



*Asesorías y Tutorías para la Investigación Científica en la Educación Puig-Salabarría S.C.
José María Pino Suárez 400-2 esq a Lerdo de Tejada, Toluca, Estado de México. 7223498475*

RFC: ATI120618V12

Revista Dilemas Contemporáneos: Educación, Política y Valores.

<http://www.dilemascontemporaneoseducacionpoliticayvalores.com/>

Año: VII

Número: Edición Especial

Artículo no.:50

Período: Febrero, 2020.

TÍTULO: Fortalecimiento del turismo comunitario en la comunidad Kichwa San Francisco de la Rinconada.

AUTORES:

1. Máster. Alex Francisco Vallejos Cazar.
2. Ing. Carlos Eduardo Peralta Cisneros.
3. Ing. Lucía Germania Chiriboga Moreno.
4. Máster. Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza.

RESUMEN: La investigación plantea un diseño de estrategias de promoción turística para el fortalecimiento del turismo comunitario en San Francisco de la Rinconada en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura-Ecuador; en este sentido, se utilizó diferentes textos virtuales de varios autores para alcanzar conceptos que permiten entender caracteres vitales del turismo comunitario. Además, mediante la aplicación de los métodos inductivo-deductivo y analítico-sintético se conoció diferentes criterios que pretenden contribuir con el desarrollo de la comunidad; en conclusión, las estrategias que se proponen ayudarán a mejorar los ingresos económicos, dinamizando la economía local y fomentado el cuidado y preservación de la naturaleza.

PALABRAS CLAVES: preservación, educación ambiental, rutas turísticas, estrategias de difusión.

TITLE: Strengthening community tourism in the Kichwa community San Francisco de la Rinconada.

AUTHORS:

1. Máster. Alex Francisco Vallejos Cazar.
2. Ing. Carlos Eduardo Peralta Cisneros.
3. Ing. Lucía Germania Chiriboga Moreno.
4. Máster. Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza.

ABSTRACT: The research proposes a design of tourism promotion strategies for the strengthening of community-based tourism in San Francisco de la Rinconada in the city of Otavalo, province of Imbabura-Ecuador. In this sense, different virtual texts of various authors were used to reach concepts that allow the understanding of vital characters of community-based tourism. In addition, through the application of the inductive-deductive and analytical-synthetic methods, different criteria were known that intend to contribute to the development of the community. In conclusion, the strategies that are proposed will help to improve the economic income, dynamizing the local economy and promoting the care and preservation of nature.

KEY WORDS: preservation, environmental education, tourist routes, dissemination strategies.

INTRODUCCIÓN.

La presente investigación estudia a la comunidad de San Francisco de la Rinconada perteneciente al cantón Otavalo, se espera convertir a los habitantes de esta zona en guías y generar emprendimientos locales mediante la inclusión del turismo rural, el cual permitirá la revalorización cultural, y desarrollo turístico, planteando estrategias de promoción turística para el fortalecimiento del turismo comunitario.

Imbabura es una provincia de la Sierra Norte de Ecuador, denominada como la región de los Lagos por la cantidad de lagunas que existen dentro de la provincia están ubicadas en San Pablo y en Cuicocha, Yahuarcocha, y Puruhanta en Pimanpiro, así como otros menores como la de San Marcos, Piñan, Mojanda y la chacra Negra entre Sigsipamba y Monte, La capital de la provincia de Imbabura tiene muchos puntos de interés, la provincia de Imbabura tiene como límites los ríos Chota, Mira y Guayllabamba, el monte de Quisarpa y el nudo de Mojanda y como capital la ciudad de Ibarra con 6 cantones, 10 parroquias urbanas y 37 rurales, su clima es muy variado que es mediterráneo y templado seco en Ibarra por un frío y paramo de los Andes, un clima continentalizado húmedo en Otavalo dando un promedio de 28 grados.

Hay diferencias altitudinales, desde los 1100 m.s.n.m. en la zona de Selva Alegre hasta los 4700 m.s.n.m en el cerro Imbabura la temperatura es de 14°, Idioma oficial castellano y Kichwa, su Moneda es el dólar norteamericano (Yacelga, 2006). Según los datos proporcionados por el señor Rivera presidente de la comunidad San Francisco de la Rinconada, en la reunión realizada el 4 de Junio del 2017 se obtuvo la siguiente información: los habitantes del lugar son 1575 personas divididas en familias incluyendo niños de 1 a 14 años, jóvenes de 15 a 25 años de edad, adultos de 24 a 50 años, adultos mayores de 51 a 70 años hasta personas de 100 años de edad, quienes dedican su tiempo a labores agrícolas, deportivas, recreativas y estudiantiles (Peralta, 2018).

Para el desarrollo de la investigación se determinó el marco teórico en base a la investigación bibliográfica, búsqueda de información relevante del tema de estudio, datos importantes que sirvió para comprender y analizar de mejor manera los elementos esenciales para determinar estrategias de promoción.

Los procedimientos metodológicos utilizados para el análisis fueron la recopilación de información primaria, la utilización de los instrumentos de investigación como la entrevista y encuesta las mismas ayudaron a conocer y examinar la realidad de la comunidad en relación al objeto de estudio dando

avance al proyecto. Con relación a la propuesta se crean estrategias de difusión como: señalética, trípticos, postales, rutas turísticas, y un portal web de información interactiva, se pretende contribuir con el desarrollo de la comunidad, en conclusión, las estrategias mostradas ayudarían a mejorar los ingresos económicos, dinamizando la economía local y fomentado el cuidado y preservación de la naturaleza formando un vínculo de respeto, valoración e identidad.

DESARROLLO.

La investigación se fundamenta en la propuesta de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (2005), la cual contribuye al respeto y protección a los conocimientos tradicionales y ancestrales de los pueblos indígenas, por lo que debe ser preservado, realizado y transmitido a las generaciones futuras como testimonio de la experiencia y de las aspiraciones humanas.

Es significativo fortalecer el turismo local de la comunidad San Francisco de la Rinconada, ícono de identidad cultural y pertenencia de saberes ancestrales, a través del diseño de actividades innovadoras que creen experiencias inolvidables al turista, y que fomenten la valorización y conservación mejorando la calidad de vida de las familias indígenas. La Constitución de la República del Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente, 2008), en el art. 57 numeral 1) en el Capítulo IV Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades menciona que: “Mantener, desarrollar y fortalecer libremente su identidad, sentido de pertenencia, tradiciones ancestrales y formas de organización social”. Esta definición concuerda con los aspectos de la cultura y patrimonio que se pretende analizar en este estudio enmarcado en el turismo Cultural y se ha convertido en un fenómeno de masas aportando al turismo cultural una dinámica creativa.

Morejón & Paspuezán (2015) plantean descubrir las tradiciones, costumbres, etnias o hábitos de un pueblo determinado reinvertir en planes y programas comunitarios, asimismo publicaciones

institucionales que empieza a consolidarse como actividad económica y socio-cultural de importancia surgen alternativas para la economía de las comunidades rurales, campesinas, indígenas, mestizas o afrodescendientes propias de un país para generar ingresos complementarios a las actividades económicas.

El turismo comunitario nace de analizar la dinámica, sostenida y creciente, que se ha generado en torno al turismo comunitario, incorporarse a una economía de mercado global, y reflejar necesidades primarias insatisfechas, pérdida de identidad cultural y social (Acerenza, 2004).

Los datos adquiridos mediante la investigación manifiestan que en la comunidad de La Rinconada su actividad principal es la agricultura, en los cerros o lugares altos cultivan productos de clima frío como trigo, cebada, papas, ocas; en tanto que en los bajos siembran especialmente maíz, la mayor parte de las cosechas la destinan al autoconsumo y el excedente lo venden en los mercados locales, otra actividad importante es la producción de artesanías especialmente cerámica, bordados, pinturas y tejidos, las comunidades se remonta a la existencia de tribus diversas: Imbayas, Cayambis, Otavalo. Estos últimos fueron dominados por lo caras, pueblo de superior cultura que el historiador padre Juan de Velasco afirma que vinieron desde el mar por el lado de Esmeraldas, el aporte de estas etnias permitiría hablar del nacimiento de una cultura Caranqui, el Imbabura y sus regiones fueron descubiertos en 1534, casi el mismo año que Benalcázar ocupó esa población y siguió su marcha hacia el norte en busca de tesoros que se ubicaron en los diferentes sitios por los grupos general fuera de las prioridades principales (Bahamonde, 2011).

Al respecto, la sabiduría ancestral otavaleña, la inclusión social y cultural de las familias de la comunidad deben ser fortalecidas, valoradas y vividas por generaciones, razón por la cual es importante buscar una dinámica que fortalezca, potencie y valore la gastronomía ancestral otavaleña.

Creative Tourism Network (2017) es la Red Internacional para la promoción del turismo creativo expone: “El objetivo principal de la red es promover el turismo creativo, dando a conocer las ofertas de sus destinos-miembros y creando sinergias entre ciudades y regiones que tienen un potencial para acoger a estos viajeros en busca de experiencias artísticas y humanas, independientemente de su importancia demográfica o su proyección internacional” (p.8).

Al hablar de las estrategias que se pretenden utilizar para la propuesta del presente estudio, Almeida (2008) plantea que la estrategia viene a ser un conjunto multidimensional y para tener éxito debe integrar elementos fundamentales, objetivos claros a largo plazo, comprensión profunda del entorno, apreciación de las fortalezas y debilidades, aprovechando las capacidades, de la empresa y tomando en cuenta eso, las estrategias turísticas deben cumplir sus metas para desarrollarse organizadamente. Al contrario, Ascanio (2012) manifiesta que “el marketing turístico es un proceso en el cual se definen de manera sistemática los lineamientos estratégicos, tomando en cuenta la incertidumbre del entorno y la competencia, las regulaciones y las leyes, la capacidad de controlar costos y el financiamiento” (p.56).

El turismo comunitario es importante porque se aprecia las diversas costumbres de las comunidades indígenas acogiendo experiencia para sacar adelante a la comunidad, surgen alternativas económicas, basado en el desarrollo y genera empleo para los habitantes de la zona y además incorpora una dimensión cultural, social y ambiental contribuyendo a los ingresos económicos de la comunidad (Vanegas, 2006). La meta a alcanzar del turismo comunitario es que pequeñas poblaciones naturales compartan sus hogares con los turistas y permitirá conocer a fondo, tradiciones, y que los mismos pobladores se transformen en guías, y hará más interesante la experiencia del turismo comunitario (Casas et al., 2012).

Las acciones comunitarias se realizan en base a un plan que surgirá para el desarrollo de toda la comunidad, un esfuerzo organizado voluntariado decidido con la población y producir mejores resultados e involucrar la directa participación de las personas se originan son experiencias para mostrar la protección de sus propios recursos y de los residentes (Ruiz & Solís, 2007).

Los estudios realizados por Vanegas (2006) detallan varias ventajas del Turismo Comunitario, alternativas de desarrollo económico, cultural y social; la comunidad debe ser una fuente generadora de empleos, y motivar a la población a conservar el medio ambiente, además de ayudar a preservar la identidad y el folklore, a practicar la democracia, la solidaridad, fortalecer la participación organizarse, afianzar lazos de servicios sociales, la planificación consiente de los recursos naturales nos ayuda al crecimiento económico, para el deleite y satisfacción de futuras generaciones.

Método de investigación.

En el proceso investigativo de este estudio se fundamenta en el enfoque cuali-cuantitativo debido a que permitió analizar las características del objeto de estudio, ya que facilito cuantificar los resultados alcanzados, además; se obtuvo criterios primordiales de las personas relacionadas en este tema, los cuales tiene conocimiento de la cocina ancestral y el turismo. La investigación tuvo como característica ser bibliográfica, observación directa, etnográfica e histórica porque se examinó un tema poco estudiado y de importancia cultural y patrimonial (Behar, 2008).

También se indagó en determinar las estrategias de promoción para la comunidad San Francisco de la Rinconada. La investigación fue propositiva porque los datos obtenidos permitieron formular una propuesta con un resultado efectivo y de primer enfoque. Para Fox (2008), el campo de carácter descriptivo documental tiene como la finalidad (propósito, objetivo, intención) de un determinado estudio. En esta etapa se consideraron algunos aspectos que ayudaron a recopilar información, en la que se realizó un registro etnográfico mediante trabajo de campo, obtenido de los comuneros,

portadores de conocimientos y de la observación directa de las prácticas socioculturales y la significación de los recursos que tiene la comunidad.

Esta investigación es de carácter transversal y estacional debido a que se realizó en tiempo fijo y en un espacio físico determinado, también la naturaleza de investigación es principalmente de campo, bibliográfica e histórica, ya que recoge información primaria realizándose en un territorio explícito, es decir en la comunidad de San Francisco de la Rinconada y bibliográfica, porque el estudio se sostuvo en el material bibliográfico de carácter científico y técnico.

Salkind (1998) manifiesta que “la investigación histórica se orienta a estudiar los sucesos del pasado” (p.12). Examina la relación de dichos sucesos con los eventos de la época pasada y sucesos presentes. Por su parte, para Hernández et al., (2014), el método etnográfico pretende explorar, examinar, analizar y entender sistemas sociales (grupos, comunidades, culturas y sociedades) (Creswell, 2013, Murchison, 2010 y Whitehead, como se citó en Hernández et al., 2014); así como producir interpretaciones profundas y significados culturales (LeCompre & Schensul, 2013 & Van Maanen, 2011, como se citó en Hernández et al., 2014), desde la perspectiva de los participantes o nativos (p.482). Con la utilización de este método se incorporó lo que expresaban los participantes, de acuerdo a sus experiencias, creencias, pensamientos y reflexiones en relación a estrategias de promoción turística para el fortalecimiento del turismo comunitario, para el logro del objetivo general de esta investigación.

Resultados.

En el proceso de interpretación de la información obtenida a través de las entrevistas, se constituyó con las áreas temáticas previas que son extraídas del aspecto teórico conceptual. Seguidamente, se presenta la comprensión-interpretación de la información y el proceso explicativo de sus aportaciones verbales de cada uno de los actores sociales para el desarrollo de la propuesta del presente estudio.

A continuación, se detallan los resultados obtenidos en esta investigación, realizado de acuerdo a las técnicas de la encuesta y entrevista a profundidad referente a los datos obtenidos de los gestores involucrados en este tema y el criterio del investigador.

El número de turistas que visitaron Otavalo según el portal de servicios del Ministerio de Turismo del Ecuador en el año del 2017 (como se citó en Peralta, 2018), se concentran 4166 cada mes de los cuales se tomará en cuenta a 2496 que son la población económicamente activa. A continuación, se plantea la fórmula de la muestra que se aplicó:

Fórmula para cálculo de la muestra.

- $n = \text{muestra}$
- $N = \text{población } 2.496 \text{ (habitantes)}$
- $o = \text{desviación estándar } 0,5$
- $Z = \text{nivel de confianza } 1,96$
- $E = \text{error } 0,05$

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

$$n = \frac{2496 (0,5)^2 (1,96)^2}{(2496 - 1) (0,05)^2 + (0,5)^2 (1,96)^2}$$

$$n = \frac{2496 (0,25) (3,8416)}{(2495) (0,0025) + (0,25) (3,8416)}$$

$$n = \frac{2496 (0,9604)}{6,2375 + 0,9604}$$

$$n = \frac{2397,16}{7,1979}$$

$$n = 333$$

De acuerdo con la investigación y las observaciones realizadas a los turistas que visitan la comunidad, buscan diferentes servicios tal como alojamiento en viviendas, conocimiento de sus costumbres, tradiciones, cultura, idioma y alimentación.

Durante la encuesta realizada a los visitantes nacionales e internacionales en la ciudad de Otavalo, en su mayoría desean practicar y compartir las convivencias comunitarias, *Pachamanka*, *Pawkar Raimi*, *Inty Raimi*, *Kapak Raimi*, *Tumarina* que son las prácticas más importantes en la comunidad.

Los turistas que visitan la comunidad están dispuestos a adquirir paquetes turísticos en agencias de viajes, consecuentemente los consiguen en revistas, periódicos o folletos turísticos, programas de radio y televisión, internet, redes sociales.

Las características que atraen son efectuar caminatas, cabalgatas, senderismo, camping y trekking, se debe de tomar en cuenta que lo que más llama la atención de esta comunidad es el entorno natural, la competencia costos y financiamiento, imágenes de marketing turístico que incorporan dimensiones culturales, sociales ambientales que contribuyen a la economía de la comunidad.

Rivera (2014) plantea algunas alternativas para promocionar el turismo comunitario, así como también el manejo adecuado de los recursos naturales, culturales, sociales y turísticos de la comunidad; esto puede contribuir como una base para diagnosticar la situación turística de la zona. El diagnóstico de la situación actual, el análisis FODA, la misión, visión y objetivos, financiación y distribución de las mismas su finalidad turística es trabajar en conjunto con los habitantes de la comunidad lo cual servirá para generar ingresos económicos alternativos y fomentar el incremento de turistas en la comunidad de San Francisco de la Rinconada.

Trujillo & Lomas (2014) indican la construcción de modelos de gestión y planificación de proyectos comunitarios, propone opciones sostenibles al nivel ambiental; esta generalización va a servir como un aporte científico para tener un sustento sobre el turismo comunitario dando orden y prioridad a los servicios turísticos complementarios.

Según la investigación ejecutada en la comunidad San Francisco de la Rinconada durante la entrevista realizada el señor Julio Tumbaco presidente de la comunidad en el año del 2016, menciona que la principal situación problemática es la escasa promoción turística para el fortalecimiento del turismo comunitario, de parte de las entidades públicas no hay apoyo financiero para establecer estrategias de difusión del lugar, además no son capacitados en temas relacionados con el turismo lo que esto ha permitido que los habitantes emigren a otras ciudades por la falta de empleo en su localidad.

Discusión.

El desarrollo del turismo comunitario en esta zona establece la convivencia de los extranjeros con los comuneros para adquirir conocimientos acerca de las costumbres, tradiciones y folclore de las comunidades indígenas, compartir experiencias y es indispensable aprovechar y explotar responsablemente los atractivos naturales y culturales. A continuación, se presenta un esquema tomado de Osorio (2006).

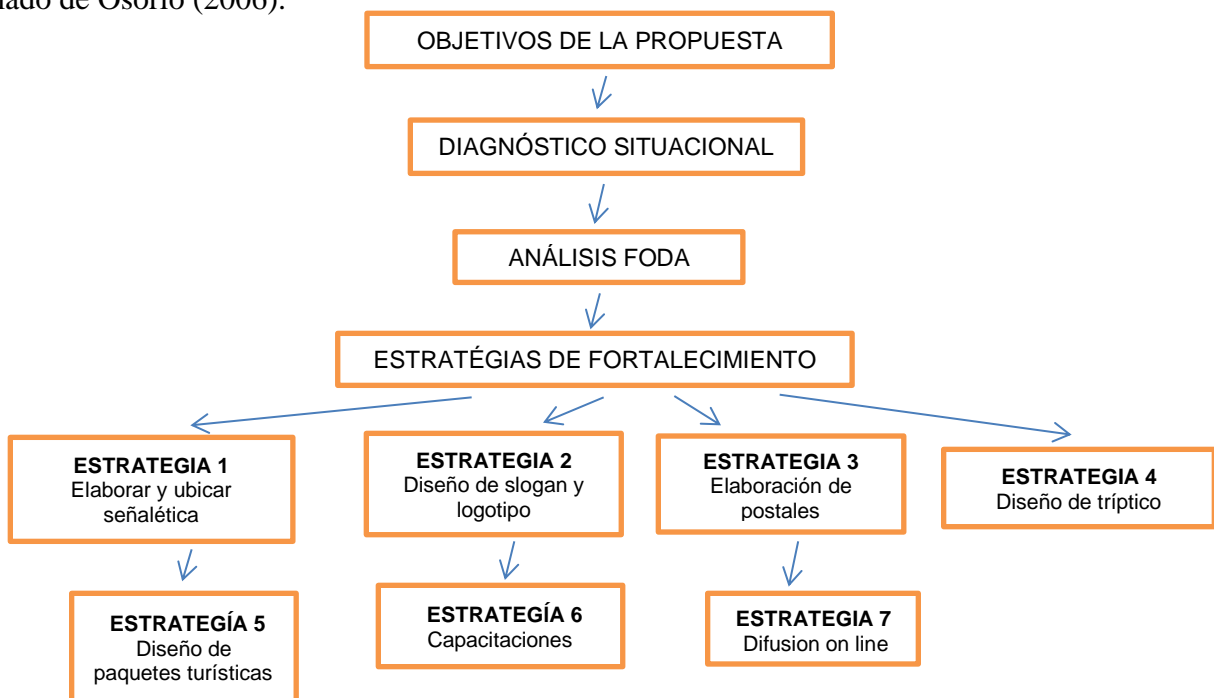


Figura 1. Esquema de la propuesta. Fuente: Vallejos, 2019.

Una vez definido el esquema de la propuesta, se realizó una matriz FODA, con el respectivo cruce de actividades. Esta actividad permitió identificar los procesos a seguir en relación a la propuesta del presente estudio.

A continuación, se presentan las estrategias para el fortalecimiento del turismo comunitario:

Estrategia 1. Establecer simbología de actividades basadas en comunicarse con los visitantes y que ellos se puedan ubicarse en un espacio físico a través del posicionamiento de señales en los lugares principales de la comunidad. El objetivo es reconocer puntos de encuentro información, alimentación, servicios e indicaciones para organizar espacios recreativos.

Acciones a ejecutar:

- Diseño de gráficos en acrílico y vinil
- Colocación de las señaléticas en el lugar establecidas

Simbología turística de actividades.

Señalar indicaciones a los visitantes sobre las actividades que se pueden realizar dentro de la comunidad.



Figura 2: Casa comunal. Fuente: Vallejos, 2019.

Es un sitio, en donde se reúnen los habitantes de la comunidad para conversar sobre asuntos importantes, realizar proyectos, programar mingas, planificar horarios deportivos, folklore y sucesos que son fundamentales para el desarrollo del cabildo.

Sendero de trekking.



Figura 3: Sendero de trekking. Fuente: Vallejos, 2019.

Es un punto de partida, donde el turista puede orientarse geográficamente para hacer recorridos turísticos y observar los atractivos turísticos estratégicos con mayor énfasis.



Figura 4. Venta de artesanías. Fuente: Vallejos, 2019.

En la casa comunal se fabrican, se comercializan y se almacenan las artesanías creadas por los moradores indígenas de la comuna, sería de gran ayuda incorporar señalética inclusiva a la venta y comercialización.

Alimentación.



Figura 5: Servicios de Alimentos (San Francisco de la Rinconada). Fuente: Vallejos, 2019.

Es un lugar donde los habitantes de la zona preparan y comercializan comida tradicional, para dar cabida a la satisfacción gastronómica mientras los habitantes y visitantes participan en las manifestaciones deportivas que ahí se realizan.

Simbología de precaución.



Figura 6: Camino de la comunidad. Fuente: Vallejos, 2019.

Son puntos específicos que nos demuestran las precauciones que debemos tomar durante la visita.



Figura 7: Chozas comunitarias. Fuente: Vallejos, 2019.

Son covachas que se encuentran ubicadas alrededor de la comunidad. Se ubicarán 6 señaléticas para indicar los diferentes servicios en lugares estratégicos.

Detalle	Cantidad	Material	Medidas	C/U	Valor Total
Señalética	7	Acrílico y vinil	40 cm x 60 cm	\$14.00	\$98.00
TOTAL					\$98.00

Tabla 1: Presupuesto de la señalética. Fuente: Vallejos, 2019.

Estrategia 2. Slogan y Logotipo.

El objetivo de la estrategia 2 es diseñar un slogan y un logotipo como carta de presentación que demuestra la autenticidad y la belleza del atractivo turístico.

Acciones a ejecutar:

- Diseñar un slogan y un logotipo
- Estructurar letreros
- Colocación de los esquemas en la comunidad

Slogan.

“La rinconada tierra de magia y encanto”

Logotipo.



Figura 8: Presentación del logotipo. Fuente: Vallejos, 2019.

Nota: El logotipo fue diseñado en el software de diseño Ilustrador CC 2014 con recursos vectoriales, siguiendo los parámetros del diseño gráfico en colormetría, escalas, tamaños, mínimo y máximo para que sea utilizado en cualquier aplicación sea impresa o digital con colores, CMYK para productos físico y RGB para productos digitales y webs.

Con relación a la significación de colores se detalla que el verde representa a los árboles y la naturaleza, así como el slogan son de este color que representa la naturaleza, representa armonía, el crecimiento o la frescura. A nivel emocional tiene una fuerte relación con la seguridad, también significa un nuevo comienzo y mucho crecimiento. El azul personifica el cielo y el título principal

son de este color se utiliza ampliamente para representar a la calma y la responsabilidad, puede ser refrescante y agradable asociado con la paz y de fuertes connotaciones espirituales.

Detalle	Cantidad	Material	Medidas	C/U	Valor Total
Elaboración del slogan	1	Acrílico y vinil	40 cm x 60 cm	\$50.00	\$50.00
TOTAL					\$50.00

Tabla 2: Presupuesto del logotipo. Fuente: Vallejos, 2019.

La estrategia 3. Hace referencia a diseños de postales y el objetivo de la estrategia es plasmar imágenes que muestran las costumbres cultura, vestimenta, folklore utilizando postales de correo tradicional para información del turista.

Acciones a ejecutar:

- Captar las imágenes.
- Definir la estructura de las postales.
- Impresión de las postales.
- Barnizador con UB, Color de 8cm x 3cm.



Figura 9. Baile tradicional indígena durante de las fiestas de San Juan.

Fuente: Vallejos, 2019.

Nota: Las postales fueron realizadas a partir de las fotos tomadas en la comunidad de “San Francisco de la Rinconada” fueron diseñadas en el software de diseño Ilustrador y Photoshop de adobe del paquete CC.



Figura 10. Fuente de Punyaro (Otavalo – Imbabura). Fuente: Vallejos, 2019.

Nota: Las postales fueron realizadas a partir de las fotos tomadas en la comunidad de “San Francisco de la Rinconada” fueron diseñadas en el software de diseño Ilustrador y Photoshop de adobe del paquete CC.



Figura 11. Grupo de indígenas durante el campeonato de futbol en la comunidad.

Fuente: Vallejos, 2019.

Nota: Las postales fueron realizadas a partir de las fotos tomadas en la comunidad de “San Francisco de la Rinconada” fueron diseñadas en el software de diseño Ilustrador y Photoshop de adobe del paquete CC.

Detalle	Cantidad	Material	Medidas	C/U	Valor Total
Diseño de postales	4			\$10.00	\$40.00
Impresión	100	Papel cauche de 300 gr con barnizado uv e impresión un contrapasa	10 cm x 15 cm	\$0.80	\$80.00
TOTAL					\$120.00

Tabla 3. Presupuesto de las Postales. Fuente: Vallejos, 2019

Estrategia 4. Con relación a la estrategia se plantea promoción mediante trípticos y el objetivo es elaborar trípticos con imágenes del lugar para información de este atractivo turístico.

Acciones a ejecutar:

- Captar las imágenes
- Definir el orden del tríptico
- Impresión del tríptico
- Barnizador con UV, Color de 8cm x 3cm



Gráfico 12. Tríptico de las manifestaciones culturales y atractivos naturales.

Fuente: Vallejos, 2019.

Detalle	Cantidad	Material	Medidas	C/U	Valor Total
Diseño de tríptico	1			\$10.00	\$20.00
Impresión	100	Couche de 150 gr barnizado uv y grafado.	21cm x 29.7 cm	\$1.00	\$80.00
TOTAL					\$100.00

Tabla 4: Presupuesto del Tríptico. Fuente: Vallejos, 2019.

Estrategia 5. Con relación a la estrategia se plantea el diseño de paquetes turísticos y el objetivo es elaborar trípticos con imágenes del lugar para información de este atractivo turístico.

Distribuir dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, servicios y transporte, establecer un precio individual para cada servicio.

Acciones a ejecutar:

- Ofrecer visitas, hospedaje, alimentación y guianza.
- Plantear un itinerario de visita.
- Dar a conocer las actividades.
- Presentar los precios por paquete turístico.

Recorrido de la Ruta de mi tierra (1 día) *Chaki ñan llacta*.

La salida de los turistas será desde la ciudad de Otavalo con destino a la comunidad, donde se llegará a la casa del Sr. Klever Rivera presidente de la comunidad de San Francisco de la Rinconada, en las cuales se realizará las siguientes actividades: visita a la casa comunal, observación de la elaboración de artesanías, explicación de la historia de la comunidad, y visita a la plantación agrícola. Estas actividades se llevarán a cabo en aproximadamente 3 horas, posteriormente se brindará el almuerzo respectivo a los turistas. En horas de la tarde se realizará cabalgatas con destino a la Hacienda de

Rosas Pamba, en donde se podrá observar la flora y fauna local, observación de animales de granja, participación en las actividades agrícola-ganadera, sección de fotografías, estas actividades se desarrollarán en aproximadamente 4 horas, luego de las cuales se procederá al regreso, finalizando así el recorrido.

Día 2.

A las 8 am se brindará el desayuno en la casa comunal bajo la supervisión del presidente de la comunidad el Sr. Klever Rivera, a las 9am se parte a realizar la caminata a la cascada de Taxopamba donde el guía dará explicación general del atractivo turístico, de las plantas y animales existentes del lugar, se podrá tomar fotografías, luego se retornará a la comunidad a servirse el almuerzo en la casa comunal. A partir de las 2 pm se realizará actividades dinámicas con características de los observados y participación en los juegos tradicionales de la comunidad.

Itinerario día 1.

ITINERARIO	
Día 1	ACTIVIDADES
HORA	
9:00	Salida da ciudad de Otavalo
10:00	Visita a la casa comunal, observación, fotografía
10:30	Visita al centro de elaboración de artesanías, observación, fotografía.
11:00	Explicación de la historia de la comunidad
11:30	Visita a la planta agrícola del cabildo
12:00	Almuerzo
12:30	Arribo a la hacienda Rosas Pamba.
13:30	Observación, la flora y la fauna de la Hacienda
14:00	Observación de animales de granja
14:30	Participación en actividades agrícola y ganadera
15:00	Fotografiar atractivos turísticos de la hacienda
16:00	Regreso a la ciudad de Otavalo

Incluye	Alimentación y transporte	No Incluye	Comidas y bebidas extras
Requisitos para la visita		Ropa abrigada, documentos personales para el registro de los clientes, protector solar, gafas, cámara fotográfica o filmadora, gorra.	
Restricciones para la visita		Grandes cantidades de dinero, equipos de sonido, armas blancas, de fuego, cualquier tipo de droga, alcohol, cigarrillos, y material inflamable para realizar fogatas.	
PRECIO	\$42.50		

Tabla 5: Itinerario 1. Fuente: Osorio, (2006).

Itinerario día 2.

ITINERARIO			
Día 2		ACTIVIDADES	
HORA		Desayuno a los visitantes.	
8:00			
9:00		Inicio de la caminata hacia la cascada de Taxopamba	
10:30		Explicación general de las plantas y animales del atractivo turístico	
11:00		Toma de fotografías	
12:00		Regreso a la comunidad	
12:10		Almuerzo	
14:00		Participación en dinámicas y actividades	
15:00		Intervención de los turistas en juegos tradicionales	
16:00		Regreso a la ciudad de Otavalo	
Incluye	Alimentación y transporte	No Incluye	Comidas y bebidas extras
Requisitos para la visita		Ropa abrigada, documentos personales para el registro de los clientes, protector solar, gafas, cámara fotográfica o filmadora, gorra.	
Restricciones para la visita		Grandes cantidades de dinero, equipos de sonido, armas blancas, de fuego, cualquier tipo de droga, alcohol, cigarrillos, y material inflamable para realizar fogatas.	
PRECIO	\$90.00		

Tabla 6: Itinerario 2. Fuente: Osorio (2006).

Estrategia 6. Capacitación. El objetivo del mismo es capacitar a los habitantes presentando temas de turismo comunitario y servicio al cliente, para que adquieran destrezas y valores que le permitan desempeñarse correctamente en ámbitos turísticos.

Acciones a ejecutar:

- Organizar temas de capacitación para los pobladores
- Definir al capacitador
- Plantear precios por capacitación y dar a conocer horarios

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Capitador	1 días/ 4h Sábado 2 h Domingo 2h	7.00\$ día	14.00\$
Alquiler de proyector	2 días/ 4h Sábado 2h Domingo 2h	5.00\$ día	10.00\$
Materiales para la capacitación	50 esferos 2 marcadores 5 papelotes	12.5\$ 1.40\$ 0.50\$	14.40
Refrigerio	25 unidades	0.50\$	12.50\$
TOTAL			50.90\$

Tabla 7: Presupuesto para desarrollar la estrategia de capacitación.

Fuente: Vallejos, 2019.

Estrategia 7. Difusión online el objetivo de la misma es utilizar los medios informáticos, así como las redes sociales, blogs para, la creación.

CONCLUSIONES.

A continuación, se describe las conclusiones de acuerdo a cada objetivo planteado al inicio del proyecto de investigación:

- Mediante la investigación se ha llegado a la conclusión que mediante el proyecto se puede fortalecer la relación entre visitantes y habitantes de la comunidad, además de servir como bases para aumentar su calidad de vida, así como también mejorar los ingresos económicos.
- A través de la estrategia de señalética cumplimos el reconocimiento de puntos de encuentro e información general del cabildo.
- Mediante la creación del slogan, el logotipo, el diseño de postales y la elaboración de trípticos se ejecuta como un sello de presentación y aporte gráfico de la característica de la cultura que habita en la comunidad.
- La creación del paquete turístico incluye itinerarios y capacitación que sirven para ofrecer un diagnóstico sobre el hospedaje, alimentación, guianza y precios a los visitantes.
- La difusión on line nos permite conocer ilustraciones con una página web y Facebook que indica espacios turísticos accesibles en la zona.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

1. Acerenza, M.Á. (2004). Marketing de destinos turísticos. México: Editorial Trillas.
2. Almeida, C. (2008). Turismo agroecológico. Editorial Flacso.
3. Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución de la República del Ecuador. Registro Oficial 449. Montecristi-Manabí. Recuperado de:
https://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_const.pdf
4. Ascanio, A. (2012). Marketing Turístico. Editorial Trillas.
5. Bahamonde, G. (2011). Proyecto de Factibilidad para la creación de una Hostería Rústica Ecológica en la Zona de Intag-Provincia de Imbabura. Trabajo para obtener el Título de Ingeniera en Gestión Hotelera. Universidad Tecnológica Equinoccial.

6. Behar, D.S. (2008). Metodología de la investigación. Editorial Shalom. Recuperado de: <http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
7. Casas, A.C., Soler, A. & Pastor, V.J. (2012). El Turismo Comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco (Perú). *Cuadernos de Turismo*, No.30, pp.91-108.
8. Creative Tourism Network. (17 de enero de 2017). El turismo creativo. Recuperado de: <https://issuu.com/creativetourismnetwork/docs/turismo-creativo-fitur17>
9. Fox, M. (2008). El proyecto de investigación: su significado. *Revista Habanera de Ciencias Médicas*, 7(4).
10. Hernández, R., Fernández, C. & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. Mexico: Mc GrawHill- Education.
11. Morejón, L.N. & Paspuezán, A.M. (2015). Análisis de la escasa oferta y demanda de los recursos turísticos de la Comunidad de Morán. Repositorio Digital Universidad Técnica del Norte.
12. Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. (2005). Directrices Prácticas para la aplicación de la convención del Patrimonio Mundial. Centro del Patrimonio Mundial. España. Recuperado de: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000138676_spa
13. Osorio, M. (2006). La planificación turística. Enfoques y modelos. *Revista Quivera*, 8(1), pp.291-314.
14. Peralta, C.E. (2018). Estrategias de Promoción Turística para el Fortalecimiento del Turismo Comunitario en la comunidad de San Francisco de la Rinconada Otavalo. Proyecto de Investigación Previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Universidad Regional Autónoma de los Andes- UNIANDES.

15. Rivera, J.H. (2014). Plan de Desarrollo de Turismo Comunitario para la comunidad de Chilcapamba en el Cantón Cotacachi, Provincia de Imbabura. Repositorio de la Universidad Regional Autónoma de los Andes. Ecuador.
16. Ruiz, E. & Solís, D. (2007). Turismo comunitario en Ecuador: desarrollo y sostenibilidad social. Editorial Abya Yala
17. Salkind, N.J. (1998) Métodos de Investigación. México. Prentice-Hall.
18. Trujillo, C. & Lomas, R. (2014). Gestión Sostenible en Turismo Comunitario: programas de manejo, interpretación ambiental y sedentarismo: caso práctico Cascada de Peguche. Ecuador. Comunidad Faccha Llacta.
19. Vanegas, G.M. (2006). Ecoturismo Instrumento de Desarrollo Sostenible. Medellín. Universidad de Antioquia. Recuperado de:
<http://bibliotecadigital.udea.edu.co/dspace/bitstream/10495/149/1/EcoturismoInstrumentoDesarrolloSostenible.pdf>
20. Yacelga, F. (2006) Enfoques y desarrollo de la ciudad de Otavalo. Editorial Simón Bolívar

BIBLIOGRAFÍA.

1. Taylor, S.J. & Bogdan, R. (2002). Introducción a los métodos cualitativos de investigación. La búsqueda de los significados. España: Editorial Paidós.
2. Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo – Senplades, (2017). Plan Nacional para el Buen Vivir 2017 – 2021. Quito – Ecuador. Consejo Nacional de Planificación. Recuperado de:
<https://www.gobiernoelectronico.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2017/09/Plan-Nacional-para-el-Buen-Vivir-2017-2021.pdf>

DATOS DE LOS AUTORES.

- 1. Alex Francisco Vallejos Cazar.** Magister en Ecoturismo en Arreas Protegidas. Docente de la Carrera de Administración de Empresas, Universidad Regional Autónoma de Los Andes, UNIANDES, sede Ibarra, Ecuador. E-mail: ui.alexvallejo@uniandes.edu.ec
- 2. Carlos Eduardo Peralta Cisneros.** Ingeniero en Dirección y Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. Profesor en educación básica graduado del Instituto Superior Pedagógico Alfredo Pérez Guerrero. E-mail: tauro-Ing@hotmail.com
- 3. Lucía Germania Chiriboga Moreno.** Ingeniera Comercial. Funcionaria del Ministerio de Salud Pública del Ecuador. E-mail: luya.chiriboga@gmail.com
- 4. Carmen Verónica Valenzuela Chicaiza.** Magister en Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa. Docente Investigador de la Universidad Regional Autónoma de los Andes, UNIANDES, Sede Ibarra – Ecuador. E-mail: ui.carmenvalenzuela@uniandes.edu.ec

RECIBIDO: 9 de enero del 2020.

APROBADO: 18 de enero del 2020.