manifestaciones culturales y su riqueza natural, sin embargo, durante el periodo de las festividades no se ha aprovechado la concurrencia de visitantes para dar a conocer la oferta turística que posee la localidad.

Para lo cual se plantea el siguiente cronograma que incluyen fechas, emprendimientos, actividades a realizarse y entidades públicas y privadas que cooperan para que el evento se dé a cabo.

Nombre de la Feria: Feria de Emprendimientos Turísticos Comunitarios “La Tierra del Coraza”.

Slogan: ¡San Rafael de la Laguna te espera!

Fechas: Del 07 al 13 de junio de 2019

Cronograma:

07 de junio de 2019

Figura 59. Ficha de propuesta 7

<p>Feria de Emprendimientos Turísticos Comunitarios “La Tierra del Coraza” ¡San Rafael de la Laguna te espera!</p> 						
<p>Del 07 al 13 de junio de 2019</p>						
Viernes 07	Sábado 08	Domingo 09	Lunes 10	Martes 11	Miércoles 12	Jueves 13

Pregón de fiestas parroquiales.	Emprendimiento Muelle de Cachiviro. Emprendimiento Totorá Wasi	Emprendimiento El Paraíso Escondido del Coraza. Emprendimiento El Duende del Arte	Emprendimiento Urku Wasi	Emprendimiento Cabañas Balcón del Lago	Emprendimiento Cochapungo Emprendimiento Cocha Wasi Emprendimiento Curi Cocha	Clausura de la Feria de Emprendimientos Turísticos Comunitarios
Lugar						
Parque Central de la parroquia San Rafael de la Laguna	Comunidad de Cachiviro	San Rafael de la Laguna, Calle "La Estación"	Comunidad de Tocagón	Comunidad de Cachimuel	Comunidad de Huaycopungo	Parque Central de la parroquia San Rafael de la Laguna
Actividades a realizarse						
Pregón de fiestas parroquiales	Elaboración y venta de artesanías. Paseos en kayak. Paseos en cuadrón. Pesca deportiva. Paseos en lancha.	Recorrido por las instalaciones. Taller de pintura. Avistamiento de aves. Recorrido por el orquideario.	Recorrido por las instalaciones. Caminata a la cueva del murciélago.	Recorrido por las instalaciones. Caminatas recreativas.	Paseos en lancha de totora. Exposición y venta de la gastronomía típica del lugar. Pesca deportiva.	Evento cultural de la representación ancestral del Coraza y los Pendoneros.

Fuente: Elaborado por las autoras

El evento Feria de Emprendimientos Turísticos Comunitarios "Tierra del Coraza" ¡San Rafael de la Laguna te espera!, dará inicio con el pregón de fiestas parroquiales a realizarse el día viernes 07 de junio de 2019, donde se invitará a los turistas y población en general a acudir a los diferentes eventos programados hasta el día Jueves 13 de junio del presente año.

El día sábado 08 de junio, se realizará un recorrido por las instalaciones del Muelle de Cachiviro, donde se ofertarán paseos en lancha, kayak, pesca deportiva y paseos en cuadrón. De igual manera se dará a conocer el emprendimiento Totorá Wasi, donde se presentará una demostración del proceso y elaboración de las artesanías y esto se convertirá en una actividad atractiva que motive a los visitantes a adquirir sus productos artesanales.

El día domingo 09 de junio se realizará un recorrido por las instalaciones del emprendimiento El Paraíso Escondido del Coraza, donde se podrá realizar avistamiento de aves y un recorrido por su orquideario, de igual manera se dará a conocer el emprendimiento El Duende del Arte, en este lugar se realizará una exposición de sus obras de arte inspiradas en las diferentes manifestaciones culturales de la parroquia y sus recursos naturales, quienes acudan a este sitio podrán ser partícipes de un taller de pintura impartido por el artista Pedro Villamar.

El día lunes 10 de junio se realizará un recorrido por el emprendimiento Urku Wasi, en este lugar se realizará un recorrido por sus instalaciones, se podrá disfrutar de la gastronomía típica de la localidad y participar en una caminata hacia la Cueva del Murciélago, un sitio poco conocido pero muy atractivo tanto para turistas nacionales como extranjeros.

El día martes 11 de junio se realizará un recorrido por el emprendimiento Cabañas Balcón del Lago y a su vez participar en una caminata recreativa que dé a conocer las leyendas tradicionales de la localidad.

El día miércoles 12 de junio se realizará un recorrido por los emprendimientos Cochapungo, Curi Cocha y Cocha Wasi, donde se podrá realizar paseos en lancha de totora y degustar de la comida típica de la localidad preparada por miembros de la comunidad de Huaycopungo.

El día jueves 13 de junio se realizará la clausura de la feria en el Parque Central de la parroquia San Rafael de la Laguna, donde acudirán los propietarios de los diferentes emprendimientos comunitario y se llevará a cabo una representación del Coraza y de los Pendoneros, debido a que son manifestaciones culturales representativas de la parroquia, esto con el fin de conservar la cultura y cosmovisión de las actuales y futuras generaciones.

Las entidades vinculadas a esta feria serán: Ministerio de Turismo, Gobierno Provincial de Imbabura, GAD Otavalo, Dirección de Turismo de Otavalo, GAD Parroquial San Rafael de la Laguna y los propietarios de los diferentes emprendimientos turísticos comunitarios.

7 CONCLUSIONES

- San Rafael de la Laguna cuenta con atractivos turísticos y emprendimientos a disposición de los turistas, sin embargo, no cuentan con una imagen que permita identificarlos y posesionarlos como una parroquia turística. La imagen que una localidad transmite a los turistas se torna un punto clave para que esta sea identificada fácilmente desde cualquier punto del país e incluso desde el extranjero. Es por esto que la creación de una imagen turística para San Rafael de la Laguna permitirá que esta sea reconocida con el simple hecho de mirar su slogan y logotipo, de igual manera se convierte en un gran aporte para su desarrollo turístico.

- La parroquia San Rafael de la Laguna, privilegiada con recursos naturales y culturales, cuenta con varios emprendimientos que ofrecen actividades turísticas comunitarias, sin embargo, la falta de señalética turística perjudica a los establecimientos puesto que genera un desconocimiento por parte de turistas nacionales y extranjeros, esto conlleva a una poca afluencia de turistas. Las vallas informativas parroquiales son indispensables para indicar a los turistas que circulan por la vía la aproximación a una parroquia determinada, permitiendo captar su atención e interés por visitar la misma. Las vallas informativas de atractivos y servicios se convierten en una herramienta indispensable para dar a conocer al turista la oferta y aproximación de un destino turístico, brindando motivación para visitar los diferentes establecimientos, logrando así un desarrollo turístico y económico tanto para el emprendimiento como para la comunidad. Las señales turísticas de aproximación son de gran utilidad para guiar de manera clara y precisa al turista dentro de la parroquia o comunidad y así evitar perder tiempo en caso de perderse en el transcurso de la visita al emprendimiento.

- Mediante las entrevistas realizadas en la investigación se pudo notar que uno de los grandes problemas que enfrentan todos los emprendimientos es la falta de publicidad; para conseguir que un establecimiento logre llegar a su auge necesita

de publicidad, en el caso de San Rafael de la Laguna, al contar con nueve emprendimientos que brindan actividades turísticas comunitarias, los folletos turísticos se convierten en una herramienta publicitaria esencial para difundir la oferta de cada establecimiento a nivel cantonal, provincial, nacional e internacional.

- La parroquia San Rafael de la laguna cuenta con establecimientos que ofertan actividades de turismo comunitario, pero, en las entrevistas se evidenció que estos no reciben apoyo de autoridades provinciales, cantonales o parroquiales para publicitar sus emprendimientos, es por esto que los tótem son un instrumento publicitario que muestra una imagen atractiva de un destino turístico, logrando así captar la atención de quien transite por la vía donde estos estén ubicados.

8 RECOMENDACIONES

- El GAD municipal de Otavalo y el GAD parroquial de San Rafael de la Laguna deberían trabajar en conjunto para resaltar los recursos naturales y culturales que identifican a la parroquia y plasmarlos en un slogan y logotipo con los cuales todos los emprendimientos se vean identificados y estos se conviertan en una imagen representativa tanto para los emprendimientos actuales como futuros y así toda la parroquia se vea beneficiada.

- El Gobierno Provincial de Imbabura, el GAD municipal de Otavalo, el GAD parroquial de San Rafael de la Laguna y la Dirección de Turismo del cantón Otavalo se deben comprometer a mejorar la señalética turística de la parroquia, implementando vallas informativas parroquiales tanto al ingreso norte como al ingreso sur de la parroquia, vallas informativas de atractivos y servicios en los accesos principales a los emprendimientos turísticos y señales turísticas de aproximación dentro de las comunidades, de tal manera que se capte la atención de turistas nacionales y extranjeros que circulen por la vía panamericana norte y así los establecimientos y la parroquia en general se vean beneficiados económicamente con la llegada de más turistas.

- Los dueños y socios de los diferentes establecimientos mencionados en la presente investigación deberían unirse para elaborar un folleto turístico que plasme sus principales atractivos y la oferta que cada uno tiene, de esta manera se puede difundir los atractivos naturales, culturales, actividades turísticas con las que cuentan y así generar una motivación de viaje en quienes reciban los folletos.

- El Gobierno Provincial de Imbabura, el GAD municipal de Otavalo, el GAD parroquial de San Rafael de la Laguna, la Dirección de Turismo del cantón Otavalo

y los dueños de los emprendimientos se deben comprometer a trabajar en conjunto para colocar los tótem publicitarios en el parterre de la vía panamericana norte tanto a la entrada norte como a la entrada sur de la parroquia. Esto va a contribuir al desarrollo de los emprendimientos y al desarrollo socioeconómico de toda la localidad.

-Como un aporte de la academia para colectividad, se recomienda que la Pontificia Universidad Católica del Ecuador Sede Ibarra brinde capacitaciones de atención y calidad en el servicio turístico a los propietarios de los emprendimientos de turismo comunitario de la parroquia San Rafael de la Laguna con la colaboración de estudiantes de la Escuela GESTURH, carrera Turismo, como parte de sus prácticas pre profesionales. De esta manera se conseguirá mejorar falencias de cada emprendimiento y se logrará garantizar la calidad de los productos o servicios que brindan a los turistas.

9 REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Barbera, S. (Febrero de 2013). Plan de Dinamización Turística del Municipio de Millares (Valencia). (Diplomatura en Gestión y Administración Pública).
Obtenido de
<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/19158/PROYECTO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cabello, C. (Septiembre de 2013). Actividad Turística y de Naturaleza. (Trabajo de fin de Grado) Obtenido de
<https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/3446/1/TFG-B.281.pdf>
- Cevallos, M. (Septiembre de 2011). Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de la Parroquia San Rafael de la Laguna Obtenido de
<http://www.sanrafaeldelalaguna.gob.ec/pdot.pdf>
- Diario El Norte. (Abril de 2016). Coraza es un ser de respeto. Obtenido de
<http://www.elnorte.ec/otavalo/coraza-es-un-ser-de-respeto-EAEN63464>
- Gavilanes, V. (Junio de 2012). Señalética Turística. Obtenido de
<http://www.dspace.ecuenca.edu.ec/bitstream/123456789/375/1/tesis.pdf>
- Gómez, C. (Mayo de 2012). El Desarrollo Sostenible: Conceptos básicos, alcance y criterios para su evaluación. Obtenido de
<http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Havana/pdf/Cap3.pdf>
- Hamza, E. Y. (Julio de 2013). Plan de dinamización turística del valle de Iguña y Anievas. (Trabajo de fin de Máster). Obtenido de
<https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4544/EIYassir%20HamzaS.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos [INEC]. (Septiembre de 2010). Fascículo Provincial Imbabura. Obtenido de

<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manualateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>

Lalangui, J., Espinoza, C., & Pérez, M. (Enero de 2017). Turismo Sostenible. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus21117.pdf>

Ley de Patrimonio Cultural. (1979). Decreto N. 1008 Registro Oficial N. 266 de 19 de junio de 1979. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de http://www.unesco.org/culture/natlaws/media/pdf/ecuador/ec_leypatrcult1979_spaorof.pdf

Ley de Turismo. (2014). Ley de Turismo, Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdfhttps>.

Lozada , S. (2011). Estudio de factibilidad para la creacion de una distribuidora de materiales para la elaboracion de artesanías en la ciudad de Otavalo. Quito: ESPE. (Tesis de Pregrado). Obtenido de: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4979/1/T-ESPE-033029.pdf>

[MINTUR], M. d. (Febrero de 2013). PLANDETUR 2020. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/02/PLANDETUR-2020.pdf>

Montoro, M. (Abril de 2013). Plan de Dinamización del Producto Turístico del Alto de Guadalquivir. (Máster Interuniversitario Oficial en Políticas Territoriales de Empleo). Obtenido de: <https://helvia.uco.es/bitstream/handle/10396/12792/TFM.DEFENSA.MONTORO%20GAVILAN.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

[OMT], O. M. (Septiembre de 2013). Notas Metodológicas de la base de datos de estadística de turismo. Obtenido de: <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>

- Palomino, B., Gasca, J., & López, G. (Enero de 2016). Perspectivas de Ecoturismo. Obtenido de <file:///C:/Users/geflores/Downloads/Dialnet-PerspectivasDoEcoturismo-5761432.pdf>
- Pérez, Y., Vázquez, L., & Álvarez, V. (Julio de 2007). Producto Turístico. Obtenido de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2011b/956/Producto%20turistico.htm>
- Pascual, N. (Febrero 2016). La señalización turística como herramienta en la comunicación entre el hombre y la naturaleza. Obtenido de: <http://www.medioambienteycultura.es/blog/laseñalizaciónturisticacomoherramientaenlacomunicaciónentreeelhombreylanaturaleza>.
- Posso, M. (2014). Proyectos, Tesis y Marco Lógico. Quito: Noción Imprenta Quito.
- Ramos García, J. A. (Mayo de 2012). Propuesta de Dinamización Turística de la Comunidad Zapote de Picachos, Municipio de Tepic, a través de un Proyecto Etnoturístico. (Tesis de Pregrado). Obtenido de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/ciencia/2012/8/8.pdf>
- Reglamento General de Actividades Turísticas. (2011). Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto Ejecutivo 3400 Registro Oficial 726 de 17-dic-2002. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TUR%C3%8DSTICAS1.pdf>
- Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios. (2010). Reglamento para los Centros Turísticos Comunitarios, Acuerdo Ministerial 16 Registro Oficial 154 de 19-mar-2010. Quito, Pichincha, Ecuador. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-PARA-LOS-CENTROS-TURISTICOS-COMUNITARIOS.pdf>
- Ruiz, H. C. (2008). Turismo comunitario en Ecuador. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. Obtenido de: http://www.pasosonline.org/Publicados/6308/PS0308_2.pdf?origin=publish

Sacatoro, L. (Octubre de 2013). Plan de Dinamización Turística en la Comunidad de Malinguapamba, Parroquia Isinliví, Cantón Sigchos, Provincia de Cotopaxi. (Tesis de Pregrado). Obtenido de: <http://repositorio.utc.edu.ec/bitstream/27000/1647/1/T-UTC-1521.pdf>

Valcárcel, K. (Febrero de 2017). Puesta en valor de los atractivos naturales y culturales de la villa veraniega Los Pocitos. Partido de Patagones. (Tesina de Licenciatura en Turismo). Obtenido de <http://repositoriodigital.uns.edu.ar/bitstream/123456789/4023/1/Valc%C3%A1rcel%20Karen%20tesina..pdf>

Anexos.

Anexo 1 Cuestionario de Entrevista para Emprendedores

**Pontificia Universidad Católica del Ecuador
Sede Ibarra
Escuela de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras
GESTURH
Carrera de Turismo**

**INSTRUMENTO PARA ENTREVISTA A EMPRENDEDORES DE LA PARROQUIA SAN
RAFAEL DE LA LAGUNA**

Objetivo: Determinar el estado actual de las actividades de turismo comunitario y a la vez conocer la percepción que tienen los emprendedores de la parroquia sobre las mismas.

Estimado Emprendedor: Estamos realizando la presente entrevista para conocer aspectos relevantes sobre su emprendimiento turístico, con la información recopilada se podrán determinar posibles problemáticas y así plantear estrategias que permitan contrarrestar los mismos.

1.- ¿Cuál es el nombre de su emprendimiento?

2.- ¿Pertenece a algún tipo de asociación?

3.- ¿Cuándo inició con su emprendimiento?

4.- ¿Cuáles son los servicios que ofrece?

5.- ¿Desde que inició con su emprendimiento ha mejorado la oferta de servicios, o ha dado variedad a la misma?

6.- ¿Cuenta con un registro de llegada de turistas?

7.- ¿En qué temporada recibe más turistas?

8.- ¿En qué temporada recibe menos turistas?

9.- ¿Qué tipo de publicidad utiliza su establecimiento?

10.- ¿Cree usted que el acceso a su establecimiento es fácil tanto para un turista nacional como extranjero?

11.- ¿Han recibido apoyo por parte de autoridades parroquiales, cantonales, provinciales o gubernamentales para el desarrollo de su emprendimiento?

12.- ¿Cuáles cree que son los principales problemas que enfrenta su emprendimiento?

13.- ¿Cree usted que su parroquia en general cuenta con todos los servicios básicos y turísticos como transporte, alimentación, pernoctación y

entretenimiento para que el turista decida permanecer más tiempo en su localidad?

14.- ¿Tiene conocimiento sobre lo que es un plan de dinamización turística?

15.- ¿Le gustaría conocer un poco acerca de esto, qué es y qué busca un plan de dinamización turística?

¡Gracias por su tiempo y participación!

Entrevistador: _____

Fecha: _____

Observaciones

Anexo 2 Cuestionario para pobladores.

Pontificia Universidad Católica del Ecuador

Sede Ibarra

Escuela de Gestión de Empresas Turísticas y Hoteleras

GESTURH

Carrera de Turismo

INSTRUMENTO PARA ENCUESTA A POBLADORES DE LA PARROQUIA SAN RAFAEL DE LA LAGUNA

Objetivo: Determinar el estado actual de las actividades de turismo comunitario y a la vez conocer la percepción que tienen los moradores de la parroquia sobre las mismas.

Estimado Poblador, estamos realizando la presente encuesta para conocer su percepción sobre el desarrollo y manejo de las actividades turísticas de la parroquia San Rafael de la Laguna, subraye la respuesta que usted crea conveniente. Agradecemos nos otorgue unos minutos de su tiempo para responder estas preguntas.

1.- De la siguiente lista, ¿qué actividades de turismo comunitario conoce?

- Muelle de Cachiviro _____
- El Paraíso Escondido del Coraza _____
- Cabañas Balcón del Lago _____
- El Duende del Arte _____
- Hospedaje Urku Wasi _____
- Tоторa Wasi _____
- Cochapungo _____
- Cocha Wasi _____
- Curi Cocha _____

2.- De las siguientes actividades turísticas con las que cuenta su parroquia, ¿cuáles ha realizado?

Camping _____

Cabalgatas _____

Caminatas _____

Pesca deportiva _____

Paseos en lancha _____

Kayak _____

3.- En la escala del 1 al 5, tomando en cuenta que 1 es malo y 5 es excelente, ¿Cómo calificaría al servicio turístico ofertado en su parroquia?

1 Malo _____

2 Regular _____

3 Bueno _____

4 Muy Bueno _____

5 Excelente _____

4.- ¿Usted se ha visto beneficiado con las actividades turísticas de su parroquia?

SI _____

NO _____

5.- En la escala del 1 al 4, tomando en cuenta que 1 es nada y 4 es mucho, ¿Cómo cree que la actividad turística ayuda al desarrollo de su parroquia?

1 Nada _____

- 2 Casi nada _____
- 3 Medianamente mucho _____
- 4 Mucho _____

6.- De los siguientes problemas, ¿cuáles cree usted que están afectando al desarrollo de las actividades turísticas?

- Escaso apoyo de las autoridades _____
- Falta de publicidad _____
- Apatía por parte de la población _____
- Falta de unión por parte de la población _____
- Escasa oferta diversificada _____

7.- ¿Mediante qué tipo de publicidad ha llegado a conocer sobre las actividades turísticas de su parroquia?

- Redes sociales _____
- Socialización en reuniones comunales o parroquiales _____
- Radio _____
- Televisión _____
- Internet _____
- Vallas publicitarias _____
- Trípticos o folletos publicitarios _____
- Amistades o familiares _____

8.- ¿Cree usted que a su parroquia le hace falta desarrollar estrategias para dinamizar la actividad turística?

SI _____

NO _____

9.- ¿Cuáles de los siguientes aspectos cree que se deberían tomar en cuenta para las estrategias de dinamización turística?

Publicidad _____

Diversificación de oferta turística _____

Trabajo conjunto de autoridades y emprendedores _____

Otros _____

10.- ¿Estaría dispuesto a recomendar las actividades turísticas que posee su parroquia?

Desacuerdo _____

Medianamente de acuerdo _____

Totalmente de acuerdo _____

¡Gracias por su tiempo y participación!

Entrevistador: _____

Fecha: _____

Observaciones

Anexo 3 Ficha de Observación.

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE ECUADOR SEDE IBARRA

La presente ficha tiene como objetivo determinar aspectos relevantes sobre el estado actual de las actividades de turismo comunitario de la Parroquia San Rafael de la Laguna y esto sirva como una herramienta para evaluar el manejo de las mismas y poder establecer estrategias de dinamización.

NOMBRE DEL EMPRESARIADO	PROPIETARIO	CARACTERÍSTICAS GENERALES	PROBLEMÁTICA

Fuente: Elaborado por las autoras

Anexo 4 Cabañas Balcón del Lago.



Fuente: Elaborado por las autoras

Anexo 5 Urku Wasi.



Fuente: Elaborado por las autoras

Anexo 6 Cocha Wasi



Fuente: Elaborado por las autoras

Anexo 7 El Duende del Arte.



Fuente: Elaborado por las autoras

Anexo 8 El Paraíso Escondido del Coraza.



Fuente: Elaborado por las autoras

Anexo 9 Curi Cocha



Fuente: Elaborado por las autoras

Anexo 10 Muelle de Cachiviro



Fuente: Elaborado por las autoras

Anexo 11 Titora Wasi



Fuente: Elaborado por las autoras

Anexo 12 Encuestas realizadas a los pobladores.



Fuente: Elaborado por las autoras

Anexo 13 Encuestas realizadas a los pobladores.



Fuente: Elaborado por las autoras