



ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA: MÚSICA Y DANZA AUTÓCTONA COMO
ALTERNATIVA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LAS
COMUNIDADES DEL VALLE DEL CHOTA Y OTAVALO**

**AUTORAS: ORTEGA ALMAGRO KATERINE ELIZABETH
POVEDA ROSALES ANABELY GEOVANNA**

DIRECTOR: ING. AVILÉS BYRON

SANGOLQUÍ

2016

CERTIFICADO TUTOR

CERTIFICADO TUTOR



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, "MÚSICA Y DANZA AUTÓCTONA COMO ALTERNATIVA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL CHOTA Y OTAVALO" realizado por las señoritas KATERINE ELIZABETH ORTEGA ALMAGRO y ANABELY GEOVANNA POVEDA ROSALES, ha sido revisado en su totalidad, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizar a las señoritas KATERINE ELIZABETH ORTEGA ALMAGRO y ANABELY GEOVANNA POVEDA ROSALES para que lo sustenten públicamente.

Sangolquí, 12 de diciembre del 2016

Ing. M.B.A. Byron Avilés León

DIRECTOR

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Nosotras, **KATERINE ELIZABETH ORTEGA ALMAGRO**, con cédula de identidad N° 172389038-8 y **ANABELY GEOVANNA POVEDA ROSALES**, con cédula de identidad N° 172296314-5, declaramos que este trabajo de titulación "**MÚSICA Y DANZA AUTÓCTONA COMO ALTERNATIVA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL CHOTA Y OTAVALO**" ha sido desarrollado considerando los métodos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaramos que este trabajo es de nuestra autoría, en virtud de ello nos declaramos responsables del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Sangolquí, 12 de diciembre del 2016

Katerine Elizabeth Ortega Almagro
C.E: 172389038-8

Anabely Geovanna Poveda Rosales
C.E: 172296314-5

AUTORIZACIÓN

iii



DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y DE COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y
HOTELERA

AUTORIZACIÓN

Nosotras, **KATERINE ELIZABETH ORTEGA ALMAGRO** y **ANABELY GEOVANNA POVEDA ROSALES**, autorizamos a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación "**MÚSICA Y DANZA AUTÓCTONA COMO ALTERNATIVA DE PROMOCIÓN TURÍSTICA EN LAS COMUNIDADES DEL VALLE DEL CHOTA Y OTAVALO**" cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra autoría y responsabilidad.

Sangolquí, 12 de diciembre del 2016

Katerine Elizabeth Ortega Almagro
C.I: 172389038-8

Anabely Geovanna Poveda Rosales
C.I: 172296314-5

DEDICATORIA

A mi madre Rocío quien a pesar de la distancia ha sido el motor fundamental en cada una de las etapas de mi vida, a mi padre Patricio que me ha brindado su apoyo de manera incondicional y a mi hermana Natalia quien ha sido mi ejemplo a seguir y me ha impulsado día a día a alcanzar cada una de mis metas.

A mi abuelita Rafaela, quien ha estado presente y pendiente de mí cada día desde que tengo la fortuna de convivir con ella, con sus detalles y atenciones que me motivan a seguir adelante.

Finalmente, a quiénes se han enorgullecido y han formado parte de mis logros, Wladimir y el resto de mi familia que me han demostrado que, con esfuerzo, todo es posible.

Katerine Elizabeth Ortega Almagro

DEDICATORIA

Dedico de manera especial a mi madre Adriana Rosales por ser la persona más importante en mi vida, fuente de inspiración y amor más grande que tengo, quién me ha impulsado cada día a lograr mis objetivos siendo el pilar fundamental en mi formación y en cada etapa de mi vida,

A mi padre Geovanny Poveda quien desde la distancia me ha brindado su apoyo y me ha demostrado que todo esfuerzo vale la pena. Aquellos que han sido parte de mis logros y gestores del progreso en mi vida Eduardo, mi familia y amigos incondicionales.

Anabely Geovanna Poveda Rosales

AGRADECIMIENTO

A Dios principalmente, por ser el guía en la realización de este trabajo y por habernos permitido culminar con éxito una meta más. A nuestros padres por su cariño, motivación y apoyo incondicional.

A la Universidad de las Fuerzas Armadas – ESPE, la cual nos abrió sus puertas para la formación profesional.

A nuestro director y codirector de proyecto Ingeniero Byron Avilés y Doctor Nelson Carvajal, quienes con sus conocimientos supieron encaminar de la mejor manera el trabajo de titulación y por ser partícipes activos en la supervisión profesional del mismo.

A la Dirección de Turismo de Ibarra, Otavalo y Ambuqui; principalmente a Arturo Nier, Mary Condo, Eliana Ferigra y Segundo Terán por facilitar el acceso a información valiosa para la realización del trabajo

A los miembros de las comunidades, de manera especial a Daniel Alemán, Yaric Pineda quiénes con su conocimiento ayudaron a complementar la investigación.

A Juan Huaraca quién desinteresadamente compartió su saber acerca de sus estudios sobre la cultura afrochoteña.

A Islandia Báez por facilitarnos información y fotografías de instrumentos musicales que yacen en la Casa de la Cultura ecuatoriana.

A nuestra familia y amigos quienes han estado apoyándonos de manera incondicional a lo largo de toda la formación profesional y personal.

Katerine Ortega & Anabely Poveda

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CERTIFICADO TUTOR.....	i
AUTORIA DE RESPONSABILIDAD	ii
AUTORIZACIÒN	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiv
RESUMEN	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÒN	xvii
Importancia del problema	xvii
Objetivos	xviii
Objetivo general.....	xviii
Objetivos específicos	xviii
CAPÍTULO 1.....	1
MARCO TEÓRICO.....	1
1.1. Teorías de soporte	1
1.2. Marco referencial	7
1.3. Marco Conceptual.....	17
CAPÍTULO II.....	20
MARCO METODOLÒGICO.....	20
2.1. Enfoque de investigación: Mixto	20
2.2. Tipología de investigación	20
2.2.1. Por su finalidad: Aplicada.....	20
2.2.2. Por las fuentes de informaciòn: Mixto	20
2.2.3. Por las unidades de análisis: Mixto.....	21
2.2.4. Por el control de las variables: No experimental	21
2.2.5. Por el alcance: Descriptivo	21

2.3.	Instrumentos de recolección de información	21
2.3.1.	Recolección Bibliográfica.....	21
2.3.2.	Entrevista	22
2.3.3.	Encuesta	25
2.3.4.	Observación	28
2.4.	Procedimiento para recolección de datos Varios	35
2.5.	Cobertura de las unidades de análisis Varios.....	35
2.6.	Procedimiento para tratamiento y análisis de información Síntesis.....	37
CAPÍTULO III.....		38
RESULTADOS.....		38
1.1.	Otavalo.....	38
1.1.1.	Música.....	40
1.1.2.	Danza	58
1.2.	Salinas	66
1.2.1.	Música.....	68
1.2.2.	Danza	76
1.3.	Estudio de Mercado	81
1.3.1.	Oferta de los servicios turísticos	81
1.3.2.	Demanda de los servicios turísticos	92
1.3.3.	Precios.....	113
1.3.4.	Promoción y Difusión	118
CAPÍTULO IV:		126
PROPUESTA.....		126
4.1.	Mapa Etnomusicológico	126
4.2.	Página Web	128
4.3.	Redes Sociales	139
4.4.	Letreros para hospedaje comunitario en Salinas de Ibarra.....	141
CONCLUSIONES		150
RECOMENDACIONES		152
BIBLIOGRAFÍA		153

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Género de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas	92
Tabla 2 Edad de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas	93
Tabla 3 Procedencia de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas	95
Tabla 4 Primera pregunta: Cuál es el motivo de viaje turistas.....	97
Tabla 5 Segunda pregunta: Cuántos días destinan para los viajes los turistas.....	98
Tabla 6 Segunda pregunta: Cuántos días destinan para turismo.....	100
Tabla 7 Tercera pregunta: Qué tipo de turismo buscan las personas.....	101
Tabla 8 Cuarta pregunta: Con qué frecuencia realizan viajes los turistas.....	102
Tabla 9 Quinta pregunta: Con cuantas personas viajan	104
Tabla 10 Sexta pregunta: Servicios que utiliza en alojamiento	105
Tabla 11 Sexta pregunta: Alimentación que prefieren.....	106
Tabla 12 Sexta pregunta: Tipo de transporte más utilizado.....	108
Tabla 13 Séptima pregunta: Comunidades más conocidas	109
Tabla 14 Octava pregunta: Nivel de interés por convivir con comunidades de Imbabura.....	110
Tabla 15 Décima pregunta: Importancia de actividades dentro de las	
comunidades de Imbabura	112
Tabla 16 Cuánto estaría dispuesto a pagar por alimentación dentro de las comunidades	113
Tabla 17 Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedaje dentro de las	
comunidades.....	115
Tabla 18 Cuánto estaría dispuesto a pagar por visitar atractivos dentro de las comunidades	116
Tabla 19 Cuánto estaría dispuesto a pagar por apreciar música y danza dentro	
de las comunidades	117
Tabla 20 Novena pregunta: Medios por los cuales han obtenido información	
acerca de comunidades de Imbabura.....	119
Tabla 21 Décimo primera pregunta: Medios por los cuales le gustaría obtener información turística.....	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Mapa político de la Provincia de Imbabura	39
Figura 2 Mapa de Otavalo turístico y sus alrededores	39
Figura 3 Antara, rondador antiguo de barro	42
Figura 4 Huairapura rondador antiguo de cerámica.....	42
Figura 5 Rondador de hueso de pata de cóndor	42
Figura 6 Rondador de plumas de cóndor	43
Figura 7 Rondador actual de carrizo	43
Figura 8 Paya con tejido en telar	44
Figura 9 Paya de carrizo.....	44
Figura 10 Pífano de rabo de armadillo	45
Figura 11 Pingullo de hueso.....	45
Figura 12 Pingullo prehispánico	46
Figura 13 Pingullo de carrizo	46
Figura 14 Caracola	47
Figura 15 Quipa natural (Caracol)	47
Figura 16 Churo de cerámica	47
Figura 17 Churo natural	47
Figura 18 Bocina Andina	48
Figura 19 Bocina Truca.....	48
Figura 20 Bocina	49
Figura 21 Flauta nativa o moseño	49
Figura 22 Flauta transversa.....	50
Figura 23 Flauta de hueso de cóndor	50
Figura 24 Flauta prehispánica de cerámica	50
Figura 25 Flauta de hueso humano	50
Figura 26 Instrumento de viento cuerno	51
Figura 27 Cacho o cuerno decorado.....	51
Figura 28 Flautas de tunda	52
Figura 29 Flauta de tunda.....	52
Figura 30 Instrumento de viento quena.....	53
Figura 31 Ocarinas	53
Figura 32 Ocarina de madera	54
Figura 33 Silbatos	54
Figura 34 Tambor.....	55
Figura 35 Baqueta	55
Figura 36 Guitarra	56
Figura 37 Arpa de calabaza.....	57
Figura 38 Arpa de cocodrilo	57
Figura 39 Bandolín.....	58
Figura 40 Hawapacha.....	60

Figura 41 Kay pacha	60
Figura 42 Uku pacha	60
Figura 43 Blusa de la mujer otavaleña con encaje en las mangas	62
Figura 44 Blusa de la mujer otavaleña moderna	63
Figura 45 Anaco de la mujer otavaleña.....	63
Figura 46 Faja gruesa (Mama Chumbi)	64
Figura 47 Faja delgada (guagua Chumbi).....	64
Figura 48 Cintas para el cabello.....	64
Figura 49 Vestimenta Masculina Otavaleña	65
Figura 50 Acceso a San Miguel de Ibarra.....	66
Figura 51 Comunidades negras del Valle del Chota.....	67
Figura 52 Hoja de naranja como instrumento musical	69
Figura 53 Instrumento “La bomba”	70
Figura 54 Bombo andino.....	71
Figura 55 Bongo.....	71
Figura 56 Mate decorado	72
Figura 57 Mate	72
Figura 58 Maracas.....	73
Figura 59 Güazá	73
Figura 60 Alfandoque o Güazá	74
Figura 61 Güazá	74
Figura 62 Güiro de calabaza	74
Figura 63 Güiro metálico	75
Figura 64 Guitarra	75
Figura 65 Requinto.....	76
Figura 66 Movimiento de hombros.....	78
Figura 67 Movimiento de caderas.....	78
Figura 68 Destreza con botella.....	78
Figura 69 Destreza con botella.....	78
Figura 70 Vestimenta Mujer Salinas de Ibarra	79
Figura 71 Vestimenta Hombre y Mujer Salinas de Ibarra	80
Figura 72 Entrada al taller Ñanda Mañachi	81
Figura 73 Entrada al bosque protector Peguche Comunidad Fakcha Llakta	82
Figura 74 Cascada de Peguche.....	83
Figura 75 Piscina Inca.....	83
Figura 76 Área de Exhibición – cetrería parque Cóndor	84
Figura 77 El lechero de Rey Loma	84
Figura 78 Parque acuático Aranque	85
Figura 79 Laguna San Pablo	85
Figura 80 Tren La Libertad.....	86
Figura 81 Pintura mujer afro descendiente	86
Figura 82 Museo de Sal	87

Figura 83 Bombódromo	87
Figura 84 María del Carmen y Gisela Pavón principales impulsadoras del emprendimiento Agroindustrias Santa Catalina	88
Figura 85 Minas de Sal	89
Figura 86 Termas de Chachimbiro.....	89
Figura 87 Plaza de Salinas	90
Figura 88 Hospedaje La Casa del Turista	90
Figura 89 Centro Étnico Gastronómico El Palenque	91
Figura 90 Género de turistas que visitaron Otavalo y Salinas	93
Figura 91 Edad de turistas que visitaron Otavalo y Salinas.....	94
Figura 92 Procedencia de turistas que visitaron Otavalo y Salinas	95
Figura 93 Procedencia de turistas nacionales que visitaron Otavalo y Salinas.....	96
Figura 94 Procedencia de turistas extranjeros que visitaron Otavalo y Salinas.....	96
Figura 95 Motivación de viaje de turistas	98
Figura 96 Días que destina a viajes los turistas	99
Figura 97 Días que destina a turismo.....	100
Figura 98 Tipos de turismo preferidos por los visitantes.....	102
Figura 99 Frecuencia de viaje los turistas que visitaron Otavalo y Salinas	103
Figura 100 Personas con las que viajan los turistas	104
Figura 101 Qué servicio prefieren los turistas en alojamiento.....	106
Figura 102 Alimentación que prefieren los turistas que visitaron Otavalo y Salinas	107
Figura 103 Transporte que prefieren los turistas que visitaron Otavalo y Salinas...	108
Figura 104 Comunidades de Imbabura más conocidas por los turistas	110
Figura 105 Interés por convivir con comunidades de Imbabura.....	111
Figura 106 Importancia de las actividades dentro de las comunidades	112
Figura 107 Precio que pagarían los turistas por alimentación dentro de las comunidades.....	114
Figura 108 Precio que pagarían los turistas por alojamiento dentro de las comunidades.....	115
Figura 109 Gráfica precio que pagarían por visita a atractivos	116
Figura 110 Precio que pagarían los turistas por apreciación de Música y Danza....	117
Figura 111 Medios por los que obtiene información el turista	120
Figura 112 Medios para obtener información.....	121
Figura 113 Perfil de turista extranjero	123
Figura 114 Perfil de turista nacional	125
Figura 115 Mapa Etnomusicológico de la Provincia de Imbabura	127
Figura 116 Pestaña “Música” de la página web para Otavalo	129
Figura 117 Pestaña “Música” de la página web para Otavalo	129
Figura 118 Información del Rondador de la pestaña “Música”.....	130
Figura 119 Pestaña “Danza” de la página web para Otavalo.....	130
Figura 120 Pestaña “Danza” de la página web para Otavalo.....	131

Figura 121 Pestaña “Danza” de la página web para Otavalo.....	131
Figura 122 Página principal de la parroquia de Salinas.....	132
Figura 123 Pestaña “Inicio” de la página web	133
Figura 124 Pestaña “Datos de Interés” de la página web.....	134
Figura 125 Pestaña “Atractivos Turísticos” de la página web.....	134
Figura 126 Información de la Estación del ferrocarril de la pestaña	
“Datos de Interés”	135
Figura 127 Pestaña “Música” de la página web.....	135
Figura 128 Información de la guitarra de la pestaña “Música”	136
Figura 129 Pestaña “Danza” de la página web	136
Figura 130 Información dl movimiento de caderas de la pestaña “Danza”	137
Figura 131 Video de la presentación del grupo de danza “Mandela”.....	137
Figura 132 Información de la subpestaña “Alojamiento” de la pestaña de	
“Servicios”	138
Figura 133 Información de la subpestaña “Alimentación” de la pestaña de	
“Servicios”	138
Figura 134 Pestaña “Contactos” de la página web.....	139
Figura 135 Página de Facebook de Otavalo.....	139
Figura 136 Página de Facebook de Salinas de Ibarra	140
Figura 137 Letrero para Hospedaje Comunitario.....	142
Figura 138 Letrero para Restaurante Comunitario.....	143
Figura 139 Tríptico Salinas parte externa	145
Figura 140 Tríptico Salinas parte interna.....	146
Figura 141 Tríptico Otavalo parte externa.....	147
Figura 142 Tríptico Otavalo parte interna.....	148

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1 Fiestas Tradicionales de Peguche.....	59
Cuadro 2 Movimientos utilizados por los indios Otavalos	60
Cuadro 3 Fiestas y Celebraciones en Salinas	77
Cuadro 4 Movimientos utilizados por los afroecuatorianos de Salinas	78
Cuadro 5 Contactos de alojamiento comunitario en la localidad de Salinas	90
Cuadro 6 Contactos de restaurantes comunitarios en la localidad de Salinas.....	91

RESUMEN

Ecuador es un país conocido por su riqueza natural y cultural, los diferentes grupos étnicos que forman parte del mismo tienen tradiciones y costumbres que provocan grandes desplazamientos de turistas nacionales y extranjeros cada año. Actualmente las personas buscan ahondar en la cultura y conocer más a fondo prácticas propias del lugar que visitan; por esta razón, se ha identificado que la música y danza autóctona juegan un papel fundamental dentro del turismo cultural ya que pueden ser tomadas en cuenta para atraer más visitantes a las diferentes comunidades y convertirse en importantes elementos de motivación turística. Por ello se ha decidido realizar un estudio de la música y danza como alternativa de promoción turística, seleccionando a la provincia de Imbabura debido al patrimonio cultural que existe en este lugar. La investigación de estos elementos se ha realizado específicamente en la localidad de Peguche perteneciente al cantón Otavalo y en Salinas de Ibarra del Valle del Chota, para analizar el contraste entre la cultura indígena y afrodescendiente, tomando en cuenta instrumentos, ritmos, movimientos, festividades y vestimenta propia de los dos grupos étnicos. Luego del trabajo de campo se ha determinado que cada comunidad cuenta con manifestaciones artísticas que pueden ser valoradas por los visitantes y que estas pueden ayudar a diversificar la oferta turística de cada lugar, por ello como propuesta de promoción se ha diseñado un mapa etnomusicológico, una guía de revalorización cultural y una página web donde se muestra información relevante acerca de la música y danza autóctona.

PALABRAS CLAVE:

- **MÚSICA Y DANZA AUTÓCTONAS**
- **PROMOCIÓN TURÍSTICA**
- **COMUNIDADES**
- **REVALORIZACIÓN CULTURAL**
- **TURISMO CULTURAL**

ABSTRACT

Ecuador is a country that is known for its natural and cultural wealth, the different ethnic groups have traditions and customs that cause large displacements of national and foreign tourists each year. Nowadays, people seek to deepen their culture and learn more about the practices of the place that they visit. For this reason, it has been identified that indigenous music and dance play a fundamental role in cultural tourism as they are taken into account to attract more visitors to different communities and become important elements of tourism motivation. Also it has decided to carry out a study of music and dance as an alternative of tourist promotion, selecting the province of Imbabura due to the cultural heritage that exists in this place. The investigation of these elements has been carried out specifically in the town of Peguche in the Otavalo canton and in Salinas de Ibarra in the Chota Valley, for analyzing the contrast between indigenous and Afro-descendant culture, studying instruments, rhythms, movements, festivities and clothing of the two ethnic groups. After the fieldwork, it has been determined that each community has artistic manifestations that can be valued by the visitors and that these can help to diversify the tourist offer of each place, therefore as a promotion proposal ethnomusicological map has been designed, one cultural revaluation guide and a web page where is shown relevant information about native music and dance.

KEYWORDS:

- **MUSIC AND DANCE AUTOCONTS**
- **TOURISM PROMOTION**
- **COMMUNITIES**
- **CULTURAL REVALORIZATION**
- **CULTURAL TOURISM**

INTRODUCCIÓN

Importancia del problema

Esta investigación aborda un tema inmerso en el folklore ecuatoriano desarrollado en Imbabura una de las provincias con mayor diversidad cultural de los Andes, al estudiar la música y danza como parte del producto turístico del lugar constituye una propuesta diferente que puede integrarse la oferta mediante la promoción turística. La música y danza autóctona son parte del turismo cultural y éstas pueden resultar alternativas interesantes para promover el turismo dentro del Valle del Chota y Otavalo. En estas localidades existen diferentes comunidades que ofrecen diversas actividades vinculadas al turismo comunitario, rural, vivencial, místico y gastronómico que han resultado ser de gran interés para los turistas nacionales y extranjeros.

Para el caso de estudio de la etnia Otavalo se ha seleccionado a la localidad de Peguche que es conocida por la habilidad artesanal y musical de su gente, es la cuna de grandes músicos, además que cuenta con el taller de instrumentos andinos, la agrupación de música autóctona Ñanda Miñachi y la comunidad Faccha Llakta que ofrece turismo rural a los turistas que visitan la zona. Para el caso de la cultura afroecuatoriana se realizará el estudio en la comunidad de Salinas, puesto que está organizada para realizar actividades en turismo y cuentan con un grupo de danza interpreta el tradicional baile “la bomba” a los turistas que llegan en el Tren La Libertad.

Por tal motivo, se busca realizar la presente investigación para socializar los elementos propios del folklore, que constituyen la demostración de la cultura latente en los diferentes grupos étnicos, contribuyendo así a reforzar el patrimonio intangible de las comunidades e indirectamente de la provincia de Imbabura. Se considera un valioso aporte, pues estos grupos preservan su identidad para que sea valorada por la sociedad y difundida por medio de los turistas nacionales y extranjeros que gustan de conocer este patrimonio intangible, también se enriquece la cultura del país y se pueden generar más ingresos económicos debido al desarrollo de las actividades artísticas de música y danza, buscando su revalorización por ser dinámico y atractivo.

Objetivos

Objetivo general

Promocionar turísticamente las comunidades de Peguche en el cantón Otavalo y Salinas del Valle del Chota de la provincia de Imbabura, mediante la música y danza autóctona, con el propósito de salvaguardar la identidad cultural.

Objetivos específicos

- Estudiar a las comunidades Peguche y Salinas de Ibarra como parte del patrimonio intangible de la provincia de Imbabura, con el fin de establecer la participación que tienen dentro del turismo y la influencia de la música y danza.
- Identificar el producto turístico cultural de las comunidades mediante un inventario de atractivos culturales y naturales y fichas de observación.
- Realizar un estudio de mercado con el objeto de determinar la oferta existente de la música y danza en el Valle del Chota y Otavalo e identificar su demanda, con la finalidad de diseñar un mapa etnomusicológico y una guía de revalorización cultural.
- Establecer medios de comunicación que permitan dar a conocer la música y danza como parte del turismo cultural para crear estrategias de posicionamiento a través del patrimonio intangible.

Implicaciones teóricas y prácticas de estudio

La teoría seleccionada para sustento del presente trabajo es la del desarrollo local debido a que esta se relaciona directamente con la investigación, pues hace hincapié en que pequeñas localidades pueden lograr un desarrollo tanto en lo social como económico gracias al rescate de prácticas propias y a la interacción dentro de su

territorio, aprovechando su cultura y recursos. Por otra parte, viene implícita la actividad turística, especialmente aquella que se enfoca en la comunidad, donde la música y danza forman parte importante de la cultura de los pueblos, aspecto que capta la atención de un turista al adquirir nuevas experiencias, más vivenciales y enriquecedoras.

En la actualidad se evidencia el fenómeno de la globalización que conlleva a grandes cambios y a la influencia externa en aspectos económicos, políticos, culturales y sociales que traen como consecuencia la pérdida de identidad y aculturación en la mayoría de casos. La teoría sugiere que una comunidad pequeña puede alcanzar un adelanto propio y enfrentarse a dichos cambios, dependiendo de las ventajas que estas localidades puedan aprovechar de manera óptima, rescatando sus atributos y potencializando sus recursos ya sean, naturales o culturales, basándose en una correcta planificación para alcanzar un desarrollo donde se evidencie calidad de vida e igualdad social. El desarrollo local dentro de la globalización resulta del trabajo en equipo de todos los actores de un lugar específico.

Las comunidades del Chota y Otavalo tienen costumbres y tradiciones propias que las hacen únicas, su arte y cultura se ve representado en la bomba y el san Juanito, en música expuesta a través de instrumentos autóctonos, bailes que simbolizan pluriculturalidad a través de trajes multicolores con una significación propia. Todo ello, si es aprovechado de la mejor manera puede constituirse en clave de desarrollo de dichas comunidades gracias al turismo cultural. Por lo que la teoría del desarrollo busca la capacidad que tienen las localidades para emplear sus recursos naturales y culturales de manera racional para lograr el progreso de cada uno de sus miembros.

CAPÍTULO 1

MARCO TEÓRICO

1.1. Teorías de soporte

Tomando como punto de partida el origen de la teoría, cabe recalcar que el término del desarrollo surge al finalizar la segunda guerra mundial. Son muy notables las experiencias de progreso y recomposición postguerra, destacando el surgimiento de países como Alemania y Japón, que lograron reconstruirse después de la destrucción experimentada, hasta convertirse en líderes en la economía mundial. El crecimiento de Europa y Norteamérica que trajo un mejoramiento de la calidad de vida a sus pobladores con alto desarrollo social e incremento del comercio internacional. En fin, una serie de fenómenos que llevaron a la sociedad a catalogar al mundo como países capitalistas, socialistas y otros considerados como parte del tercer mundo, hecho que ventajosamente ha experimentado una notable evolución y una mejor comprensión del desarrollo (Sen, 1998, pág. 73)

Resulta incuestionable que la experiencia dada en muchos países occidentales ha enaltecido la extraordinaria fuerza del mercado, los beneficios del intercambio entre diferentes naciones y el papel del Estado, este último responsable de proveer seguridad social, educación pública y salud que desempeñan un papel central en la transformación de la economía y la sociedad. Existen dos visiones ideales y extremas del desarrollo, por un lado, está la concepción que lo considera como un proceso cruel; y la otra, que lo concibe como amigable y cooperativo. Todo ello hace énfasis en la importancia de la capacidad de la población para valorar, elegir y actuar con autonomía, destacando el papel de las organizaciones comunitarias, ya que el desarrollo debe proporcionar equitativamente a todos, la oportunidad de vivir dignamente y ejercer una plena libertad. (Sen, 1998, págs. 73-75)

Varios teóricos concuerdan que el desarrollo es imposible si no existe crecimiento económico, ya que la noción sobre éste ha ido cambiando a través de los siglos y ha sido explicada desde diferentes puntos de vista. Desde la perspectiva de la

modernidad, el desarrollo es entendido como el cambio de una sociedad rural, analfabeta, pobre y sobrepoblada, hacia otra urbana e industrializada. Desde la óptica económica, el desarrollo está ligado a la expansión financiera con la cual una sociedad puede aumentar su nivel de bienestar y desde lo social es concebido como un proceso de cambio donde se satisfacen las necesidades humanas.

Así mismo, desde el punto de vista del campo ético, el desarrollo existe cuando se evidencia el cambio a nivel individual de las conductas y actitudes hasta propagarse a estructuras más grandes. Por lo que se evidencia la necesidad de que el desarrollo trascienda del ámbito económico y persiga mejorar la calidad de vida, con el uso racional de los recursos y reduciendo la desigualdad y la pobreza. (Orozco & Núñez, 2013, págs. 144-167). Complementariamente, entre 1970 y 1980 surge el concepto de desarrollo local, (Quintero, 2006) sostiene este término como:

El conjunto de dinámicas políticas institucionales, económicas y sociales que persiguen de manera coordinada el logro de propósitos comunes de bienestar, convivencia y calidad de vida para todos los grupos sociales que se encuentran en un territorio o localidad determinada. (pág. 134)

Con todo esto, se requiere lograr que localidades puedan alcanzar un desarrollo socioeconómico y mejoren su nivel de vida, interactuando en su propio territorio y aprovechando de manera racional sus recursos. Con esta perspectiva, la actividad turística se convierte en una propuesta de desarrollo local donde se cohesionan aspiraciones de la comunidad con las expectativas de los turistas (Orozco & Núñez, 2013, pág. 24). Por lo que esta teoría incentiva el desarrollo de las comunidades de acuerdo a su estructura política y las potencialidades con las que cuentan cada una de las culturas indígenas y afro descendientes, que forman parte de la provincia de Imbabura.

Actualmente, se está viviendo una aceleración económica a nivel mundial conocida como globalización, por lo que surge el cuestionamiento de afirmar si una localidad puede o no alcanzar un adelanto propio y enfrentarse a dicho fenómeno. Buarque citado por Boisier (2005), en su teoría afirma que todo depende de las ventajas que estas localidades rescaten del lugar en el que viven y la manera en que encaminan su planificación para desarrollarlas y potencializarlas. El desarrollo local

dentro de la globalización es una resultante directa de la capacidad de los actores de la sociedad local para estructurarse en base a su matriz cultural definiendo y explorando sus prioridades en la búsqueda de la competitividad en un contexto de rápidas y profundas transformaciones. (pág. 52)

Amartya Sen, por otra parte, ha realizado estudios en diferentes países e introduce un nuevo concepto mencionando que una manera interesante de medir el progreso es por medio de un índice de desarrollo humano, proceso en el que las personas logran tener más opciones, más allá de sus necesidades y valorando menos las cosas materiales. Actualmente se ha visto que los intereses de la sociedad son cada vez más culturales que materiales, la cultura es un elemento que se aprecia dentro de comunidades indígenas al contar con tradiciones que las hacen únicas, la cual es una ventaja intangible con referencia a su desarrollo.

Así mismo, como complemento a lo expuesto por Amartya Sen, Boisier (2001) menciona que todas las personas desean tener un propósito de superación en la vida, que vincula a cada miembro de la familia, comunidad y personas que valoran la inclusión social y buscan dar a conocer sus tradiciones y cultura propia, desarrollando una actividad económica sustentable que les permita mejorar su situación económica. De este modo, se busca que los grupos de estudio mencionados valoren sus orígenes, sus costumbres y rescaten sus tradiciones para que puedan darse a conocer ante los diferentes turistas tanto nacionales como extranjeros que visitan la provincia y sus localidades.

Este índice propuesto por Amartya Sen presenta tres componentes que se refieren a la calidad de vida, longevidad y nivel de conocimiento, que se ven relacionados con otros componentes como la salud y la educación. El desarrollo a escala humana se basa en la categorización de los recursos intangibles relacionados a una localidad (Boisier, 2001, pág. 5). Por ello, las comunidades cuentan con dos elementos intangibles importantes dentro del turismo cultural que son la música y la danza, la muestra de estas manifestaciones hace que exista un desarrollo a escala humana ya que las comunidades dan a conocer una parte de sus tradiciones. Se relaciona con la educación considerando que los turistas nacionales conocen más sobre las culturas existentes dentro del país restringiendo la pérdida de su identidad.

Un desarrollo que no promueve confianzas y reconocimientos colectivos hace que la sociedad no lo acepte; es decir, la viabilidad y el éxito de un programa de desarrollo adoptado por el gobierno nacional o local depende de la manera en que la población del sector a actuar se vea fortalecida (Boisier, 2001, pág. 5). Si la comunidad o comunidades en las que se estudia los elementos de música y danza para ser potencializados no sienten interés en participar dentro del turismo, la capacidad para desarrollar las mismas se vuelve nula ya que su aporte dentro del proyecto no será relevante.

Es importante conocer cuáles son los territorios en los que se pretende actuar, considerando este término como toda porción de la superficie terrestre, pero vale la pena recalcar que no cualquiera resulta interesante para que trabajen los diferentes gobiernos desde el punto de vista del desarrollo. Cabe mencionar que existen tres tipos de territorio sobre los que se debe trabajar, el primero es el territorio natural que hace referencia al espacio físico que no ha tenido ninguna intervención por parte de la mano del hombre. El segundo es el territorio equipado en el que el hombre ya ha instalado sistemas en su mayoría precarios referentes al transporte, actividades de extracción y campamentos; y por último, el territorio organizado en el que se vive actualmente, regido por políticas, leyes y con sistemas más complejos.

De acuerdo a esta perspectiva, el desarrollo local en la Provincia de Imbabura puede realizarse en territorios de diferente naturaleza, ya que cuenta con lugares equipados y organizados donde se encuentran comunidades que ofrecen turismo y otras que desearían hacerlo. No se puede realizar desarrollo local sin antes abarcar un área más grande como municipios, regiones y naciones (Boisier, 2001, pág. 7). Esto lleva a considerar que comunidades pequeñas necesitan de la intervención de organismos más grandes que impulsen su desarrollo como la Prefectura que es uno de los entes que plantea la planificación turística de la provincia.

En la actualidad, existe una contraposición entre los términos local y global que muestran paradojas y relaciones entre los mismos. El desarrollo local trata generalmente de una práctica sin teoría, en Europa este término es conocido como una respuesta a los problemas macroeconómicos, el cual es estimulado en todo el mundo por la globalización y por la lógica tanto global como local que ésta conlleva. Los errores prácticos de este tipo de desarrollo se dan por una mala combinación de

instrumentos y tipo de racionalidad (Boisier, 2001, pág. 8). El desarrollo local se trata en su mayoría de desarrollo económico de un territorio y para ello se realiza planificaciones con programas de acción que dan paso al crecimiento económico de un lugar.

Uno de los errores más comunes presentes en quienes planifican el desarrollo de una localidad es el tomar medidas aplicadas en Europa u otros lugares y querer emplearlas en América Latina sin considerar sus características específicas. Por lo que se menciona que las sociedades tradicionales están comprendidas por colectividades territoriales o en ocasiones conjuntos poco integrados de territorios relativamente autónomos, en este tipo de sociedad se considera que el territorio es el que confiere a los individuos su identidad fundamental; es decir, que un territorio es el referente de la que otorga coherencia a las comunidades humanas.

Cada territorio funciona como un sistema diferente en el cual cada comunidad identifica como manejarse, por lo que se debe considerar que en la Provincia de Imbabura se encuentran asentados varios grupos étnicos, cada una muestra una identidad y tradiciones diferentes que se han desarrollado en territorios específicos dentro de circunscripción geográfica, tal es el caso de las comunidades del Chota y Otavalo. El desarrollo local no debe ser tomado en cuenta si no se asienta en la racionalidad globalizante de los mercados y tampoco es viable si no se toma en cuenta sus orígenes y sus raíces en las diferencias de identidad que lo harán un proceso integrado por el ser humano (Boisier, 2001, pág. 9).

El enfoque del desarrollo local se considera que es una respuesta a los problemas del desempleo y desorganización económica causados actualmente por la decadencia industrial y las deslocalizaciones. Se han intentado aplicar proyectos de desarrollo con resultados negativos, lo que ha causado que los procedimientos locales vayan en decadencia. Con el proceso de globalización, diferentes culturas se han visto afectadas ya que sus pobladores migran a ciudades en busca de trabajo, por lo que se requiere que las comunidades vean su alternativa de desarrollo dentro de sus territorios, potencializando sus atractivos cercanos y mostrando su patrimonio intangible.

El proceso de crecimiento económico y cambio estructural que tiene la finalidad de mejorar la calidad de vida, es competitivo en el mercado sociocultural, relacionado cómo los valores, instituciones y comunidades aportan al desarrollo local, también se toma en cuenta la dimensión político administrativa en el cual las políticas territoriales permiten un entorno económico favorable para impulsar su crecimiento. Uno de los puntos relevantes de esta teoría es que relaciona la autonomía local con la capacidad de generar recursos. Actualmente, muchas localidades están en proceso de descentralización y con ello se aplican nuevas políticas sociales a las que se regirán dentro de su localidad en la búsqueda de iguales oportunidades a todos sus miembros.

Otro de los puntos que menciona esta teoría es la creación de clusters. Michel Porter (citado en Boisier, 2005:53) sostiene que son conocidos como concentraciones geográficas de empresas interconectadas que pertenecen a un sector. Se considera que son complejos productivos en los que la competitividad de empresas se da porque se encuentran dentro de un mismo sector y suelen complementarse unos a otros. Dentro de las comunidades del Chota y Otavalo se puede tomar la alternativa de implementar clusters que tengan la finalidad de estrechar lazos dentro de comunidades y que sirvan de apoyo para fomentar la práctica del turismo.

Las localidades deben tomar al desarrollo local cómo un proceso endógeno de cambio estructural. Garofoli (citado por Boisier, 2005:54) define al desarrollo endógeno como la capacidad para transformar el sistema socio-económico y la habilidad para introducir formas específicas de regulación social a nivel local que favorecen el desarrollo de dichas características; es así que, se considera al desarrollo endógeno cómo la habilidad para innovar a nivel local. Las comunidades del Chota y Otavalo pueden transformar su sistema socio-económico, por medio de la comunicación y relación entre pueblos que ayuden a generar nuevas propuestas de turismo atractivas para los visitantes que van a desear visitar cada vez más las comunidades por las actividades que ofrecen.

Por último, esta teoría presume de crecientes flujos internacionales de capital y tecnología, a más de una ampliación de los mercados nacionales, internacionales y por supuesto de competencia. “La globalización está cambiando la racionalidad de la intervención pública en términos de cómo regular la economía y cómo colocar las

políticas públicas en su lugar es decir, cómo reconocer competencias subnacionales” (Boisier, 2005, pág. 55). Con esto se desprende que los territorios propenden alcanzar el desarrollo con la implementación de políticas que ayuden a construir y despertar capacidades en una población, con el fin de mejorar el desempeño de las localidades y para lograr una mejora en la economía nacional.

1.2. Marco referencial

Definir a la comunidad resulta complejo ya que tradicionalmente esta ha sido tratada desde el punto de vista territorial es decir agrupaciones que comparten una ubicación geográfica específica, sin mantener contacto directo. Por tal motivo, se ha querido concebir a este término de una manera diferente, con elementos constitutivos como: la pertenencia, interrelación y cultura común; que permiten diferenciarla de otro tipo de asociaciones (Krause, 2001, pág. 49). Éste último aspecto es quizá el que más se relaciona con el turismo, ya que hace referencia a una visión del mundo e interpretación de la vida cotidiana que se transforman en elementos de motivación turística.

“Comunidad es una relación social cuando y en la medida en que se inspira en el sentimiento subjetivo de los participantes de construir un todo”. (Weber, 1949, pág. 40). Este enfoque tradicional sostiene que los lazos de la comunidad se basan en la sensatez de cada uno de sus participantes para unificarse y actuar de forma solidaria cuyo fin es alcanzar una meta común. Entonces una comunidad describe las relaciones de dichos individuos basado en sus derechos e intereses, por ello cabe decir que quienes forman parte de una agrupación étnica tienen conductas regidas por el sentido de identidad y pertenencia donde prima la comunicación sostenida en un espacio pequeño (Vargas, 2006, págs. 3-4).

Por ende, las comunidades al interrelacionarse comparten intereses similares, de los cuales cabe destacar el compromiso por proteger su territorio, conservar sus propios valores, creencias y costumbres, enfocándose siempre en el desarrollo. El progreso de estas personas puede constituirse en una forma de identificar problemas o necesidades y la manera de resolverlas mediante la movilización de recursos,

compromiso y colaboración de cada uno de sus integrantes, encaminado a emprender acciones para generar cambios significativos y fructuosos (Chacón, 2010, págs. 3-4). La intervención de la asociación étnica como protagonista principal de las actividades a realizar es uno de los factores clave para el desarrollo de las mismas, es una actitud y una forma de trabajo social que aplica diferentes modelos de la práctica socio-comunitaria. (Muñoz J. L., 2012, pág. 3)

Es por eso que para preservar la cultura de una localidad se debe sensibilizar a la población respecto a la importancia de sus tradiciones populares como elemento de su identidad, con el fin de salvaguardar la integridad de sus costumbres (UNESCO, 1989). Es importante que las localidades se esfuercen por cuidar toda su identidad para que forme parte de su desarrollo, por ende el impulso local es esencial dentro de la actividad turística, ya que genera pautas que puede seguir una comunidad para lograr su crecimiento económico. Los grupos indígenas o afroecuatorianos ofrecen actividades que se encuentran directa e indirectamente relacionados con el turismo.

Por otro lado, se considera como identidad a las representaciones que giran en torno a las raíces, historia, tradiciones, costumbres, formas de vida, creencias, valores y rasgos de un pueblo, donde cuyos individuos comparten un sentimiento de pertenencia y existe la colaboración en las prácticas propias (Fernández & Fernández, 2012, pág. 5). Por esta razón, existen actualmente proyectos comunitarios de índole turístico con miras a lograr una actividad solidaria, responsable con el ambiente, enriquecedora de cultura y que potencialice la economía (Maldonado, 2006, pág. 20). El turista viaja para disfrutar formas de vida diferentes. En este contexto, la cultura presente en las comunidades surge como una alternativa importante para el turismo vivencial, que implica la interrelación entre los visitantes y sus pobladores.

Complementariamente, resulta conveniente mencionar que el folclore en todas sus manifestaciones forma parte del patrimonio cultural, ya que por este medio el turista puede participar en ritos populares y fiestas ahondando en la cultura propia de cada pueblo (Muñoz J. , 2002, pág. 43). Dentro de la identidad de las comunidades se encuentra inmersa la música y danza autóctona, las cuales bien administradas pueden ayudar en la promoción de un destino y convertirse en una de las principales

motivaciones turísticas y de posicionamiento para un mercado que busca experiencias significativas, novedosas y auténticas en las localidades que visitan.

Se puede considerar que las actividades de música y danza guardan un gran potencial turístico en diferentes localidades a través de festivales y manifestaciones donde se muestra la colorida riqueza cultural que poseen. (Revilla & Ramírez, 2015, págs. 61-63) Así mismo, las expresiones culturales son el resultado de procesos creativos, sociales y comunitarios por medio del cual se refleja la historia, la identidad y los valores de una comunidad (OMPI, 2000). La riqueza inmaterial representada en las diferentes etnias conserva ritos y tradiciones, es importante mencionar que el rescate de dichas prácticas da lugar a la comprensión de las relaciones entre las comunidades y su entorno.

Las respuestas ante los desafíos actuales que presenta la búsqueda del desarrollo, se puede llegar mediante su sabiduría propia de los pueblos, mediante su conocimiento ancestral, éste manifiesta los intereses y valores de una comunidad específica que posee un conocimiento específico propio, el cual parte de la interpretación de su propia realidad (UNESCO, 2012, pág. 12). El turismo es una actividad que evoluciona de manera extraordinaria, generando el mayor crecimiento económico a nivel mundial, además se ha transformado en un fenómeno social masivo que surge bajo los efectos de la globalización. (Fuentes, 2013, pág. 52). En igual forma la actividad turística se ha convertido en un elemento clave para el progreso de países, especialmente aquellos en vías de desarrollo, por lo que es esencial crear productos turísticos que ayuden a promocionar de mejor manera un destino.

El producto turístico es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, que tiene una organización de servicio, que explota recursos turísticos naturales o culturales, que cuentan con la infraestructura básica gestionada por una superestructura dada por los gobiernos locales y brinda servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas, que se da en un espacio local determinado. (González, 2013, pág. 44) Cabe recalcar que éste depende de la sensación que se genere en el turista, es así que existen nuevas tendencias que difieren del turismo de masas y se adentran en el conocimiento de la cultura y la protección de la naturaleza (Orgaz, 2013, pág. 1).

En igual forma, se habla de una diversificación del producto turístico; es decir, productos y servicios tendientes a comprender y satisfacer su demanda que cada vez tienen requerimientos más exigentes y que van modificando sus patrones de viaje. Dicho esto, se puede evidenciar que el producto turístico debe ofrecer atractivos excepcionales que engloben la parte natural y cultural, así también prestadores de servicios excelentes e infraestructura que satisfaga las necesidades de dichos turistas. Dado que el turismo es una actividad económica depende de una dinámica por lo que se hace indispensable entrar en materia de mercado turístico el que se define como la unión de la oferta de los productos y servicios turísticos y la demanda para quienes están interesados en adquirirlos o disfrutarlos (Ochoa, Conde, & Maldonado, 2012)

Asimismo, se debe buscar que los elementos, actividades e interrelación que proporcionan el intercambio de las propuestas ofrecidas en las actividades turísticas busquen la satisfacción de las necesidades específicas del cliente (InterMarkit, 2013, pág. 2). Se debe hacer hincapié en que el turismo está conformado por una variedad de bienes, servicios y recursos ofrecidos por un conjunto amplio de empresas, donde existen interdependencias y relación entre los mismos oferentes o proveedores pero que lamentablemente cada organización busca sus intereses particulares, mientras que el turista busca tener la mejor experiencia y satisfacción, valorando de esta manera a los prestadores de servicios.

Dado que el turismo es un factor determinante en el desarrollo económico e importante instrumento que contribuye a la mejora del aspecto económico, social y cultural de pueblos y países, es preciso realizar un estudio del mercado orientado a obtener pautas de comportamiento de las comunidades como prestadores de servicios y los mismos turistas, que permitan conocer nuevas tendencias para la toma de decisiones. Ésta no debe limitarse a estudiar datos estadísticos o de ingresos económicos que genera, sino cubrir aspectos de índole cualitativa que permita un estudio más integral para plantear soluciones prácticas que beneficien a todos los sectores involucrados.

Con base en la investigación turística se pueden analizar los daños colaterales que causa esta actividad y que mayoritariamente pasan desapercibidos, como el cambio en la forma de vida local o los impactos a nivel de ambiente que ponen en peligro la sostenibilidad. (Medina, 2012, pág. 2). Además, se pueden identificar los

beneficios generados respecto a lo económico, político y cultural, con ello se logra una multiplicación de conocimientos que motiva a la búsqueda de respuestas inmediatas y pronosticar pautas de conducta y tendencias que formen parte de la planificación y la aplicación de políticas que beneficien a todos los sectores involucrados en la actividad turística. (Medina, 2012, pág. 2), por esta razón, se reconoce que el mercado turístico depende de la dinámica entre oferta y demanda.

Al hablar de la oferta turística esta engloba a todas las empresas dedicadas a producir y comercializar bienes y servicios vinculados a los viajes y éstas necesariamente deben ajustarse a las nuevas tendencias, exigencias y necesidades de los consumidores, enfatizando en la calidad, seguridad, independencia, productos personalizados y la protección medioambiental. Además, están inmiscuidas empresas de alimentación, hostelerías, operadores de viaje, transporte turístico, atractivos, amenidades, entretenimiento, comercio turístico y demás que deben estar siempre apuntando hacia el constante cambio adaptándose no solo a los clientes, sino también a la competencia empresarial en el contexto de la globalización, a los nuevos requisitos ambientales que apuntan a lo sostenible.

Desde el punto de vista de Leiper, 1990 la oferta turística está integrada por los atractivos, planta e infraestructura turística (Escalona, Peña, & Hiriarte, 2012, pág. 307), donde una de las tendencias más características es crear alianzas estratégicas. Para lograrlo se requiere de una integración y concentración empresarial que consisten en acuerdos entre empresas para aumentar su competitividad, compartiendo recursos o tecnologías para de esta forma llegar al término oferta turística integrada, que es producto de la sinergia entre empresas. Sin embargo lo anteriormente expuesto sólo puede existir si se trabaja en forma conjunta, de tal manera que se pueda impulsar un destino como un producto. (Valadez & Conde, 2011)

Dentro de la oferta de la música y danza de Imbabura se ha identificado que existen manifestaciones culturales, festivales musicales y grupos de las diferentes comunidades y pueblos de la provincia, cuna de grandes músicos y danzantes. Se conoce que su riqueza musical es tal que, Cotacachi uno de sus cantones es denominado como “la Capital Musical del Ecuador”. Los encuentros interculturales son de suma importancia ya que permiten unir y admirar las vestimentas, bailes,

creencias, costumbres, tradiciones y las habilidades artísticas de los pueblos y ésta provincia es un referente cultural del Ecuador, por la presencia multiétnica y pluricultural de sus habitantes.

Como ejemplo de lo anteriormente citado, desde el 2015 por segundo año consecutivo y coincidiendo con el Inti Raymi, la Prefectura organizó el evento denominado “Encuentro de los Pueblos” que concentra a cientos de personas que son parte de pueblos y nacionalidades que conviven en la provincia. Se expusieron manifestaciones y expresiones culturales, rituales, danzas y música tradicional, acompañada de coplas (Prefectura de Imbabura, 2016). Para obtener el máximo beneficio de las acciones asumidas por organizaciones tanto públicas como privadas, se debe buscar la satisfacción en el cliente quien se lleva la experiencia positiva de cada uno de los prestadores de servicios que intervinieron en su viaje.

Por otro lado, la demanda turística según Martínez Roget y De Miguel Domínguez (2000) puede ser definida de un modo semejante a cualquier otro tipo de demanda, aunque ésta tiene unas características que la diferencian de aquellos otros bienes o servicios no turísticos, las cuales se deben tener en cuenta para evitar posibles errores futuros de planificación que se podrían producir por el hecho de obviarlas. Se concibe a la demanda de dos formas, una en la que hace referencia al total de turistas que frecuentan un destino y a los ingresos que este destino percibe; y la otra, en cambio a la distribución del consumo entre todos los servicios turísticos con ello se especifica a este término como la suma de bienes y servicios solicitados por el turista en cada lugar que visitan. (Fuentes, 2013, pág. 90)

Sin embargo, esta expresión se enfrenta a transformaciones en el entorno social y tecnológico puesto que algunas de las tendencias actuales en la demanda y sus consecuencias son el elevado crecimiento tanto al turismo interno, como al turismo internacional que se verá favorecido por algunos mercados emisores y receptores emergentes. También se reconoce que los cambios sociodemográficos y tecnológicos están alterando paulatinamente las características de la demanda, los turistas actuales son más independientes, tienen una amplia experiencia, son más críticos, exigentes y activos. Es decir, el consumidor turístico actual tiene múltiples experiencias turísticas y por ende demanda productos más especializados o hechos a medida. (Vásquez, 2005, pág. 14)

Actualmente no parecen existir en el mercado bienes y servicios que sean buenos sustitutos del turismo, por lo que el fuerte deseo de realizar viajes turísticos hace que se comporten más como bienes de primera necesidad que como bienes de lujo. Con base en las características del nuevo consumidor se menciona la existencia de una oferta más amplia de destinos y nuevos productos turísticos como parques temáticos, eventos culturales y deportivos, turismo de salud, de tercera edad, vivencial, ecoturismo y turismo de grandes ciudades. Además de estas modalidades, el consumo turístico se especializa y diversifica notablemente, demandándose productos a medida. (Vásquez, 2005, pág. 15)

Complementariamente a lo señalado anteriormente, en algunos estudios ya se habla del turista musical, quien además de efectuar actividades propias del turismo como hospedarse, comer, beber, visitar atracciones o transportarse, también se interesa por todo lo relacionadas con el ámbito artístico y cultural, especialmente en pequeñas localidades. Cabe destacar que los adultos mayores a 45 años son los más tendientes a viajar a lugares asociados con el patrimonio musical, ya que busca significados personales y sociales, sin dejar de lado a los jóvenes que siempre se sienten muy atraídos por la música sobretodo en festivales musicales. (InterMarkit, 2013, págs. 1-4)

Como consecuencia de lo señalado, se ha creado una ciencia que se dedica al estudio de éstos elementos, denominado etnomusicología que se encuentra ligada a la música viva de las tradiciones orales, incluidos los instrumentos musicales y danzas de los pueblos en su contexto o en su cultura. Con respecto a la investigación musical en el Ecuador se incluyen estudios de músicas tradicionales y populares modernas, dentro del contexto de la diversidad étnica y estratificación social. Cabe mencionar que se ha dado una difusión documental con publicaciones y materiales sonoros, en su mayoría de las culturas andinas y amazónicas. Los temas de interés giran en torno a la identidad, interculturalidad, multiculturalidad, diversidad, etnicidad, cambios culturales y otros aspectos relacionados. (Mullo, 2009, pág. 11)

Para dar a conocer destinos y sus productos turísticos es necesario hablar de la promoción turística, empezando por uno de los elementos principales conocida como la comunicación intercultural que para Young (citado por Malgesini & Giménez, 2000: pág.2) es el tema más importante en las ciencias sociales. Se conoce que la

comprensión entre miembros de diferentes culturas fue siempre importante, pero mucho más en la actualidad, ya que el comercio ahora es un asunto de supervivencia (Malgesini & Giménez, 2000, pág. 2). La teoría que presenta Young es muy interesante, ya que muestra la importancia de la comunicación entre las diferentes culturas y el desarrollo que puede darse si se relacionan los diferentes puntos de vista y características de las mismas.

La promoción turística es la manera de llegar a un cliente potencial y ofrecerle un producto o destino, también es necesario mencionar que para fomentar dicha actividad es necesario crear y poner en marcha nuevas estrategias publicitarias que incluyan aspectos de entretenimiento y emoción. Todo ello debe englobarse en acciones promocionales integrales primando el uso de internet debido a la creciente evolución de la tecnología que va de la mano con el auge del fenómeno turístico. El desarrollo de la sociedad de la información plantea un nuevo significado para la industria de los viajes y el turismo, ya que ha permitido aumentar la competitividad del sector, ofertar mayores destinos con múltiples posibilidades de búsqueda y adquisición de productos turísticos por parte del cliente (Garrido, 2011, págs. 4-5).

Como ya se ha mencionado anteriormente, el turismo va en crecimiento y se ha convertido en una actividad compleja que involucra múltiples acciones, lo que promueve la búsqueda intensiva de información. Las tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) tienen un impacto potencial sobre los negocios turísticos, ya que son herramientas fundamentales para poder responder a las demandas de la sociedad basada en el intercambio de información, así como la facilidad en las transacciones y la distribución de productos y servicios. Desde el punto de vista del consumidor, éstos también utilizan aplicaciones en línea para interactuar con la industria turística. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2014, pág. 19)

Con respecto a las empresas turísticas, éstas deben adoptar nuevas tecnologías para poder demostrar un servicio que es intangible hasta su consumo y que se ve representado en las sensaciones y emociones vividas. Al mismo tiempo existe la diversidad del consumo lo que permite una diferenciación del producto, por ello se ofrece una amplia gama de servicios para que el usuario puede adaptarlas a su gusto. Así mismo en el campo hotelero, se debe mejorar los sistemas de reservas junto con

el desarrollo de internet a dado lugar a nuevas formas de intercambio pues éste se ha convertido en un canal de venta, donde existe mayor participación del usuario.

Hay que reconocer que los compradores online son personas de mediana edad, estudiadas y con capacidad económica media alta, que generalmente residen en grandes ciudades, cuyos hábitos de compra están dados por la oferta que encuentran en la red. El mundo digital supone un cambio contiguo en la comunicación, lo que permite la mayor difusión y cobertura de contenidos de forma más sencilla y en menor tiempo. Este fenómeno se denomina web 2.0 y se trata de utilidades y servicios que se sustentan en una base de datos, la cual puede ser modificada por los usuarios del servicio, ya sea en su contenido o en su presentación. (Sánchez, 2011, pág. 36)

A medida que la web 2.0 se va implantando, el usuario va adoptando el rol de productor de contenidos y comienza a subir sus fotos y vídeos, a más de comentarios sobre sus experiencias o incluso recomendaciones de los lugares que visita o del servicio que recibe. El turismo no es ajeno a estos cambios, si bien es cierto, empresas como agencias de viaje online y las aerolíneas entendieron muy pronto la necesidad de añadir valor a su oferta interactiva, esto ha servido para aumentar el número de servicios e incentivar la participación de los usuarios (Sánchez, 2011, pág. 37).

Uno de los medios electrónicos más conocidos y utilizados para realizar promociones es el uso de redes sociales y se las toma en cuenta como complemento al uso de páginas web, blogs, entre otros. Las redes sociales que más se utilizan en la actualidad son Twitter, Instagram y Facebook, ésta última se sitúa en el entorno de la Web 2.0 que se caracteriza por ser un lugar público de encuentro de usuarios considerada como la más popular. La música es uno de los tipos de patrimonio cultural más singulares que motiva actualmente desplazamientos turísticos de personas quienes dejan atrás al turismo convencional.

Las personas que buscan la música y la danza son consideradas según Calle Vaquero (como lo cita Luisa Chierichetti) como una persona de elevado nivel social y cultural, sensible al patrimonio que contempla y está altamente predispuesto a dejar una elevada cantidad de dinero en los lugares que visita. (pág.87), quienes buscan información a través de internet. Por lo que de acuerdo y en concordancia con lo

anteriormente expuesto, se entiende que una red social es un servicio basado en la web que permite que los usuarios construyan un perfil público o semipúblico en un sistema limitado, a más de que cuentan con usuarios con los que interactúan y tienen conexión.

Facebook se creó como una red social destinada a estudiantes de la Universidad de Harvard a la que podían acceder todos los estudiantes que tengan un correo electrónico. Con el paso del tiempo ésta tuvo gran acogida a tal punto que actualmente se han generado aplicaciones y se puede realizar negocios por medio de la misma, ha dado la apertura a crear páginas destinadas a empresas, entretenimiento, música, entre otras y con ello permite generar promociones y publicaciones especificando el segmento de mercado al cual quiere dirigirse referente a edad, sexo y distribución geográfica (Chierichetti, 2012, pág. 4).

Por ésta razón, si se realizan encuentros culturales dentro de la provincia de Imbabura la difusión de dicho evento se debe realizar por esta red social, ya que se pueden crear eventos y compartir en diferentes páginas con la información del mismo, lo que despertará el interés de los usuarios quienes se encargarán de compartir dicha información con sus amigos y se puede lograr una cobertura más amplia. Esto con el fin de contar con la presencia de más turistas que se interesan por el patrimonio intangible del país, movilizandolos por la música y danza de la provincia.

Para finalizar cabe la pena señalar que dentro de la Provincia de Imbabura, el Instituto Otavaleño de Antropología (IOA) se ha convertido en un referente de investigación tanto en la región como en el país, pues han sido partícipes de importantes estudios sobre expresiones culturales y sociales de la provincia y la sierra norte del Ecuador. Esta entidad ha dedicado sus esfuerzos a la construcción de historia con investigación en la ciudad de Otavalo, obteniendo reconocimiento nacional e internacional por su labor investigativa, además ha contribuido con varias publicaciones con los resultados de dichos estudios.

El IOA ha realizado una investigación exhaustiva acerca de los instrumentos musicales autóctonos donde se detalla a profundidad sus orígenes, elaboración y uso en las diferentes manifestaciones culturales. Por otra parte, entre los aportes más importantes en la preservación de las culturas se encuentran las obras referentes a la

Fiesta del Yamor en Otavalo, la construcción del Mercado Centenario o Plaza de Ponchos, la creación del Museo Etnográfico y Antropológico; y varios estudios y colecciones como Sarance y Pendonero, contando además con un museo etnográfico donde se exponen los instrumentos musicales empleados a lo largo de la historia ecuatoriana (Ruiz A. , 2016, pág. 6).

1.3. Marco Conceptual

Desarrollo turístico

- “El desarrollo turístico es una estrategia de acción económica, social, ambiental e institucional que asegura el futuro del mercado turístico” (Ministerio de Turismo, 2007, pág. 6).
- “Es un proceso orientado, es decir, es el resultado de una acción de los actores o agentes que inciden con sus decisiones en el desarrollo de un territorio determinado” (Barreiro, 2000, pág. 5).
- “Es característico de la modernidad de desarrollo de muchos espacios sociales que dependen en todo o en parte de los visitantes; y estos visitantes se ven atraídos por los mitos del lugar que envuelven esos espacios y los constituyen, que transforman unos objetos materiales en objetos culturales” (Artesi, 2003, pág. 9).

Comunidad

- “Es un todo societal, que se contrapone al asociacionismo, las corporaciones y otras formas de organización que se encuentran en las sociedades estatales. Arena en la que se cimentan intereses colectivos”. (Ruiz & Doris, 2007, pág. 94)
- Violich, (como lo cita como lo cita Causee, 2009, pág. 13) considera que la comunidad es el “Grupo de personas que viven en un área geográficamente específica y cuyos miembros comparten actividades e intereses comunes, donde pueden o no cooperar formal e informalmente para la solución de los problemas colectivos”.

- Socarrás, (como lo cita como lo cita Causse, 2009, pág. 13) define a la comunidad como, “(...) Algo que va más allá de una localización geográfica, es un conglomerado humano con un cierto sentido de pertenencia. Es, pues, historia común, intereses compartidos, realidad espiritual y física, costumbres, hábitos, normas, símbolos, códigos”.

Mercado

- “El mercado es la institución económica en la cual se produce el punto de encuentro entre las dos partes que intercambian un bien o servicio. El intercambio es un modo de aumentar la dotación de bienes y servicios a disposición de las personas, que se distingue de otros modos de hacerlo, como la apropiación por medio del fraude o de la violencia y la donación altruista”. (Resico, pág. 56)
- “Estado y evolución de la oferta y la demanda en un sector económico dado” (Real Academia Española, s/f).
- “Es el área física o virtual en donde confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda, para realizar transacciones de venta y compra de bienes y servicios, a precios determinados” (Orjuela & Paulina, 2002, pág. 23).

Producto Turístico

- Perelló, como lo cita (González, 2007, pág. 43) lo define como “Conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos turísticos, equipamientos e infraestructuras, servicios, actitudes recreativas y valores simbólicos que ofrecen beneficios capaces de atraer a grupos determinados de consumidores, para que satisfagan las motivaciones y expectativas relacionadas con su tiempo de ocio”
- “Combinación de una serie de elementos que solo se reconocen al momento mismo del consumo”. (Machado & Hernández, 2007, pág. 162).
- Middlenton, como lo cita (González, 2007, pág. 43) afirma que el (...) “Producto turístico es el conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y

organizaciones que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos. Dicho producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino”.

Comunicación

- “La comunicación se podría definir como el proceso de comunicación entre individuos, que tratan de transmitir estímulos a través de símbolos, con la intención de producir un cambio en el comportamiento”. (Carlos J, 2005, pág. 10)
- Giraud (1972) menciona que la comunicación “implica un objeto, una cosa de la que se habla o referente, signos y, por lo tanto, un código, un medio de transmisión y, evidentemente un destinador y un destinatario”. (Pág.11)
- Fernández y Gordon (1992) menciona que “(..) la palabra comunicación proviene del latín communis, común. Al comunicarnos pretendemos establecer algo en común con alguien o, lo que es lo mismo, tratamos de compartir alguna información, alguna idea o actitud” (pág. 3)

Inventario de Atractivos

- “El propósito de los inventarios es efectuar una evaluación objetiva (cualitativa y cuantitativa) de los atractivos que dispone la región, el destino o el sitio turístico con el fin de brindar una valoración numérica y seleccionar aquellos idóneos para el uso turístico inmediato o establecer las acciones que mejoren su calidad y uso turístico facilitando su incorporación en el diseño de productos”. (Sanahuano & Ricaurte, s.f., pág. 7)
- “Es el proceso por el cual se registran ordenadamente los factores físicos y culturales, como un conjunto de atractivos, que sirven para elaborar productos turísticos de una región”. (Córdova, 2009, pág. 1)
- “Asiento de los bienes y demás cosas pertenecientes a una persona o comunidad, hecho con orden y precisión”. (Real Academia Española, s/f)

CAPÍTULO II

MARCO METODOLÓGICO

2.1. Enfoque de investigación: Mixto

El enfoque será mixto, ya que es cualitativo en tanto se va a generar información de los objetos de la realidad cotidiana de las diferentes comunidades y esto va orientado a la acción, la interacción y las prácticas sociales. Con la investigación se va a dar la interiorización de experiencias, de modelos de conductas y de pensamientos socialmente transmitidos. También es cualitativo porque se va a objetivar el fenómeno de estudio a través de la medición, u otras operaciones como la clasificación y el conteo.

2.2. Tipología de investigación

2.2.1. Por su finalidad: Aplicada

La finalidad de la investigación es aplicada ya que el tema parte de una problemática que requiere ser intervenida. Se basa en una teoría que toma en cuenta elementos que permite formular alternativas de solución para contribuir al desarrollo del lugar de intervención, aumentando la calidad de vida de sus pobladores y de esta manera incrementar el bienestar social a largo plazo.

2.2.2. Por las fuentes de información: Mixto

Se considera mixto ya que se recopila información de datos secundarios como tesis realizadas por estudiantes de otras universidades y otras investigaciones encontradas en papers y libros especializados. A más de esto se necesita de datos primarios obteniendo datos directamente de los involucrados, por lo que se requiere realizar una investigación de campo con la que se busca recopilar la mayor información posible que no se encuentra detallada en los documentos estudiados y que ayudan al mejor desarrollo de la investigación

2.2.3. Por las unidades de análisis: Mixto

Se realizará un análisis insitu, ya que en vista de la evidente escasez de información se visitará dos comunidades de Otavalo y El Chota que pertenecen a los diferentes grupos étnicos de la provincia de Imbabura, a más de identificar los recursos turísticos que se encuentren cerca de las mismas, a los cuáles se les pueda implementar su música y danza como alternativa promoción turística. Así mismo, se realizará un examen de laboratorio de cada uno de los hallazgos para depurar e interpretar la información obtenida.

2.2.4. Por el control de las variables: No experimental

Es un estudio no experimental ya que la información del objeto de estudio se recopilará en un solo momento, de tal manera de mostrar la realidad actual de la situación a investigar; así como no se manipulan ni son sujetos a cambios intencionados las variables objeto de estudio; es decir, simplemente presentan datos, de esta manera se busca recopilar información verídica para la investigación.

2.2.5. Por el alcance: Descriptivo

El estudio es de tipo descriptivo ya que mediante la investigación se va a detallar las propiedades y características más importantes; así como, la medición y evaluación de diversos aspectos o componentes de las comunidades indígenas y afroecuatorianas, en cuanto a su música y danza autóctonas tal como se presenta en el lugar objeto de investigación. También se efectúa un análisis de índole exploratorio, ya que el tema a tratar ha sido poco abordado anteriormente.

2.3. Instrumentos de recolección de información

2.3.1. Recolección Bibliográfica

Para realizar este tipo de recolección se utiliza en la mayoría de los casos fichas bibliográficas que tienen la finalidad de identificar fuentes de información que se han tomado como referencia dentro de la investigación. La ficha bibliográfica es un

documento destinado a contener datos de un libro o artículo (Orizaga, 2011, pág. 2). Se las realiza con información proveniente de todos los documentos que han servido de aporte para la indagación, anotando y registrando las fuentes encontradas, el lugar en el que se las encontró, cuál es el tema, número de páginas, etc.

TEMA	LIBRO	AUTOR	CITA	DISCUSIÓN	PÁGINA	AÑO	WEB

2.3.2. Entrevista

La entrevista es “una conversación, es el arte de realizar preguntas y escuchar respuestas”. (Denzin & Lincoln, 2005, pág. 643) Se considera una técnica con la cual el investigador pretende obtener información de una forma oral y personalizada. Para varios autores la entrevista es una comunicación entre el entrevistador y el entrevistado, que debe ser planeada y con un objetivo determinado para la toma de decisiones. Por otra parte, cabe mencionar que existen dos tipos de entrevistas la estructurada y la no estructurada. La primera se caracteriza por estar rígidamente estandarizada, se plantean las preguntas y se las menciona en el mismo orden del cuestionario planteado. (Stevenazzi, 2013, pág. 3), mientras que la segunda es más flexible y abierta, las preguntas se encuentran a disposición del entrevistador y permite profundizar en temas de interés.

La entrevista se realizará a un representante de cada una las organizaciones públicas que regulan el turismo en los cantones de Otavalo e Ibarra, así como a delegados de cada uno de las comunidades de Faccha Llakta y Salinas. Con ello se pretende conocer la situación actual que atraviesa la música y danza autóctona de la localidad, lo que permitirá identificar su influencia y potencialidad frente al turismo dentro de la provincia; además, se identificará el interés de estas agrupaciones en participar en propuestas alternativas que promocionen sus atractivos turísticos y su patrimonio intangible.

ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS REPRESENTANTES DE LAS COMUNIDADES DEL CHOTA Y OTAVALO

OBJETIVO: Esta entrevista tiene como objeto identificar la situación actual del turismo comunitario realizado por las comunidades del Chota y Otavalo, con el fin de conocer su interés por participar en actividades relacionadas a la música y danza autóctona.

Entrevistado:

Cargo o función:

Título:

Entrevistador:

Ciudad y Fecha:

1. ¿Cómo nace la comunidad? ¿Cómo está organizada?
2. ¿Qué actividades turísticas ofrece dentro de su comunidad? ¿Cuánto cobra por ellas? ¿Cómo dan a conocer su comunidad?
3. ¿Realiza actividades relacionadas con la música y danza? ¿Varía la música y danza de un grupo cultural a otro?
4. ¿Cómo nace la música y danza dentro de su comunidad y qué importancia tiene?
5. ¿Qué instrumentos autóctonos utilizan dentro de la música, con qué materiales son elaborados y cómo son fabricados?
6. ¿Cuál es la vestimenta tradicional y qué significado tiene cada uno de sus elementos?
7. ¿Le gustaría promover el turismo en su comunidad mediante la creación de una ruta etnomusicológica que impulse el turismo de la comunidad de Otavalo/Chota, por medio de su patrimonio intangible? ¿Cuán factible sería?
8. ¿Utiliza algún tipo de promoción turística para su comunidad?
9. ¿Qué atractivos turísticos naturales y culturales sugeriría usted para promocionar su comunidad?
10. ¿Cree usted que el realizar turismo en la comunidad es un factor que influye en la aculturación de la población? ¿Cómo?

Gracias por su colaboración

ENTREVISTA DIRIGIDA A REPRESENTANTE DE LA PREFECTURA DE IMBABURA

OBJETIVO: Esta entrevista tiene como objeto identificar la situación actual del turismo comunitario realizado en la provincia de Imbabura y conocer su interés por participar con nuevas alternativas relacionadas con la música y danza autóctona.

Entrevistado:

Cargo o función:

Título:

Entrevistador:

Ciudad y Fecha:

Considerando que el turismo comunitario es una modalidad de turismo alternativo que utiliza recursos histórico-artísticos, tradiciones y características de una comunidad para su oferta turística.

1. ¿Cuál es la situación actual del turismo comunitario dentro de la provincia?
¿Cómo están organizados?
2. ¿Qué comunidades realizan este tipo de actividades y cuál es la más representativa?
3. ¿Ha considerado la alternativa de impulsar el turismo mediante la música y danza autóctonas?
4. ¿Le parece interesante la creación de una ruta etnomusicológica que impulse el turismo de las comunidades de Otavalo y el Chota, por medio de su patrimonio intangible? ¿Cuán factible sería?
5. ¿Cuáles son las estrategias para promocionar el turismo de Imbabura?
6. ¿Le interesaría ser partícipe de una ruta turística que incluya música y danza cómo atractivo del mismo?
7. ¿En qué porcentaje el turismo forma parte de la actividad económica de la provincia?
8. ¿Cuál es el aporte de los Gobiernos Autónomos Descentralizados con referencia a la asignación de recursos para el desarrollo turístico comunitario?
9. ¿Cree usted que el turismo influye en la aculturación de las comunidades?
¿Cómo?

Gracias por su colaboración

2.3.3. Encuesta

La encuesta es una técnica que recopila información mediante la aplicación de un cuestionario a una muestra de individuos. A través de ellas se pretende identificar distintas opiniones, actitudes y comportamientos de la población estudiada. (Centro de Investigaciones Sociológicas, 2013) Por otro lado, el término se define como un método de investigación basado en una serie de preguntas dirigidas a personas que forman parte del fenómeno objeto de estudio, permitiendo de esta manera describir y relacionar características personales, para poder generar conclusiones específicas sobre los temas analizados. (Latorre, Del Rincón, & Arnal, 1992, pág. 182)

La clave del éxito de la aplicación de una encuesta es su estructuración, ya que se puede obtener información de gran relevancia para la investigación de acuerdo al uso de las variables que más se relacionen con el tema analizado. Por ello, se aplicarán encuestas a los turistas tanto nacionales como extranjeros que visiten estas localidades, con la finalidad de conocer su interés con respecto a la música popular y danza de los pueblos indígenas como alternativa de turismo cultural en la provincia de Imbabura y determinar el grado de participación que podrían tener dentro de estas actividades.

Dentro de la encuesta se ha incluido preguntas clave que ayudan a determinar un perfil de turista en cuanto a género, edad y procedencia, así también con el cuestionario se logra determinar las necesidades, gustos y preferencias de las personas al viajar y de esta manera establecer posibles rutas que incluyan los servicios dentro del hospedaje, transporte y alimentación más demandados y que se ajusten a días que destina una persona a viajar. Además se puede implantar técnicas de posicionamiento a través de la promoción turística mediante los medios de información más utilizados.



ENCUESTA DIRIGIDA A TURISTAS NACIONALES Y EXTRANJEROS

Objetivo: Determinar la viabilidad y aceptabilidad de realizar actividades turísticas relacionadas con la música y danza autóctona en la provincia de Imbabura, en las comunidades del Chota y Otavalo.

Instrucciones: Lea detenidamente cada pregunta y responda con la mayor sinceridad posible. Sus respuestas son confidenciales por lo que tiene toda la libertad para responder. No existen respuestas buenas ni malas.

Datos generales

Género	M	F	Edad	15-19	20-30	31-40	41-50	51-60	>61
---------------	---	---	-------------	-------	-------	-------	-------	-------	-----

Procedencia:

Extranjeros	Colombia	EEUU	México	Brasil	Argentina	Otro
Nacionales	Guayaquil	Quito	Cuenca	Carchi	Tungurahua	Otro

Cuestionario:

1. ¿Cuál es su motivo de viaje? (escoja una opción)

Educación	Familia	Trabajo	Salud	Religión	Ocio	Otro
-----------	---------	---------	-------	----------	------	------

2. ¿Cuántos días destina para su viaje?

Viaje	1-3 días	4-7 días	8-15 días	16-30 días	>1mes
Turismo	1 día	2-3 días	4-5 días	6-8 días	>10 días

3. ¿Qué tipo de turismo busca al viajar? (escoja una opción)

Ecoturismo	Turismo gastronómico	Turismo Cultural	Turismo Religioso	Turismo de Sol y Playa	Otro
------------	----------------------	------------------	-------------------	------------------------	------

4. ¿Con qué frecuencia realiza viajes? (escoja una opción)

Semanal	Mensual	Trimestral	Semestral	Anual
---------	---------	------------	-----------	-------

5. ¿Con cuántas personas viaja normalmente? (escoja una opción)

Solo	Pareja	Amigos	Pax...	Familia	Pax...	Compañeros de trabajo	Pax
------	--------	--------	--------	---------	--------	-----------------------	-----

6. ¿Qué servicios utiliza en el viaje? (escoja una opción en cada servicio)

Alojamiento	Alimentación	Transporte
Áreas verdes	Comida nacional	Alquiler de autos
TV cable	Comida internacional	Transporte Público
Internet	Comida exótica	Transporte Privado
Piscina	Comida rápida	Transporte ecológico (bicicleta)

7. ¿Cuál de estas etnias conoce, ha escuchado o investigado? (escoja una opción)

Otavalos	Afroimbabureños	Natabuela	Karankis	Cayambes
----------	-----------------	-----------	----------	----------

8. ¿Le llama la atención convivir con las comunidades indígenas y afrodescendientes de Imbabura? (escoja una opción)

Muy en desacuerdo	Desacuerdo	Indiferente	De acuerdo	Muy de acuerdo
-------------------	------------	-------------	------------	----------------

9. Por qué medios obtuvo información de las etnias de la provincia de Imbabura (escoja una opción)

Redes sociales	Guías de turismo	Folletería	Página Web	Blogs de información	Agencias de viaje	Otro
----------------	------------------	------------	------------	----------------------	-------------------	------

10. Si tuviese la oportunidad de convivir con estas comunidades, que actividad le gustaría realizar. Numere del 1 al 6 siendo 6 la más importante y 1 la menos importante

Vivencias místicas	Música	Danza	Agroturismo	Ritos y purificaciones	Medicina ancestral
--------------------	--------	-------	-------------	------------------------	--------------------

11. ¿Por qué medios le gustaría usted conocer acerca de rutas que incluyan la música y danza autóctona de Imbabura? (escoja una opción)

Redes sociales	Guías de turismo	Página Web	Folletería	Vallas Publicitarias	Otros
----------------	------------------	------------	------------	----------------------	-------

12. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los siguientes servicios dentro de las comunidades? (escoja una opción en cada servicio)

Alimentación	Hasta \$3	
	Entre \$3,01 y \$7	
	Más de \$7	
Hospedaje	Hasta \$10	
	Entre \$10,01 y \$20	
	Más de \$20	
Visita a atractivos naturales	Hasta \$2	
	Entre \$2,01 y \$4	
	Más de \$4	
Apreciación de música y danza	Hasta \$5	
	Entre \$5,01 y \$10	
	Más de \$10	

¡GRACIAS POR SU COLABORACIÓN!

2.3.4. Observación

La observación es una técnica cualitativa que registra la información presente y captada en el lugar de los hechos y es una de las más aplicadas en la etnografía y en el marco educativo, por la riqueza de su información y la influencia de la misma en la población objeto de estudio. Se observa las conductas, la participación, la comunicación y el silencio de las personas, así como el contexto en que se desarrollan los fenómenos estudiados, por ello puede transformarse en una poderosa herramienta de investigación social y en técnica científica. (Cortés & Iglesias, 2004, pág. 34)

En las salidas de campo se observará a las comunidades de Peguche y Salinas, las cuales cuentan con el potencial turístico para incluir dentro de sus actividades aspectos que involucren la música popular y la danza. Esto conjugado con el patrimonio natural se podrá identificar atractivos turísticos cercanos que puedan complementar su oferta de servicios. Así mismo, se identificará aspectos representativos con referente a su vestimenta, instrumentos musicales y manifestaciones culturales, se levantará dicha información mediante las fichas para inventario de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo usadas para atractivos naturales y culturales. Cabe mencionar que se han realizado formatos independientes para instrumentos musicales, vestimenta y manifestaciones culturales existentes en las localidades.

Ficha de Inventario de Atractivos Turísticos



REGISTRO DE DATOS DE LOS ATRACTIVOS TURISTICOS
 FICHA PARA INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURISTICOS
 MINISTERIO DE TURISMO

1. DATOS GENERALES	
ENCUESTADOR:	FICHA No.....
SUPERVISOR EVALUADOR:.....	FECHA :.....
NOMBRE DEL ATRACTIVO:	
PROPIETARIO:	
CATEGORÍA:	TIPO: SUBTIPO:.....
2. UBICACIÓN	LATITUD: LONGITUD:
PROVINCIA:	CANTÓN:..... LOCALIDAD:.....
CALLE:.....	NÚMERO:..... TRANSVERSAL:.....
3. CENTROS URBANOS MAS CERCANOS AL ATRACTIVO	
NOMBRE DEL POBLADO:..... DISTANCIA(km):.....	
NOMBRE DEL POBLADO:..... DISTANCIA(km):.....	
C A L I D A D	4. CARACTERÍSTICAS FÍSICAS DEL ATRACTIVO
	V A L O R
	ALTURA (m.s.n.m.):..... TEMPERATURA (°C):..... PRECIPITACIÓN PLUVIOMETRICA (cm ³):.....

.....	

→
Siguiete

Ficha de observación para Música (Instrumentos Musicales)

FICHA DE OBSERVACIÓN DE INSTRUMENTOS MUSICALES	
REALIZADA POR:	
FECHA:	
Nombre del instrumento: Cambio: Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Uso: Ritual <input type="checkbox"/> Fiesta <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>
Tipo de instrumento:	Otro <input type="checkbox"/> Cordófono <input type="checkbox"/> Idiófono <input type="checkbox"/> Membranófono <input type="checkbox"/> Decoración: Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Materiales:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> </div>
Elaboración:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> </div>
Fotografía:	

Ficha de observación para Danza (Vestimenta)

FICHA DE OBSERVACION VESTIMENTA	
REALIZADA POR:	
FECHA:	
Nombre de la prenda:	
Uso:	Ritual <input type="checkbox"/> Fiestas <input type="checkbox"/> Cotidiano <input type="checkbox"/>
Origen:	Indígena <input type="checkbox"/> Afroecuatoriana <input type="checkbox"/>
Color:	
Decoración:	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>
Elaboración:	Textil <input type="checkbox"/> A mano <input type="checkbox"/>
Clima:	Cálido <input type="checkbox"/> Frío <input type="checkbox"/>
Descripción:
Significado:	Si <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/>

Fotografía:	

Ficha de observación para música y danza

FICHA DE OBSERVACIÓN DE MANIFESTACIONES		
REALIZADO POR:		
FECHA:		
NOMBRE DE LA DANZA:		
FECHA DE CELEBRACIÓN:		
DESCRIPCIÓN:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> </div>	
VESTIMENTA:	HOMBRE	MUJER
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> </div>	
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> </div>	
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> </div>	
	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> </div>	
MANIFESTACIÓN:	MOVIMIENTOS	SIGNIFICADO
	HOMBRE	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> </div>
	MUJER	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> </div>
INSTRUMENTOS PARTICIPANTES:	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> </div>	

2.4. Procedimiento para recolección de datos Varios

Técnica Documental: Se recopilará la información relevante para la investigación existente en libros, artículos, páginas web, revistas científicas y demás documentos que contengan información del tema investigado, cuyo registro se realizará en las fichas diseñadas para el efecto, con el fin de poder sintetizar la información en el momento de su uso.

Técnica de Campo: La investigación de campo iniciará con la visita a la Prefectura de Imbabura el ente regulador y posteriormente a las casas de turismo de los cantones relacionados para conversar con las personas responsables de la actividad turística. Posteriormente se tendrá contacto con las comunidades de Salinas y Faccha Llakta, en donde se analizará los elementos principales de la investigación como la música, la danza y las manifestaciones folclóricas presentes en los instrumentos y la vestimenta. Por otro lado, se identificará los atractivos turísticos con los que cuentan las comunidades estudiadas y posteriormente se llenó la ficha de atractivos del Ministerio del Turismo.

2.5. Cobertura de las unidades de análisis Varios

La investigación utilizará una cobertura de las unidades de análisis a las comunidades indígenas y afroecuatorianas existentes en la provincia, de las cuales se ha tomado como referencia una considerada como representativa a cada grupo en dónde por medio de entrevistas se busca obtener datos demográficos, actividades de turismo comunitario, atractivos naturales y culturales cercanos que puedan ser complementados con su música y danza como atractivo turístico. Por tal motivo se ha elegido la Comunidad Faccha Llakta, ubicada en Peguche - Otavalo y la Comunidad Salinas, ubicada en el Valle del Chota - Ibarra.

Por otro lado, se realizará un muestreo para determinar el número de turistas a los que se les aplicará las encuestas y determinar el perfil de turista que demanda dicho servicio. Se realizará un muestreo aleatorio simple en el cual cada individuo de la población tiene las mismas posibilidades de ser elegido, por lo que se ha tomado en

2.6. Procedimiento para tratamiento y análisis de información Síntesis

Se utilizará la síntesis como procedimiento para tratar y analizar la información, este análisis se realizará con los datos obtenidos en las fichas bibliográficas de libros referentes a la música etnográfica y popular del Ecuador obtenida principalmente en la biblioteca de la Universidad de Otavalo, de investigaciones realizadas por el Instituto Otavaleño de Antropología. También se utilizarán la información obtenida mediante la aplicación de entrevistas a los encargados de la gestión de turismo comunitario en las casas de turismo de los cantones de Otavalo e Ibarra, así como a los presidentes de la comunidad de Salinas y Faccha Llakta, para conocer su interés en la participación de una ruta de valorización cultural que muestre su patrimonio intangible.

Se sintetizará además la información obtenida mediante las fichas de observación tanto de atractivos naturales y culturales, así como de música y danza para establecer los productos turísticos idóneos para ser enlazados entre sí en la realización de un mapa etnomusicológico y una guía de revalorización. Finalmente, se realizará la tabulación de las encuestas realizadas a 384 turistas extranjeros en los cantones de Otavalo e Ibarra, obtenidas en los lugares turísticos más concurridos por este segmento de mercado como La Plaza de los Ponchos en Otavalo principalmente y las lagunas de San Pablo, Yahuarcocha, Cuicocha, Peguche y la Estación del Tren en la comunidad de Salinas en el Valle del Chota mediante fórmulas en la hoja de cálculo Excel.

CAPÍTULO III

RESULTADOS

1.1.Otavalo

El cantón Otavalo pertenece a la provincia de Imbabura, se encuentra asentado en un amplio valle rodeado por el volcán Imbabura, la montaña Fuya Fuya y las lomas de Cotama y Rey Loma. La temperatura promedio es de 14°, tiene una superficie de 82 km² y una altura de 2.565 m.s.n.m., su población es de 90.000 habitantes. Este cantón es conocido a nivel nacional e internacional gracias a la artesanía y folklore de sus habitantes, uno de sus principales atractivos turísticos es la Plaza de los Ponchos, donde artesanos exponen su arte representado en pintura, textiles, cerámica y bisutería (Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Social, 2016).

Cabe destacar que la economía de Otavalo en un 60% depende del turismo, pues éste se ha convertido en la actividad económica predominante en la localidad y entorno a ésta gira el sector artesanal, textil y musical; por ello la Dirección de Turismo del cantón maneja y apoya algunos emprendimientos dentro de las comunidades indígenas del pueblo quechua Otavalo, de los cuales siete se encuentran iniciando sus actividades, mientras que un grupo considerable están ya en pleno funcionamiento. Hay varias comunidades que cuentan con vasta experiencia en turismo comunitario y que tienen trayectoria en la práctica de esta actividad, la mayoría brinda servicio de gastronomía, hospedaje y convivencia dentro de familias indígenas. Todos los proyectos cuentan con la ayuda del Gobierno Autónomo Descentralizado de Otavalo en cuanto a promoción y capacitaciones (Terán, 2016)



Figura 1 Mapa político de la Provincia de Imbabura
Fuente: (Zonu, s.f.)



Figura 2 Mapa de Otavalo turístico y sus alrededores
Fuente: (Indio Inn Hotel, s.f.)

1.1.1. Música

La música del cantón Otavalo es una de las muestras culturales de este pueblo, sus canciones van acompañadas por instrumentos únicos que forman parte de las ceremonias sagradas y que son utilizadas para alegrar el espíritu y engrandecer el alma. Segundo Luis Moreno, reconocido musicólogo, menciona que esta zona es un núcleo luminoso en la historia musical de Imbabura y advierte que sus habitantes tienen especiales aptitudes musicales (Jaramillo, 2014, pág. 36). Las manifestaciones artísticas de los pueblos cobran mayor significado e importancia cuando se vive dentro de sus propios contextos y cuando las expresiones musicales tienen una raíz étnica muy marcada.

Las letras de las canciones están enfocadas en temas rituales y por medio de éstas se transmiten sentimientos y se pretende imitar el canto de las aves, el silbido de los pájaros, el sonido del viento y todo lo relacionado con la naturaleza. Una de las canciones más conocidas es Peguche Tío interpretada en kichwa y Ñuka Lallakta que es instrumental. Entre los grupos musicales más representativos de la zona se encuentra Ñanda Mañachi, Ñukanchik Ñan. Kawsay, Sumak Warmi, Churay, Jayac y Killas; muchos mantienen los cantos e instrumentos tradicionales y otros pocos han incursionado con nuevos ritmos. Cabe mencionar a la banda de Paz de Peguche conformada por 100 niños quienes con sus interpretaciones plasman la música autóctona utilizando payas, rondadores, zamponas y bombos, realizando el Sicuri que es la habilidad de tocar de manera trenzada.

1.1.1.1. Instrumentos Musicales

Los instrumentos musicales andinos tienen un uso ritual y festivo, éstos son utilizados en cantos ancestrales y ceremonias indígenas. Aparecieron por primera vez en la época prehispánica, a través del tiempo han sufrido cambios en cuanto al material del que son elaborados ya que antes eran confeccionados en piedra, arcilla, hueso, concha y metal. Además se utilizaban calabazas, para confeccionar sonajeros, carrizo y guadua, carapachos de tortuga, caracoles de tierra, semillas, cáscaras,

pieles, tripas de animales que se empleaban como cuerdas (Coba C. , 2015, pág. 23). La música indígena tradicional resulta de la interpretación de instrumentos de viento y de percusión, cabe destacar que los instrumentos autóctonos de Peguche son el rondador, la paya y el bandolín, para complementar las interpretaciones musicales se incluyeron instrumentos de cuerda como el arpa y la guitarra (Alemán, 2016).

a) Instrumentos de Viento

Son conocidos como aerófonos ya que producen el sonido por la vibración de aire en su interior. Según la creencia indígena para que se adquiriera un buen sonido éstos deben pasar por el ritual de arishcamiento que consiste en ponerle el sedimento o concho de la chicha o aguardiente y luego dar gracias al dios sol y al dios maíz por haber transmitido sus poderes; si éste no ha pasado por este proceso, su sonido no es aceptable para la comunidad y los indígenas dicen que no puede ser utilizado en sus ceremonias (Coba A. , 1992, pág. 544). También suelen utilizar aceite de oliva ya que esto permite que el instrumento sea más suave de soplar e interpretar.

En principio eran realizados con hueso de cóndor, pero por el paso del tiempo esta práctica ha desaparecido porque las técnicas empleadas no han pasado de generación en generación y por la prohibición de usar restos de animales en su fabricación producto de la protección y preservación del medio ambiente. Esto se ha sustituido por tunda y carrizo, la primera es más delgada y utilizada para construir payas, el segundo es más grueso y es ideal para realizar flautas transversas o gaitas. El sonido varía según el número y tamaño de los tubos, mientras es más largo el sonido es grave y si es corto el sonido se torna agudo, esto se lo hace así para identificar una diferencia sonora es decir que la canción tenga un cuerpo con bajos y altos. Actualmente se utilizan instrumentos que si bien es cierto no son propios del lugar son parte de la raíz indígena de América latina.

Rondador.- Es llamado universalmente flauta de pan, este instrumento se remonta a la era paleolítica, para su construcción se ha utilizado barro, cerámica, arcilla, hueso, guadúa, bejuco o carrizo. Tiene un sonido directo conformado por una serie de tubos unidos uno detrás del otro, sincronizados entre ellos, sujetado por cuatro barras abrazadoras y atadas por hilo de cabuya. El sonido melódico y con su

música se puede lograr hechizar a serpientes y osos, calmar a los enfermos. Tiene carácter festivo, ritual y social, es uno de los instrumentos más difundidos en la cultura andina y se utiliza en grandes celebraciones.



Figura 3 Antara, rondador antiguo de barro

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 4 Huairapura rondador antiguo de cerámica

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 5 Rondador de hueso de pata de cóndor

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 6 Rondador de plumas de cóndor
Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 7 Rondador actual de carrizo

Paya.- Flauta de pan más pequeña que el rondador y está compuesto por un conjunto de siete u ocho tubos o canutos que pueden ser de carrizo, caña guadúa o bejuco; estos se encuentran unidos y presionados por dos varitas una a cada lado y distribuidos en orden descendente del más largo al más corto. Es un instrumento de carácter ritual ejecutado por un grupo de tañedores que emiten melodías unísonas. Este es un instrumento propio de Otavalo y se lo utiliza también en celebraciones importantes como la fiesta del Yamor. Para su construcción el material que se extrae debe estar fresco y se lo deja secar por algún tiempo (El Universo, 2014)



Figura 8 Paya con tejido en telar
Fuente: Casa de la cultura Ecuatoriana



Figura 9 Paya de carrizo

Pífano.- Instrumento hecho con el hueso del ala del cóndor. Se trata de un tubo con canal de insuflación y provisto de seis agujeros, la boquilla va tapada con un taco de madera que deja una rendija para el paso del aire. Para su elaboración se debe descarnar y poner a hervir el hueso en agua con cal para blanquearlo y eliminar la grasa, luego se procede a colocar la boquilla y realizar las perforaciones correspondientes, el sonido va a depender de la precisión de la boquilla y la afinación del tamaño de los agujeros. Es tocado de manera vertical. (Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares CIDAP, 1989, págs. 263 - 271)



Figura 10 Pífano de rabo de armadillo

Fuente: Casa de la cultura Ecuatoriana

Pingullo.- Significa flauta vertical, es un instrumento hecho en caña de carrizo, de tunda o bejuco, también se suele emplear huesos de ave e incluso en algunas excavaciones realizadas se ha podido encontrar pingullos contruidos con huesos de personas. Consta de un tubo provisto de canal de insuflación y de dos o tres perforaciones, el extremo por el que se sopla tiene una lengüeta y el otro extremo es hueco. Se toca verticalmente y a diferencia del pífano y la flauta se lo hace con una sola mano usando los dedos índice, medio y pulgar y con la otra mano se percute el tambor o caja. (Tobar, 2001, págs. 2-4). Una vez preparado el material se corta el largo del tubo, se pule las asperezas y se coloca las señales para posteriormente perforar los hoyos y el hueco en la parte superior donde se coloca un tapón con una ranura para que pase el aire. Es utilizado en todas las festividades andinas, en rituales y ceremonias (Coba A. , 1992, págs. 602 -606)



Figura 11 Pingullo de hueso

Fuente: Casa de la cultura Ecuatoriana



Figura 12 Pingullo prehispánico
Fuente: Casa de la cultura ecuatoriana



Figura 13 Pingullo de carrizo

Churos o Caracoles.- Es una trompeta natural, este instrumento prehispánico es hecho de barro y de concha marina con una perforación en la parte superior. El churo era usado en las festividades para el huasifichay o anunciar otras fiestas y actividades. Este instrumento tiene diferentes sonidos que emiten un mensaje entendido y descifrado por los miembros de una comunidad. Es redonda y en su interior es espiral, se perfora la parte superior de la cocha para que sirva de embocadura y se pueda soplarla y producir un sonido fuerte. Su uso depende de la característica y número de soplidos por ejemplo, un sopro en este instrumento sirve para anunciar alguna festividad y dos para invitar a participar en otras actividades de su cosmovisión, un soplido más fuerte es para prevenir invasiones. (Coba A. , 1992, págs. 552-560).



Figura 14 Caracola

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 15 Quipa natural (Caracol)

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 16 Churo de cerámica

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 17 Churo natural

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana

Bocinas. - Consiste en un largo tubo de tunda, en uno de sus extremos se añade un cuerno de res y se sopla a manera de trompeta simple. Para su construcción se utiliza caña guadua traída de la Amazonía o Costa o el chahuarquero que es la flor del penco o maguey. También se emplean los cuernos de res que hacen la función de boquilla, este se embona en la parte inicial o superior. El cuerpo del instrumento es ahuecado con una navaja o alambre y se alisa para quitar las asperezas. Este instrumento es utilizado para dar aviso a todos los miembros de la comunidad de las principales fiestas o reuniones, además se usa para reunir al ganado o anunciar cuando el pueblo está en peligro (Coba A. , 1992, págs. 544-551).



Figura 18 Bocina Andina

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 19 Bocina Truca

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 20 Bocina

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana

Flautas transversas. - Son realizadas en caña de carrizo, tunda y en ocasiones de madera o hueso, se la interpreta horizontalmente pues se trata de un aerófono transversal que se interpreta de izquierda a derecha. Consiste en un tubo en uno de cuyos extremos va cerrado y junto a éste hay un agujero para la embocadura, no tiene canal de insuflación y tienen de dos a seis los agujeros que varían dependiendo del tamaño y tipo de la flauta, para su construcción se empieza cortando el carrizo y puliendo las asperezas, luego se perfora los orificios con sumo cuidado para que sean bien redondos. Es utilizado en las festividades, el trabajo, la terminación de una obra, en ritos religiosos, para los indígenas existe una flauta macho y otra hembra por eso siempre es interpretada por dos personas (Coba A. , 1992, págs. 582 - 595)



Figura 21 Flauta nativa o moseño



Figura 22 Flauta traversa
Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 23 Flauta de hueso de cóndor
Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 24 Flauta prehispánica de cerámica
Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 25 Flauta de hueso humano
Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana

Cuerno o Cachos.- Es una trompeta natural que tiene gran importancia para emitir mensajes sonoros conocidos por la comunidad y es utilizado en actividades sociales y festivas. Tiene las mismas connotaciones que el caracol y posee una carga mística coincidente. Este instrumento es hecho con el cuerno de res del cual se corta la punta más delgada lo que posibilita la apertura de la boquilla, luego se corta la base y se hace un canaleta. El 23 de junio es tocado durante el baño ritual que es parte de las principales festividades (Coba A. , 1992, págs. 562-566).



Figura 26 Instrumento de viento cuerno



Figura 27 Cacho o cuerno decorado
Fuente: Casa de la cultura ecuatoriana

Flauta de Tunda. - Es un instrumento de sopro de origen prehispánico utilizado en las festividades indígenas. Se trata de un tubo de una variedad gruesa de caña denominada tunda, la cual puede ser grande, mediana y pequeña dependiendo la cantidad de huecos de obturación. Para su elaboración se deja secar la caña, se limpia las asperezas y se procede a perforar los orificios con una navaja, la parte inferior es abierta y se toca como una flauta transversa. Según las creencias para construir este instrumento se debe emplear caña guadúa del Oriente o Costa y que cumpla con características como calidad, grosor, buena sonoridad y poseer los poderes de una tierra fecunda para que resulte un buen sonido. (Coba A. , 1992, págs. 567- 580)



Figura 28 Flautas de tunda



Figura 29 Flauta de tunda

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana

Quena. - Es un tipo de flauta vertical que se encuentra dispersa en toda la región andina y tiene una embocadura en forma de U donde deben colocarse los labios. Para su confección se usa caña guadúa, tunda o hueso tiene una longitud aproximada que va de los 25 a los 37 cm. La quena, en uno de sus extremos tiene una muesca o corte parcial en forma de V. En su cara anterior tiene seis orificios y en la cara posterior tiene un orificio, es abierta en ambos extremos y tiene amplias posibilidades melódicas.



Figura 30 Instrumento de viento quena

Ocarinas y Silbatos.- Es uno de los instrumentos musicales más antiguos, corresponden al tipo de aerófonos vasculares con agujeros, están hechos de arcilla, barro o cerámica; además, presentan variedad de formas dependiendo del tipo de ceremonia en la que participa. Para la fabricación se utiliza el sistema de colado y el de moldeado. Está formado por un cuerpo oval y puede tener desde cuatro a trece perforaciones para colocar los dedos. Las ocarinas son piezas escultóricas de mucha fuerza, representan dioses, mitos, animales y hombres. En la parte inferior aparece el sitio para soplar una especie de boquilla de flauta de pico. Las ocarinas tienen una total conformación musical, son hechas para producir sonidos melódicos para ceremonias musicales y religiosas (Escobar, 2009)



Figura 31 Ocarinas



Figura 32 Ocarina de madera
Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 33 Silbatos
Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana

b) Instrumentos de percusión

Estos instrumentos se caracterizan porque la producción de sonido se origina al ser golpeado o agitado, pueden ser membranófonos cuando añaden timbre al sonido del golpe, ideófonos; es decir, que suenan por sí mismos y placófonos cuando se entrechocan placas metálicas (Fabeiro, 2012). Son muy numerosos y variados, la historia de la percusión es muy antigua y se remonta a las tribus primitivas quienes golpeaban las piedras con un palo, ellos además pudieron observar que la piel de un animal colocada sobre un recipiente creaba una gran resonancia al ser golpeada, esto puede ser un antecesor del tambor, instrumento presente en ceremonias y rituales (Merino, 2006, pág. 231). Dentro de la cultura indígena se utilizan varios instrumentos de percusión, pero cabe destacar que muchos de ellos tienen influencia occidental como la pandereta y el bombo.

Tambores indígenas o Bombos. - Son importantes dentro de la connotación de los otavaleños, existen tres clases de tambores de acuerdo a su tamaño tiene una actividad específica; los grandes son predestinados a dar señales de guerra, los medianos son destinados a las festividades y los pequeños para quehaceres y trabajos diarios. Para su construcción se utiliza tronco de capulí, un extremo se cubre con cuero de vaca y el otro con cuero de venado, éstos son tensados en forma de X con el cabestro que es el cuero de vaca disecado. Es golpeado con la baqueta o llamado también Llamango, que es elaborada con madera de eucalipto y tiene una dimensión de 28 cm de largo y cuya cabeza mide 17 cm de diámetro.

Este instrumento acompaña al pingullo en la interpretación de las diferentes melodías y en varios ritos y festividades, el más utilizado es el denominado “Huancar” realizado con un tronco hueco tapado a los extremos con cuero de llama. Cabe destacar que los tambores han estado presentes en los ritos funerarios, mientras el grande daba señales de muerte, los pequeños acompañaban en el cortejo fúnebre. Además, estos instrumentos eran usados en los sacrificios humanos, prenunciando los preparativos, así también en ritos penitenciales como festivos, especialmente el Inty Raymi (Coba A. , 1992, págs. 11-49).



Figura 34 Tambor

Fuente: Dr. Nelson Carvajal



Figura 35 Baqueta

Fuente: Dr. Nelson Carvajal

a) Instrumentos de cuerda

También conocidos como cordófonos, son aquellos instrumentos en los que el sonido es producido gracias a la vibración de una o más cuerdas tensadas. En la antigüedad dichas cuerdas eran realizadas con tripas de animales, actualmente se las realiza en metal y en fibras sintéticas. Éstas van acompañadas de un elemento resonador de gran superficie sobre el que se apoyan, para que reciba sus vibraciones, se amplíen unas frecuencias y se irradie el sonido, en las cuales las formas y texturas de dichos resonadores son variados y pueden ser de tabla o cajas de madera; además, pueden ser de cuerda pulsada, frotada o percutida (Merino, 2006, pág. 159).

Guitarra. - En principio solo tenía cuatro cuerdas que simbolizaban los puntos cardinales, los cuatro elementos, las fases de la luna y las semanas del mes; este instrumento ha ido evolucionando para alcanzar un mejor sonido, incorporando dos cuerdas más como lo conocemos hoy en día. Para su construcción se utiliza madera de árboles como el bálsamo, pino, cedro o nogal, es necesario contar con moldes para las tapas. El uso de este instrumento comenzó desde la conquista y en primera instancia era exclusivo para los españoles, luego fue socializándose en el grupo indígena y mestizo, hasta lograr ser parte de ritos sagrados y fiestas (Coba A. , 1992, págs. 349 - 385)



Figura 36 Guitarra

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana

Arpa.-Instrumento de origen europeo que fue introducido en los pueblos andinos de Latinoamérica durante la colonia, fueron los jesuitas quienes se encargaron de enseñar a los indígenas a interpretarla para los actos religiosos. Con el tiempo el arpa ha pasado a formar parte de melodías propias y su sonido complementa al sonido emitido por instrumentos propios como el rondador y es utilizado por los kichwas otavalos en el tradicional fandango. Para su construcción se debe utilizar madera de

capulí y se recomienda que sea de árboles de 90 años ya que esto ayuda a que tenga un sonido más armonioso y suave. (El Comercio, 2014)



Figura 37 Arpa de calabaza

Fuente: Casa de la Cultura ecuatoriana



Figura 38 Arpa de cocodrilo

Fuente: Casa de la Cultura ecuatoriana

Bandolín. – Instrumento ecuatoriano, se trata de una pequeña especie de guitarra pero con características diferentes, su caja de resonancia es ovalada, tiene quince cuerdas de metal divididas en cinco grupos, es muy influyente en las expresiones artísticas y principales festividades de la cultura indígena y mestiza por su particular tímbrica y su sonido armonioso. Éste resulta de la modificación de la mandolina y la bandurria, instrumentos de origen europeo que llegaron con la conquista y que fueron adaptados por los artesanos de la escuela quiteña. Para su elaboración se ha utilizado el caparazón del armadillo por la forma que tiene, actualmente se usa madera de cedro. (El Mercurio, 2016)



Figura 39 Bandolín

Fuente: (Ritmos Ecuatorianos, 2015)

1.1.2. Danza

El pueblo Otavalo es uno de los grupos indígenas más reconocidas del Ecuador por sus textiles, artesanías y manifestaciones culturales dentro de la cual está inmersa la danza que se realiza con el fin de agradecer a la Pacha Mama por los frutos recibidos (Pineda, 2016). Las danzas representan la alegría de los pueblos, son muy coloridas y los pasos de baile son muy auténticos y reflejan aspectos de la cultura andina ya que están impregnados de la idiosincrasia, gracia e identidad. Proviene de los antepasados y con el pasar del tiempo han sido mejoradas, pero sin perder su significado, las coreografías se basan en un tema específico de actividades agrícolas y cotidianas principalmente a temporadas de siembra, florecimiento y cosecha; es utilizada en varios ritos y purificaciones, así como en celebraciones sagradas y fiestas sociales como matrimonios y bautizos.

1.1.2.1. Fiestas Tradicionales

Los otavaleños celebran las Raymikuna o fiestas rituales que coinciden con los solsticios y equinoccios presentes en el año. Estas fiestas están vinculadas con el ciclo agrícola andino en la que el maíz viene a constituir un símbolo de la fertilidad y es el componente vital dentro de la cosmovisión indígena. En los primeros meses del año (enero a marzo) se celebran la “tumarina” o fiesta de la mujer ya que simboliza fertilidad por el florecimiento y en los meses de julio a septiembre se dan festividades para hombres caracterizadas por la fuerza. Luego de estos meses se da un nuevo ciclo agrícola para empezar nuevamente con las fiestas. (Pineda, 2016)

Cuadro 1

Fiestas Tradicionales de Peguche

FIESTA	FECHA	DESCRIPCIÓN
Killa Raymi	Septiembre – Octubre	Es el ritual de la luna ya que este constituye el símbolo de la fecundidad. Los antepasados se guiaban por la luna para empezar con la siembra, esta fiesta se celebra en Peguche y se realizan diferentes actividades rituales en agradecimiento a la Tierra y a la Luna por las cosechas, taita cultura agradecimiento por un nuevo ciclo como presentación de grupos de música y danza, gastronomía, juegos deportivos, venta de artesanías, entre otros (Pineda, 2016)
Pawcar Raymi	Febrero – Marzo	Celebrado durante el equinoccio de primavera en honor a las primeras flores, chochos y de otros alimentos cultivados. Es la celebración del florecimiento de una nueva etapa del ciclo de vida. (Pineda, 2016)
Fiesta del Yamor	2 – 11 de septiembre	Es la fiesta es la más grande que Otavalo celebra en el año y que se realiza durante los primeros días de septiembre. El yamor es una bebida elaborada con siete variedades de granos: seis de maíz (Morocho, chulpi, maíz blanco, maíz amarillo, canguil) y una de trigo. Es una fiesta donde colaboran todos los habitantes pues se considera un momento especial porque indígenas y mestizos se unen para celebrar sus costumbres y tradiciones.
Inty Raymi	17 – 19 de junio	Es la fiesta del Sol y los indios otavaleños lo celebran en honor a la Madre Tierra y agradecimiento por las cosechas recibidas. Es uno de los monumentos culturales vigentes y constituye el inicio del año, es la fiesta principal y por sus características viene a ser la navidad de las comunidades; además, es una fiesta espiritual ya que pretenden la renovación de energías en las personas e instrumentos musicales.
Fiesta de los Pendoneros	Octubre	Esta conmemoración está asociada al ciclo del cultivo del maíz, se la relaciona con los ritos de purificación de la tierra y la siembra que se celebra en el equinoccio de septiembre. Se realiza en homenaje al arcángel San Miguel pero se relaciona con las tareas agrícolas de la temporada, esta festividad .ha pasado de ser un rito agrícola a fiesta religiosa.

1.1.2.2. Movimientos

Para realizar los bailes y movimientos los indígenas se basan en el Acha Kana que significa la cruz andina proveniente de los Incas, la cual se basa en los cuatro puntos cardinales: norte, sur, este y oeste. Cabe recalcar que los movimientos de las mujeres son más sutiles y delicados que los hombres (Pineda, 2016). Algunos movimientos de las danzas tienen una connotación agrícola y ecológica, tratando de representar su cosmovisión, rituales, formas de vida, actividades cotidianas como la siembra, en las danzas tratan de representar su agradecimiento a la Pacha Mama por todo lo que les brinda e incluyen pasos para exaltar a la naturaleza.

Cuadro 2 Movimientos utilizados por los indios Otavalos

NOMBRE DEL MOVIMIENTO	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Hawapacha	Movimiento en representación del futuro donde predominan los saltos	 <p>Figura 40 Hawapacha Fuente: (Andanzas, 2016)</p>
Kay pacha	Movimiento que simboliza el ahora es decir el presente, se caracteriza por utilizar pasos rectos y se trabaja con las personas que están alrededor.	 <p>Figura 41 Kay pacha Fuente: (Andanzas, 2016)</p>
Uku pacha	Movimiento que significa pasado, los pasos son más fuertes para que sean sentidos por la Madre Tierra.	 <p>Figura 42 Uku pacha Fuente: (Andanzas, 2016)</p>

Fuente: (Pineda, 2016)

1.1.2.3. Ritmos y Bailes

Culebrillando.- Es una de las formas de baile de los sanjuanés, van correteando en forma serpenteada en hilera simulando el recorrido de una culebra o del rayo del sol hasta llegar a un lugar determinado para tomar la plaza o una esquina, se dedican a zapatear en forma circular, levantando nubes de polvo al son de unos gritos y exaltando viva la fiesta. El baile está conformado por cuatro cuadrillas, cada una está conducida por una cabecilla que se distingue por llevar un zamarro y una banderilla. Los danzantes van acompañados de instrumentos como el churo y los cuernos (Coba C. , 2015, pág. 559).

San Juanito.- Es originario de la provincia de Imbabura, existen varias versiones respecto al origen de su nombre, puede que se deba a que se danzaba durante el día que coincidía con el natalicio de San Juan Bautista. Es un género alegre yailable que se ejecuta en las festividades de la cultura mestiza e indígena, es interpretado con instrumentos autóctonos como el bandolín, pingullo y rondador; así como, con instrumentos extranjeros como la quena, guitarra y bombos. Para los pueblos indígenas bailar el sanjuanito tiene un significado de unidad, sentimiento, identidad y relación con la madre tierra. Para el mestizo, sanjuanito es una expresión alegría e identidad nacional (Rivadeneira, 2014)

Yumbos.- Son personajes que simbolizan a los cerros y montañas, se cree que con ello logran la conexión con espíritus que les permiten ser felices, fuertes, libres, tener sabiduría y vivir en armonía con la naturaleza. Se pretende curar y repartir energías positivas a través del sonido de las chalas que son una especie de lanzas, al son del tambor y el pingullo. Los yumbos reciben mensajes de las montañas a través de los sueños e interpretan sus danzas en la plaza principal lo que permite recibir los rayos del sol de mediodía para renovar energías, al día siguiente regresan a la plaza para seguir danzando, luego comparten alimentos en la pamba mesa y en la tarde realizan el ritual de la matanza, que consiste en la representación de la muerte de un hombre que significa las malas energías para recibir lo positivo. (Morales, 2015)

Fandango.- Es un ritmo ancestral que se entona en ceremonias de entierros, matrimonios y bautizos. Es muy tradicional en los pueblos indígenas, es una melodía

alegre cuando se trata de una celebración social, en cambio se torna triste cuando es interpretada en un velorio especialmente en la muerte de un niño, por ello se dice que tiene característica triste y alegre. Antes era interpretado solo en el arpa, actualmente intervienen otros instrumentos como el bandolín y la guitarra (Pineda, 2016).

1.1.2.4. Vestimenta

La mujer otavaleña usa un elegante traje que consta de varias piezas: el blusón que es una camisa de lienzo blanco con coloridos bordados de flores, rosas y claveles hechos a mano donde intentan plasmar la belleza de la naturaleza. Es importante mencionar que antiguamente usaban la “Kushma” que era un bibidi blanco, largo y llano posteriormente éstas eran decorados con hermosos encajes en las mangas y cuello y todas las mujeres utilizaban un solo diseño como se observa en la Figura 34 pero en la actualidad intentan innovar con nuevos bordados y estilos donde utilizan diferentes cintas e hilos (Figura 35.) Sobre los hombros llevan dos fachalinas que es una especie de capa o paño de colores fucsia para las actividades cotidianas y de color negro para las festividades.



Figura 43 Blusa de la mujer otavaleña con encaje en las mangas



Figura 44 Blusa de la mujer otavaleña moderna

Por otra parte, usan dos anacos uno azul marino, café o negro que utilizan como falda y otro de color blanco que va debajo del anterior, esto lo sujetan con dos fajas una ancha y roja cuya función es moldear la figura de la mujer y otra más delgada con decoraciones que deben combinar con los bordados de la blusa, a esto lo denomina mama chumbi y guagua chumbi respectivamente. Este atuendo es complementado por múltiples collares dorados llamados hualcas, de pulseras de coral o plásticas, anillos y aretes donde resaltan piedras de colores. En la antigüedad mientras más grandes y abundantes eran los accesorios que usaban las mujeres más status y posición económica tenían, a éstas se les denominaba Kullas que significa princesas. Los materiales como oro y coral eran obtenidos gracias a los Mindalae que eran viajeros comerciantes, encargados de intercambiarlos con productos agrícolas (Pineda, 2016).



Figura 45 Anaco de la mujer otavaleña

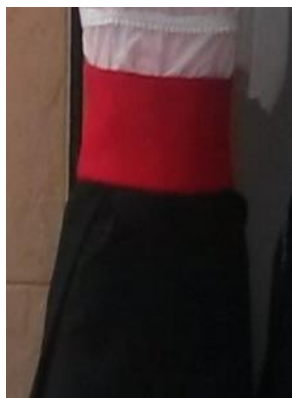


Figura 46 Faja gruesa (Mama Chumbi)



Figura 47 Faja delgada (guagua Chumbi)

Así mismo, el cabello lo llevan trenzado con cintas coloridas y muchas mujeres utilizan una especie de pañuelo llamado huatarina. En principio andaban descalzas, luego empiezan a llevar alpargatas planas con capelladas azul marino o negras y hoy en día utilizan tacones. (Landázuri, 2012) En cuanto a las creencias sobre el significado de la utilización de la vestimenta se menciona que las mujeres que utilizan el anaco blanco más abajo que el de color oscuro están en busca de un compromiso, cuando la mujer utiliza la fachalina sobre sus dos hombros significa descanso y si lo usa sobre un hombro y debajo del otro simboliza que va a trabajar en sus quehaceres domésticos o agrícolas (Pineda, 2016).



Figura 48 Cintas para el cabello

La indumentaria del hombre es más sencilla que la mujer, ellos llevaban consigo un sombrero de teja de color rojizo luego éste fue reemplazado por uno de paño con colores oscuros utilizado para protegerse del sol. Uno de los rasgos más significativos del hombre otavaleño es que tienen la cabellera larga y trenzada a la que denominan “shamba”, que simboliza su fuerza, pureza e identidad. Los primeros indígenas llevaban un pantalón ancho que permitía mayor agilidad denominado “mukitcalzo” que se caracterizaba por no llevar costuras ni cierre y era amarrado a los costados, luego comienzan a usar un pantalón corto de color blanco a la altura de los tobillos. Además, dentro de su vestimenta está la camisa de color acompañado de un poncho de lana azul que le es útil para protegerse del frío y su calzado son las alpargatas blancas (Pineda, 2016).



Figura 49 Vestimenta Masculina Otavaleña

Aculturación

Se ha podido evidenciar que el turismo en Otavalo no influye en la aculturación, más bien constituye un elemento de fortalecimiento de su identidad, pues mediante esta actividad los otavaleños buscan demostrar su cultura. Este fenómeno se ha dado por la globalización y migración, pues la salida de indígenas a otras ciudades o países impulsa a copiar e imitar otras costumbres. Cabe destacar que en una época se dio una decadencia en los jóvenes en cuestiones de mantener la cultura indígena, pues éstos se avergonzaban de sus raíces, ya no practicaban la música ni tradiciones propias, para lo cual se hizo necesario realizar una campaña de socialización y de revalorización, para que se sienten orgullosos de su identidad y sobresalgan las ganas de rescatar el idioma, la vestimenta y prácticas ancestrales (Terán, 2016).

1.2. Salinas

Salinas forma parte del territorio ancestral del Valle del Chota, en la actualidad corresponde a una parroquia rural que se encuentra ubicada a 2.192 m.s.n.m. en la Sierra Norte del Ecuador específicamente en la provincia de Imbabura, goza de una temperatura que oscila entre los 12°C a los 33°C. Se ubica aproximadamente 80 km de Quito la ciudad Capital y a 30 km al norte de la ciudad de Ibarra. Esta parroquia se encuentra limitada al norte con la provincia fronteriza del Carchi, al sur con la provincia de Pichincha, al este con la provincia de Sucumbíos y al oeste con la provincia de Esmeraldas, localización que ha permitido que ésta se convierta en una localidad de paso para viajes con destinos a las diferentes regiones del país.



Figura 50 Acceso a San Miguel de Ibarra

Fuente: (Ecuador Turístico, s.f.)

La historia de este grupo afrodescendiente data de muchos años atrás cuando los negros provenientes del continente Africano fueron traídos a América, especialmente a Jamaica en El Caribe y posteriormente los reembarcaron hacia tierra firme. Se ha descubierto que los nombres que más se encuentran en documentos son de Angola seguidos de Nigeria, Guinea Francesa y el Congo, estas personas se ubicaron en diferentes localidades del Ecuador y muchos de ellos llegaron finalmente a Coangue, hoy conocido como Valle del Chota, el mismo que se encuentra conformado por 38 comunidades como lo muestra el siguiente mapa. (Coba, 2015, pág. 69)

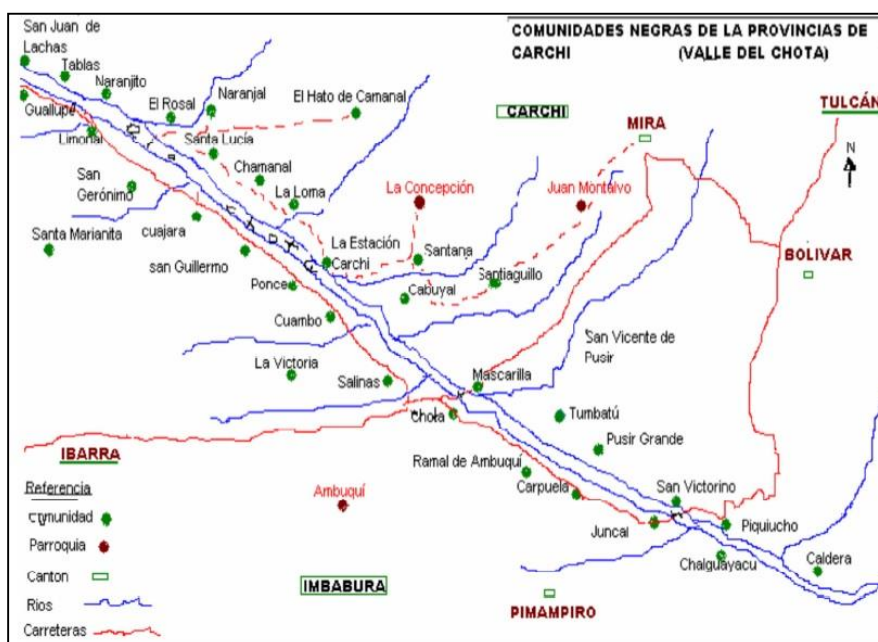


Figura 51 Comunidades negras del Valle del Chota

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

Salinas es una de las parroquias más antiguas de la provincia de Imbabura, es la comunidad más organizada en el ámbito económico por su actividad agrícola en producción de caña de azúcar y por impulsar proyectos que potencien el turismo comunitario en la localidad. La reapertura de la ruta del tren “La Libertad” ha influido de manera positiva a este sitio ya que ha hecho que este lugar pueda ser conocido y tenga la oportunidad de desarrollarse, es así que se le considera uno de los más importantes asentamientos de la población afrodescendiente en el Ecuador. (Padilla, 2014, pág. 36)

Esta localidad cuenta con 1.741 habitantes según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos abortados del Censo 2010 de Población y Vivienda, de los cuáles el 93% se auto identifican como afroecuatorianos. La amabilidad y carisma de su gente ha hecho de Salinas una comunidad destacada en la actividad turística; sin embargo, se identifica un problema muy importante relacionado con la apertura de sus atractivos turísticos. Se observa claramente que los mismos se abren solamente con la llegada del tren y los cierran con su partida, de tal manera que si una persona desea visitarlos y no se encuentra dentro del horario establecido, no podrá hacerlo.

1.2.1. Música

Los negros crearon una nueva cultura musical ya que sus canciones reflejan cosas del diario vivir como: denuncias al ambiente, denuncias al trabajo, amoríos y bombas picarescas. Fusionaron el dolor que sufrieron en el pasado, el látigo, torturas, castigos, etc. con su ritmo y animan así a sus pueblos, recordando su pasado y también sus costumbres y tradiciones. (Coba, 2015, pág. 79) La música de la comunidad de Salinas se caracteriza por añadirle a la tradicional “Bomba” un toque de son; es decir, el enlazar el género musical afro internacional y enraizarlo con el ecuatoriano. (Ferigra, 2016)

1.2.1.1. Instrumentos Musicales

Los pueblos afroecuatorianos se encuentran asentados en diferentes zonas del país como por ejemplo en las provincias de Esmeraldas, Carchi, Imbabura y Loja; sin embargo, cada grupo ha desarrollado su música por su historia y su ambiente natural, como social. Los instrumentos representativos en las comunidades de Esmeraldas y Loja son: la marimba con resonadores de bambú, el cununo, el bombo, el alfandoque o guazá, la mandíbula o cumbamba, el güiro o raspa y las maracas. Por otro lado, las comunidades afroecuatorianas de Carchi e Imbabura que se encuentran situadas en el Valle del Chota utilizan la bomba, maracas, calabazas, güiro y hojas de naranja. (Coba, 2015, pág. 58)

a) Instrumentos de Viento

A éste tipo de instrumentos se los llama también aerófonos o de viento, los cuales se caracterizan principalmente por el sonido que producen por la vibración del viento y de la masa de aire que hay en su interior, ya que sin necesidad de cuerdas o membranas puede producir sonido. La cultura afroecuatoriana a diferencia de la etnia indígena de Otavalo no cuenta con instrumentos de soplo; sin embargo, datos antiguos reconocen un elemento que se considera de esta manera conocido como la hoja de naranja. (Ferigra, 2016)

Hojas de naranja.- Ésta es considerada como un instrumento musical, el cual fue descubierto y empleado desde hace muchos años atrás por grupos afroecuatorianos que la utilizaban para armonizar sus melodías de la vida cotidiana. En la actualidad no la utilizan dentro de la localidad de Salinas, pero en otras comunidades dentro del Valle del Chota existe un grupo musical que la considera dentro de sus instrumentos, este grupo es el llamado “La Banda Mocha”. (Ferigra, 2016)



Figura 52 Hoja de naranja como instrumento musical

Fuente: (Fundación Bat, s.f.)

b) Instrumentos de percusión

Como se ha mencionado en una ocasión anterior a estos instrumentos se los dividen en tres tipos: membranófonos, idiófonos y placófonos. Se ha realizado esta división, por la manera en la que producen cada uno su sonido (Fabeiro, 2012). Dentro de la cultura afroecuatoriana se conoce la utilización de los dos primeros tipos de instrumentos, que han sido creados dentro de los grupos o introducidos a ellos a lo largo de la historia. Entre los instrumentos principales dentro de este grupo se encuentra el bombo que es el instrumento que marca el ritmo de la música y del cual se ha derivado otro instrumento característico de esta localidad denominado “La Bomba”. (Ferigra, 2016)

- **Membranófonos**

La bomba.- Es un instrumento membranófono que forma parte de los grupos musicales del Valle del Chota, se denomina de la misma manera a la danza que se realiza con la música de este instrumento. Para su elaboración se necesita madera de pambil o balsa, cuero de chivo o de borrego, aros de muelle, y vetas de res para la tensión de los parches. (Coba, 1992, pág. 194) La bomba se toca con las palmas de las manos y las yemas de los dedos con destreza y habilidad. Su ritmo es característicamente africano, su estructura española y su melodía pentatónica. Su uso es ritual y festivo, se emplea en los bailes cuando muere un niño y en los “pases de Niño Dios”. (Coba, 1992, pág. 220)



Figura 53 Instrumento “La bomba”

Fuente: La Banda Juvenil de Salinas

Bombo andino.- Éste es considerado como el instrumento principalmente utilizado dentro de la comunidad de Salinas y pertenece a la familia de los membranófonos. Se caracteriza por estar elaborado con la corteza de acacia conocido en la localidad como “La espina de monte” su cuerpo y con el cuero de vaca la membrana que será golpeada con el mazo que puede ser realizado de cuero o lona, con rellenos de algodón, trapos o lana. La función principal de este bombo es eminentemente rítmica y brindar una calidad de sonido más grave, que caracteriza a las manifestaciones de los afrodescendientes; es importante comentar que en la antigüedad no utilizaban este instrumento pero con los años ha sido introducido a estos grupos. (Ferigra, 2016)



Figura 54 Bombo andino

Fuente: (Fandom, s.f.)

Bongó.- Éste es un instrumento de origen cubano que tuvo su aceptación durante el siglo XX en varios géneros dentro de la música como el pop, rock, jazz y la música salsa. Este instrumento musical consta de dos tambores pequeños y de diferentes tamaños que se encuentran unidos por una correa o una pieza que generalmente es de madera o metal, con el fin de dar una ligera separación entre sus cajas de resonancia. Es importante mencionar que cada tambor posee una sola membrana o parche y cada una de éstas se afina a una altura sonora diferente, conociendo el tambor de mayor tamaño como “macho” y el pequeño “hembra”. Hay que tomar en cuenta que para su entonación siempre se tocan en juego y nunca por separado, uno de los patrones más conocido y difundido es el “toque martillo” el cual tiene una secuencia de ocho sonidos colocados en alturas y timbres diferentes. (Salsa Blanca, s.f.)



Figura 55 Bongo

Fuente: (Plataforma Comúsica, s.f.)

- **Idiófonos**

Puros o Mates.- Dentro de la zona del Valle del Chota, en la parroquia de Salinas objeto de estudio, el puro es uno de los instrumentos que debe estar presente infaltablemente en la música de esta localidad. Se caracteriza por ser un instrumento agudo y hueco que tiene semillas en el interior con lo que genera un sonido muy similar al de una maraca, el mismo que con realizarle unos cuantos agujeros puede simular el sonido a una trompeta. (Ferigra, 2016)



Figura 56 Mate decorado

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 57 Mate

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana

Maracas.- Las maracas son un instrumento idiófono construida con una parte esférica hueca que va sostenida de un mango que la atraviesa o va adherida a ella, en su interior se colocan elementos percusivos, como piedras pequeña o semillas, pedazos pequeños de metal, arroz etc, que al ser golpeadas con la pared de la parte

esférica producen sonido. Éstas han sido utilizadas por los negros, indios y mestizos, es así que se cree que después de la llegada de los africanos se difundió y ahora es un instrumento utilizado por todas las culturas americanas. Es importante mencionar que actualmente en Salinas de Ibarra se ha dejado de utilizar este instrumento. (Coba, 2015, pág. 84)



Figura 58 Maracas

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana

Güazá.- Es un instrumento característico de Colombia conocido por ser un idófono de golpe directo, de sacudimiento y de tipo tubular. Su cuerpo, puede ser de madera o metal, es rígido, pero tiene suficiente elasticidad para mantener un movimiento vibratorio, dentro de las comunidades afroecuatorianas lo realiza con un pedazo de caña guadúa, delgado y de forma cilíndrica; ahuecado y relleno de clavos, pepas de árboles silvestres o piedras. Se tapa por un lado con un pedazo de tela o una madera. (Coba, 2015, pág. 84) Éste produce sonidos principalmente por la vibración de su cuerpo y sirve para sostener la base rítmica de la canción.



Figura 59 Güazá

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 60 Alfandoque o Güazá
Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana



Figura 61 Güazá
Fuente: Instituto Otavaleño de Antropología

Güiro o Raspa.- Es un instrumento característico de Brasil y de varios países de Centroamérica, el cual fue introducido en la cultura afroamericana por los diferentes desplazamientos migratorios de sus antepasados. Se lo conoce como un idiófono de golpe directo, de raspadura. Se elaboraba con una calabaza larga semiredonda de metal o del caparazón del armadillo, este instrumento tiene líneas transversales en relieve en su superficie que se frota con una peinilla o varilla. Se cree que es de origen africano y recreado por las culturas americanas, cabe mencionar que en la actualidad se utiliza el güiro de metal y ya no se elabora dentro de la comunidad. (Coba, 2015, pág. 85)



Figura 62 Güiro de calabaza
Fuente: Instituto Otavaleño de Antropología



Figura 63 Güiro metálico

Fuente: (Todomercado.com, s.f.)

c) Instrumentos de cuerda

Se los denomina también como cordófonos, son instrumentos en los que el sonido se produce por la vibración de una o varias cuerdas tensadas, que usualmente son amplificadas por medio de una caja de resonancia (Merino, 2006). Existen instrumentos de cuerdas frotadas o de arco, de cuerda pulsada y de cuerda percutida o golpeada; en el caso del grupo afroecuatoriano de Salinas han incluido dentro de su música un instrumento de cuerda pulsada conocido como guitarra, ya que armoniza perfectamente con el sonido y ritmo de sus canciones.

Guitarra.- Éste es un instrumento introducido por la cultura europea hace muchos años atrás por motivo de la conquista española al Ecuador. Éste se compone de cuerdas, mango y caja o conocido también como guitarra de cuello, para entonarla se frota las cuerdas con los dedos de la mano derecha o vitela y con los dedos de la mano izquierda se pisan las cuerdas, aunque esto puede variar en la persona que toque el instrumento (Coba, 1992, pág. 262). Actualmente, forma parte de muchos ritmos musicales y el afroecuatoriano no ha sido la excepción.



Figura 64 Guitarra

Fuente: Casa de la Cultura Ecuatoriana

Requinto.- Es un instrumento perteneciente a la familia de los cordófonos el cual se construye con materiales como: madera de cedro, nogal, pino, y otros materiales adicionales para su terminación y decoración de ser el caso. Está compuesto de laúdes, mango, cuello y caja o guitarra de cuello, su forma física es semejante a la de una guitarra; es decir, que consta de una caja de madera, con un oído circular en el centro de la tapa armónica, un mástil o brazo con trastes y seis clavijas. Para su entonación se pulsa con los dedos de la mano derecha mediante una vitela o uñero. (Coba A. , 1992, pág. 262)



Figura 65 Requinto

Fuente: Instituto Otavaleño de Antropología

1.2.2. Danza

La danza dentro de los grupos afroecuatorianos nace como una especie de artes marciales, en las que la gente se reunía después del trabajo para planear su libertad y bailar y cantar sus pesares (Ferigra, 2016). El baile tradicional del Valle del Chota es “La Bomba” se considera que es una combinación indo-hispano-afroecuatoriana. Indo por su melodía, hispano por su forma estructural y afroecuatoriana por su ritmo. Los movimientos de hombros y caderas de la mujer son pícaros en son de conquista ante el hombre, se caracteriza por llevar una botella de licor en la cabeza la que no debe ser derramada durante el baile, esto muestra la destreza que tiene la misma en el baile. (Coba, 2015, pág. 72)

La mujer tiene mucha habilidad, ya que durante el baile da caderazos a su pareja de baile y si ella derrama el licor o el hombre cae al suelo, deben pagar una botella de licor como multa. Esto lo realizan con el fin de conseguir licor y llegar al éxtasis, también la botella puede ser reemplazada por canastas con vegetales o frutas que

tienen el mismo significado. Los instrumentos que se utilizan son: la guitarra, el güüzá, la raspa, las maracas y la bomba. La bomba es tocada con las palmas de las manos y las yemas de los dedos con mucha habilidad. (Ferigra, 2016)

1.2.2.1. Fiestas Tradicionales

La localidad de Salinas no cuenta con manifestaciones de música y danza para realizar rituales dentro de su cultura; sin embargo, se consideran una parroquia muy creyente y es por esta razón que realizan peregrinaciones por Santos, especialmente por Santa Catalina de Alejandría a quién ellos consideran su patrona y la veneran con una misa muy particular a la que denominan “Misa Afro”, también celebran el aguinaldo que es una fiesta realizada en honor al Niño Dios. Cabe mencionar que celebran las fiestas de parroquialización, las cuáles son realizadas como en la mayoría de parroquias rurales a nivel nacional. (Ferigra, 2016)

Cuadro 3

Fiestas y Celebraciones en Salinas

FIESTA	FECHA	DESCRIPCIÓN
Fiesta de la Patrona Santa Catalina de Alejandría	27 de Noviembre	Con respecto a las fiestas religiosas, se organizan peregrinaciones y novenas. Para celebrar a los santos se realizan “Misas Afros” en las que se realizan cantos propios que incluyen instrumentos autóctonos y vestimenta típica. Algo muy importante que hay que destacar es que el Padre debe apegarse a la manera en la que el pueblo realiza la misa con respecto a decoración, danza y música.
Fiesta Cívica	25 de Julio	Se realiza la fiesta de parroquialización que incluye el pregón de fiestas, elección de la reina, quema de castillos, baile popular, considerado lo típico con referente a fiestas cívicas.

Fuente: Eliana Ferigra (Coordinadora de la Estación del Tren “La Libertad”)

1.2.2.2.Movimientos

Cuadro 4

Movimientos utilizados por los afroecuatorianos de Salinas

MOVIMIENTO	DESCRIPCIÓN	FOTOGRAFÍA
Hombros	El movimiento de hombros realizado por la mujer es símbolo de coqueteo y picardía, mientras que el hombre mueve levemente sus hombros por el movimiento que realiza con sus brazos de un lado a otro durante la danza.	 <p>Figura 66 Movimiento de hombros Fuente: (Grupo Etnias del Ecuador, 2013)</p>
Caderas	La bomba es una danza que se caracteriza por que las personas que participan en ella, mueven sus caderas al ritmo del instrumento que lleva su mismo nombre. Dentro de este movimiento existe “El Caderazo” en el cual la mujer golpea al hombre con su cadera con el fin de hacerlo caer.	 <p>Figura 67 Movimiento de caderas Fuente: (ViajandoX, s.f.)</p>
Arrodillado	Este movimiento es realizado por el hombre quien se deja seducir por la mujer dentro del baile.	 <p>Figura 68 Destreza con botella Fuente: (El Norte, 2012)</p>
Botella/canasta en la cabeza	Hace muchos años los bailes se realizaban dentro de las casas que eran lugares pequeños y era necesario encontrar una manera para llevar el licor para que no se riegue, es por esto que llevaban la botella en la cabeza. De igual manera, solo la llevaba la mujer de tal manera que tenía la potestad de brindar licor a quien ella deseara, destreza que poseen los grupos de danza del Valle del Chota.	 <p>Figura 69 Destreza con botella Fuente: (Nacionalidades y Grupos Étnicos del Ecuador, 2013)</p>

Fuente: Ferigra, Eliana (Coordinadora de la Estación del Tren “La Libertad”); Huaraca, Juan (Director de la Fundación Cultural Ñukanchik Ecuador)

1.2.2.3.Ritmos

El baile tradicional del Valle del Chota es “La Bomba” se lo considera un ritmo festivo que no tiene una estructura definida, se ha determinado que tiene varias influencias: la andina ya que sus movimientos se marcan totalmente pisados con toda la planta de los pies sobre el suelo, el baile afro dónde predomina el movimiento de pectorales y caderas y el baile europeo que se lo baila de manera erguida. Sin embargo, se cree también que ha recibido algunos rasgos de los bailes afro colombianos ya que en la actualidad su rítmica ha sido influenciada por la cumbia y el mapale. (Huaraca, 2016)

1.2.2.4.Vestimenta

La vestimenta de la mujer de la comunidad Salinas es ligera y emplean específicamente colores fuertes y llamativos que significa el mantener las raíces africanas. Consiste en una blusa y una falda plisada que ha sido resultado de la aculturación de esa localidad, ya que es la misma utilizada en la cultura indígena Zuleta. Así mismo, se le añade un delantal ya que las mujeres estaban íntimamente relacionadas a la actividad de la cocina y debían cuidar sus trajes con el mismo, a más de un pañuelo que cubría su cabello.



Figura 70 Vestimenta Mujer Salinas de Ibarra

Fuente: (La Hora, 2015)

Un dato muy curioso es que en la antigüedad los grupos afroecuatorianos utilizaban alpargatas, realizadas con materiales de la zona y los primeros habitantes que fueron los indígenas andaban descalzos, posteriormente hubo un cambio de culturas y los grupos afroecuatorianos son los que llevan los pies descalzos. Tienen

dos tipos de vestimenta: la ordinaria y la de los días festivos. La vestimenta de días festivos que corresponde a las mujeres es una falda plisada, la blusa con encajes y los collares realizados con lo que ellos llaman “boliche” pintados. Con respecto a los hombres hace muchos años utilizan pantalón blanco; sin embargo, no usaban ningún tipo de camisa como lo hacen actualmente, las cuales combinan con la indumentaria usada por sus parejas de baile. (Condo, 2016)



Figura 71 Vestimenta Hombre y Mujer Salinas de Ibarra

Fuente: (Grupos Étnicos del Ecuador, 2012)

Aculturación

Se ha determinado que la actividad turística sí puede ser un motivo de pérdida de cultura dentro de una comunidad y se desarrollaría en caso de no encaminar bien un proyecto turístico (Nier, 2016). Es decir, cuando no se ha explicado correctamente a un grupo que realizar turismo será una actividad adicional a su actividad económica principal. También hay que inculcarles que los visitantes que llegarían a la localidad se ven motivados a viajar para conocer su cultura y tradiciones por lo que no deben perderlas.

Es así que dentro del Valle del Chota se está recuperando las tradiciones mediante grupos juveniles que están salvaguardando su cultura y manteniendo el interés por la música y danza de su pueblo (Condo, 2016) . Dentro de la comunidad de Salinas ven al turismo como una oportunidad para mostrar sus costumbres y todo lo que hace especial a esta localidad; sin embargo, creen que podría influir en la pérdida de cultura cuando grupos de viajeros piden especialmente en el ámbito gastronómico que se les ofrezca menús diferentes a los acostumbrados en la comunidad. (Ferigra, 2016)

1.3. Estudio de Mercado

1.3.1. Oferta de los servicios turísticos

La oferta turística se encuentra representada por tres elementos muy importantes; el primero es el ambiente que proporciona atractivos que pueden ser utilizados por la comunidad quienes se consideran el segundo elemento, ya que prestan servicios como alojamiento y restauración a más de aportar riqueza cultural al sitio; y por último, la participación del Gobierno para el mejoramiento de la calidad de vida de cada localidad (Covarrubias, 2015, pág. 3). Para este caso de estudio se ha analizado los restaurantes, lugares de alojamiento, atractivos turísticos naturales y culturales con los que cuenta cada una de las comunidades objeto de estudio como Peguche en Otavalo y Salinas en Ibarra.

Localidad de Peguche

Ñanda Mañachi.- Es un taller de instrumentos Andinos donde su propietario José Luis Pichamba busca rescatar las tradiciones de su pueblo, él junto a su familia construyen instrumentos de viento y percusión. Al lugar llegan muchos turistas tanto nacionales como extranjeros para disfrutar de música autóctona interpretada con instrumentos andinos, además visitan el lugar para aprender a elaborarlos. En las paredes del lugar cuelgan toda clase de artesanías e instrumentos como quenás, ocarinas, rondadores, palos de lluvia, gaitas elaboradas por esta familia. Este taller funciona por 46 años y ha pasado por varias generaciones, José Luis inició desde los 12 años con esta labor y ha enseñado a sus hijos sobre este arte para que la música autóctona permanezca latente.



Figura 72 Entrada al taller Ñanda Mañachi

Fakcha Llakta.- Es una comunidad conformada por alrededor de 50 familias, que se encuentra a pocos minutos de la ciudad de Otavalo en de la localidad de Peguche, donde el turismo va tomando fuerza ya que han logrado capacitar a los habitantes en el mejoramiento de atención al cliente, los servicios y la gastronomía. Esta comunidad está a cargo del Bosque Protector Cascada de Peguche, entre los servicios que brindan está la pesca deportiva, caminatas por senderos y paseos a caballo. Por otra parte, los turistas tienen la oportunidad de vivir noches culturales, shamanismo y conocer acerca de saberes ancestrales, música y danza.

Es importante mencionar que los integrantes de la comunidad ofrecen sus viviendas como hospedaje para que turistas puedan vivir de cerca sus costumbres e interactuar con las tradiciones locales, así también la colectividad brinda paquetes de dos o tres días, donde se desarrollan tres actividades diarias con un costo de 50 dólares, el cual trae un beneficio equitativo para todos. Cada uno de los miembros cumple con una actividad específica como preparar alimentos, realizar artesanías para venderlos y los jóvenes son guías nativos. Otra de los participantes en el trabajo son las que provienen del voluntariado, el cual es llevado a cabo por estudiantes extranjeros que se incorporan a la comunidad en las actividades diarias. (Cabascango, 2012)



Figura 73 Entrada al bosque protector Peguche Comunidad Fakcha Llakta

Bosque Protector Cascada de Peguche.- Este lugar maravilloso tiene una extensión de 40 hectáreas, cuenta con cuatro senderos rodeados por un bosque de eucaliptos, que conducen a la Cascada de Peguche considerado un lugar sagrado donde se realizan ceremonias y rituales de purificación que dan inicio a una serie de

celebraciones, es un salto de agua de 18 metros. Aquí se encuentran especies de aves como el gorrión, wirakchuro, tórtolas, golondrina, jilguero, colibríes y de mamíferos como raposa y chucuri. En cuanto a flora está el eucalipto, aliso, pumamaki, lechero, allpacoral, cresta de gallo y frutas como mora, taxo, uvilla. Dentro del lugar existe un área de esparcimiento, camping, parrillas y piscina incaica lugar de interés para los visitantes. (Ecuador Turístico, s.f.)



Figura 74 Cascada de Peguche



Figura 75 Piscina Inca

Parque el Cóndor.- Este es un lugar estratégico ya que cuenta con una hermosa vista panorámica donde se puede apreciar los cuatro puntos cardinales que permiten admirar el Volcán Imbabura, el Volcán Cotacachi, el Cráter de Cuicocha y el pueblo de Cotacachi. El objetivo del parque es contribuir a la protección, rescate y reintroducción del Cóndor, búhos y otras aves rapaces a su hábitat. Pretenden además incentivar la investigación científica, aquí se albergan muchas especies de aves maltratadas o en peligro de extinción. Su horario de atención de miércoles a domingo a partir de las 09H30 hasta las 17H00. Las actividades que los visitantes pueden

realizar es la visita a las aves, realizar un recorrido por el complejo, hacer fotografías y disfrutar de exhibiciones de vuelo (Joep Hendriks, 2016).



Figura 76 Área de Exhibición – cetrería parque Cóndor

Fuente: (Parque el Cóndor, 2016)

Lechero: es un árbol milenario y sitio sagrado que según las creencias locales renueva la energía de quienes lo tocan, está ubicado en Pucará de Rey Loma a una altura de 2847, desde este lugar se puede visualizar el Lago San Pablo, Otavalo, los tres volcanes y un paisaje donde predomina una zona agrícola con cultivos de maíz y otros productos andinos. Es un lugar esencial para las costumbres indígenas donde se realizan rituales de purificación y en tiempos de sequía se le pide para que llueva mediante ofrendas, primicias de las cosechas y con entierros. Así mismo, se realizan varios rituales de purificación, entierros y matrimonios. (Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Social, 2016).



Figura 77 El lechero de Rey Loma

Fuente: (La posada del Quinde, 2011)

Laguna San Pablo.- Es uno de los atractivos turísticos más importantes de Otavalo, se encuentra a los pies del volcán Imbabura. Es de origen glacial, tiene de

35 a 48 metros de profundidad y una superficie de 7 km² con una temperatura de 11°C, en sus orillas se puede encontrar totora con la cual se elaboran artesanías. A sus alrededores se halla varias opciones de alojamiento y el Parque Acuático Araque, donde se ofrecen recorridos en lanchas y una variedad de platos típicos. En épocas de las fiestas del Yamor se realiza la Travesía donde varios nadadores lo cruzan. Aquí se puede realizar deportes acuáticos, paseos, fotografía y cabalgatas (Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Social, 2016).



Figura 78 Parque acuático Araque



Figura 79 Laguna San Pablo

Planta turística.- durante la visita de campo se ha podido evidenciar que Peguche cuenta con varios puestos de comida tradicional y restaurantes como el Clavel de Oro donde se ofrece cuyes, carnes y asados. En cuanto a hoteles cabe destacar a Facha Huasi, La Casa del Sol, Erokawsay y hospedaje rural y comunitario. En el lugar existen varios negocios que ofertan hermosas artesanías como fachalinas, mascadas, atrapasueños, gorros de lana, trabajos en madera, llaveros, aretes, bolsos, totoras, tejidos, ponchos, cobijas, tapetes, alfombras, bufandas, carteras, adornos, collares, pulseras, además lugares como Tiaphany ofrece música folclórica e instrumentos musicales como maracas, tambores y flautas.

Localidad de Salinas de Ibarra

Tren de “La Libertad”.- Este atractivo turístico ofrece al turista nacional y extranjero un recorrido por las maravillosas elevaciones y el verdor de la caña de azúcar principal producto agrícola de la localidad. Este es guiado por una persona especializada proporcionada por Ferrocarriles del Ecuador dentro del mismo. A su llegada el pueblo de Salinas se prepara para realizar una manifestación artística en la que muestran su música y danza, posteriormente a esta presentación se realiza un recorrido por la localidad visitando los centros turísticos que se encuentran dentro de la misma que incluyen museos, centro gastronómico, agroindustrias y minas de sal.



Figura 80 Tren La Libertad

Sala etnográfica.- Como complemento al recorrido en el Tren La Libertad frente al destacamento de Policía de Salinas en la vía Ibarra – San Lorenzo, se encuentra una sala etnográfica en la cual se ha recopilado información relevante sobre la historia de los pueblos negros del Ecuador. Dentro de ésta se encuentran instrumentos musicales que utilizan en sus manifestaciones culturales, fotografías de personajes que han sido un gran referente dentro de esta cultura, cuadros artísticos de actividades cotidianas y también se expone una maqueta que muestra los lugares más representativos de la localidad y que son de gran interés para el turista.



Figura 81 Pintura mujer afro descendiente
Fuente: (Tren Ecuador, s.f.)

Museo de la Sal.- Este atractivo se encuentra ubicado en la vía Ibarra – San Lorenzo frente al destacamento de la Policía de Salinas cerca de la sala etnográfica. Aquí se realiza un recorrido en el que se explica el procedimiento que se hacía en la época colonial para obtener la sal en este sector, incluyendo materiales, técnicas e instrumentos. La apertura del museo concuerda con la llegada del tren ya que los turistas que arriban a esta localidad por dos horas pueden realizar un recorrido por la parroquia, también se pueden realizar reservaciones con el encargado de este lugar el Sr. Anderson Maldonado quien está dispuesto a acoplarse a horarios diferentes. (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra, s.f.)



Figura 82 Museo de Sal

Bombódromo.- Este es un proyecto que nació en el 2005 y que posteriormente al apoyo de varias instituciones pudo empezar su construcción, se encuentra ubicado frente al ingreso de la parroquia de Salinas. El complejo cuenta con tres etapas: área de protección de la cultura, de conservación de recursos naturales y área recreativa; esta última ha tomado más relevancia ya que por ubicación y clima es un espacio que promete diversión. La etapa destinada a la recreación cuenta con 12 hectáreas en las cuales se han construido una piscina, tobogán, un turco, sauna, hidromasaje y una pequeña laguna. Es un sitio especial para turistas quienes desean un espacio donde descansar y disfrutar de un momento agradable. (La Hora, 2013)



Figura 83 Bombódromo

Agroindustrias Santa Catalina.- Este proyecto nace en el año 2013 cuando seis mujeres con una idea innovadora decidieron apostarle a la industria de alimentos. Se dedican a la elaboración principalmente de mermeladas de sabores poco tradicionales como: ovo, yuca, tuna, naranjilla, banano, guayaba, kiwi, entre otros que suman en total 13 variedades. Posteriormente vieron la oportunidad de extender su lista de productos, por lo que incursionaron en la elaboración de trufas de maracuyá, café y ovo; también realizan arrope de mora, licores como la piña colada, chocolates y deliciosos helados con exóticos sabores. El horario de atención concuerda con la llegada del tren a la estación La Libertad, de 13:00 a 15:00; es un emprendimiento que llama mucho la atención de los turistas. (Rosales, 2016)



Figura 84 María del Carmen y Gisela Pavón principales impulsadoras del emprendimiento Agroindustrias Santa Catalina

Fuente: (Espinoza, 2016)

Minas de Sal.- El sendero Minas de Sal se encuentra en la vía Ibarra – San Lorenzo entre el Museo de Sal y el Centro Étnico Gastronómico El Palenque, éste ofrece al turista un recorrido de 20 minutos por un camino que se abre paso entre unas plantaciones de caña de azúcar, el principal producto agrícola del sitio. Durante el recorrido se puede observar la Hacienda Palenque y Pitajaya a más de disfrutar del paisaje y el exótico clima de la parroquia que ronda entre los 12° a 33°C. A pesar de que el sendero esté adaptado para la entrada de vehículos se recomienda realizarlo en bicicleta o caminando para evitar un mayor impacto en el atractivo.



Figura 85 Minas de Sal

Termas de Chachimbiro.- Se considera que es el principal complejo turístico termal del norte del Ecuador, está ubicado en la parroquia de Tumbabiro que pertenece al cantón Urcuquí. Localizado a 30 minutos de la parroquia de Salinas, se caracteriza por su clima cálido seco que ronda entre los 16° a 22°C, sus aguas son de tipo mesotermal con temperaturas de 30°-50°C y contienen altos niveles de cloruro, hierro, magnesio, cobre, cloro, yodo, etc., que actúan en el sistema digestivo y cardiovascular. Por esta razón es visitada por personas que son motivados por turismo de salud, también cuenta con servicio de alojamiento, alimentación, recreación y área termo-spa barroterapia; sus precios varían desde los \$5 la entrada al complejo hasta los \$150 por la noche en la Suite Mirador. (Santagua, s.f.)



Figura 86 Termas de Chachimbiro
Fuente: (La Hora, 2010)

Planta Turística.- Salinas es una parroquia que se ha desarrollado notoriamente en el ámbito turístico con la reapertura de la Estación del Tren la Libertad con la meta de convertirse en atractivo y no sólo en lugar de paso. Por esta razón han

realizado varios emprendimientos con respecto a alojamiento en el que “La Casa del Turista” es la más conocida ya que se encuentra frente al parque principal, han creado una red de hospedaje comunitario en la que familias ofrecen sus hogares a turistas que deseen pasar la noche en el sitio. El costo de éstos es muy accesible ya que sólo pagan \$5 por la noche tomando en cuenta que no incluye el desayuno.



Figura 87 Plaza de Salinas



Figura 88 Hospedaje La Casa del Turista

Cuadro 5

Contactos de alojamiento comunitario en la localidad de Salinas

NOMBRE DEL CONTACTO	CONTACTO
Dina Aragonó	(06) 2665-042
Hospedaje Mikaela	(06) 2665-128
Victoria Espinoza	(06) 2665-032
Rosa Ferigra	(06) 2665-011
La Casa del Turista	(06) 2665-224

Fuente: Eliana Ferigra (Coordinadora de la Estación del Tren “La Libertad”)

Con respecto a los establecimientos que ofrecen servicio de restaurante se encuentra principalmente el Centro Ético Gastronómico “El Palenque”, ubicado en la vía Ibarra – San Lorenzo al frente del destacamento de la Policía de Salinas; en este lugar se ofrecen platos tipo menú que incluye netamente la gastronomía propia de la localidad en la que prevalece el fréjol. También existen otros emprendimientos dentro de la parroquia que pueden prestar este servicio mediante una reservación previa.



Figura 89 Centro Ético Gastronómico El Palenque
Fuente: Salida de Campo

Cuadro 6

Contactos de restaurantes comunitarios en la localidad de Salinas

NOMBRE DEL CONTACTO	CONTACTO
Parador “Las Cañas”	(06) 2665-203
El Buen Sabor	(06) 2665-011
El Don de Vikita	0993301188
El Café del Tren	0980290339
Centro Ético Gastronómico El Palenque	(06) 2665-068

Fuente: Eliana Ferigra (Coordinadora de la Estación del Tren “La Libertad”)

1.3.2. Demanda de los servicios turísticos

Para analizar la demanda se ha realizado encuestas a 384 turistas, mismas que fueron aplicadas de manera aleatoria en diferentes lugares de la provincia de Imbabura, destacando la Plaza de los ponchos donde existe gran afluencia de turistas especialmente extranjeros; así también, en el Bosque Protector cascada de Peguche lugar que es muy concurrido durante los fines de semana. Por otra parte, en la ciudad de Ibarra se encuestaron a turistas que arribaron a Salinas de Ibarra en el Tren “La Libertad”, estación que funciona de jueves a domingo. Luego de tabular y analizar cada encuesta se llegó a determinar los siguientes resultados:

Género de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas

Se considera importante analizar este elemento ya que permite conocer la cantidad de hombres y de mujeres que visitan usualmente los campos objeto de estudio, para determinar cuáles son los servicios más apropiados para ofertarse a cada género referente a gustos y preferencias. Se busca de esta manera determinar un perfil de cliente que ayude a establecer estrategias publicitarias en cuanto a la particularidad y características de cada tipo de turista.

Tabla 1

Género de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas

GÉNERO	CANTIDAD	PORCENTAJE
Masculino	164	42,71%
Femenino	220	57,29%
TOTAL	384	100,00%

En la tabla 1 se puede observar que más de la mitad de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas de Ibarra, considerándose el 57,29% son de género femenino; por otra parte, tan sólo el 42,71% son visitantes de género masculino. Éstos resultados

ayudan a determinar qué tipo de consumidor principal al cual se deben enfocar las estrategias publicitarias son en su mayoría mujeres y tienen gustos y preferencias distintas en cada uno de los servicios.

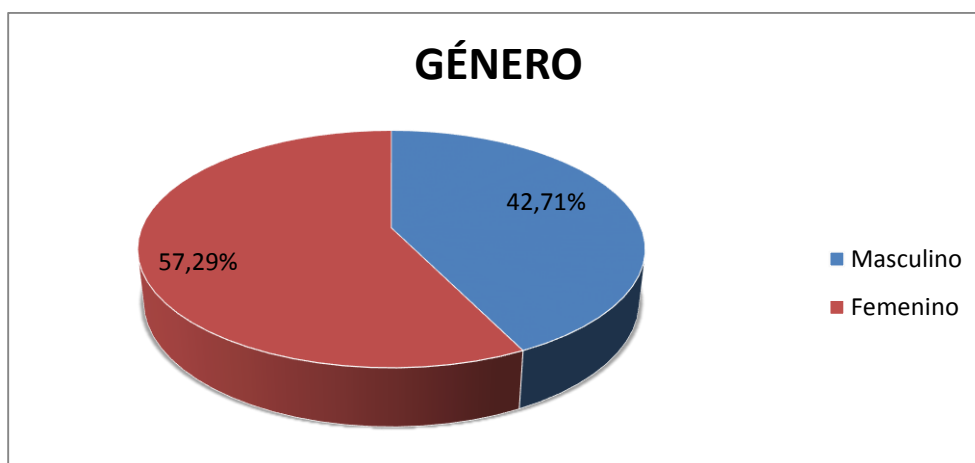


Figura 90 Género de turistas que visitaron Otavalo y Salinas

Edad de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas.

El estudio de esta variable es importante para conocer el rango de edad de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas ya que ello permite identificar un posible segmento de mercado, determinando gustos para realizar paquetes que se adapten a las necesidades de jóvenes o adultos, según corresponda. Además, esto ofrece una visión del comportamiento de los turistas en función de características como la capacidad de gasto diario y preferencias a la hora de viajar.

Tabla 2

Edad de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas

EDAD	CANTIDAD	PORCENTAJE
15-19 años	32	8,33%
20-30 años	204	53,13%
31-40 años	100	26,04%
41-50 años	40	10,42%
51-60 años	8	2,08%
Más de 60 años	0	0,00%

TOTAL	384	100,00%
--------------	------------	----------------

Los porcentajes expuestos en la tabla determinan que casi el 80% de personas que visitan la provincia de Imbabura tiene una edad promedio entre 20 y 40 años, un 10% de los turistas tiene una edad que oscila entre 41 y 50 años, los otros rangos tienen una presencia mínima. Se puede afirmar que la mayoría de estas personas pertenecen a la una población económicamente activa; es decir, tienen poder adquisitivo y cuentan con un criterio formado por lo que sus respuestas tienen mayor credibilidad y relevancia.

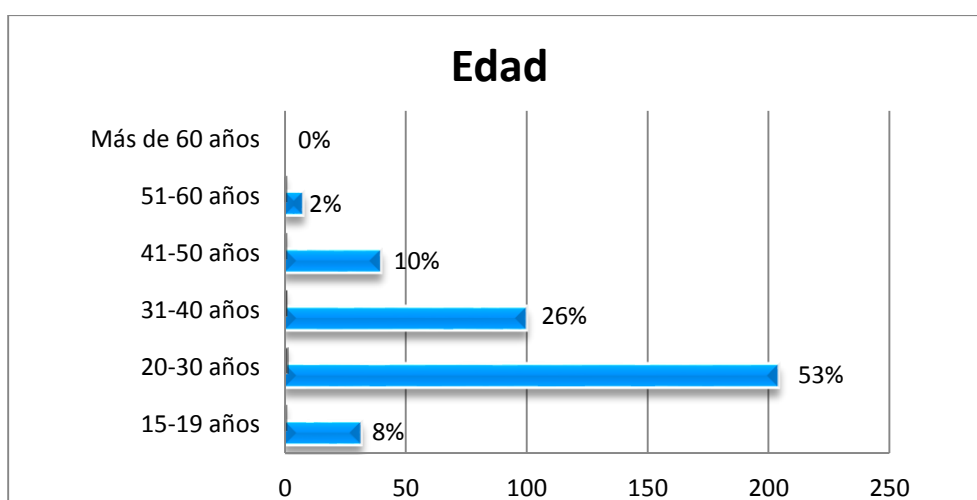


Figura 91 Edad de turistas que visitaron Otavalo y Salinas

Procedencia de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas.

Conocer la procedencia de los turistas nacionales y extranjeros que visitan las localidades de Otavalo y Salinas de Ibarra es relevante ya que se puede tener una idea más clara de los países y ciudades de dónde llegan la mayoría de los visitantes, y de esta manera posteriormente se puede elaborar estrategias de marketing enfocadas a estos países en diferentes idiomas y ofertando los servicios que éstos prefieran, a más de elegir correctamente los canales de comunicación para llegar a los mismos.

Tabla 3

Procedencia de los turistas que visitaron Otavalo y Salinas

PROCEDENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE	PROCEDENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
Nacionales	213	55,47%	Guayaquil	29	13,62%
			Quito	86	40,38%
			Cuenca	8	3,76%
			Tulcán	23	10,80%
			Tungurahua	21	9,86%
			Otro	46	21,60%
Extranjeros	171	44,53%	PROCEDENCIA	CANTIDAD	PORCENTAJE
					E
			Colombia	32	18,71%
			EEUU	35	20,47%
			México	7	4,09%
			Brasil	10	5,85%
			Argentina	20	11,70%
			Otro	67	39,18%
TOTAL	384	100%			

La tabla 3 muestra que la mayoría de los turistas que llegan a estas localidades son viajeros nacionales que representan el 55,47% de los cuales un porcentaje predominante del 40,38% procede de la ciudad de Quito, esto se debe a la cercanía de la capital a esta provincia. Seguido están visitantes de Guayaquil con el 13,62%, Tulcán con un 10,8 % y Tungurahua con 9,86% lo que indica que un buen segmento de mercado que alcanza casi un 75% proviene de estas cuatro ciudades principalmente. Un 22% de los visitantes provenían de otros lugares como se puede visualizar en la Figura 100.

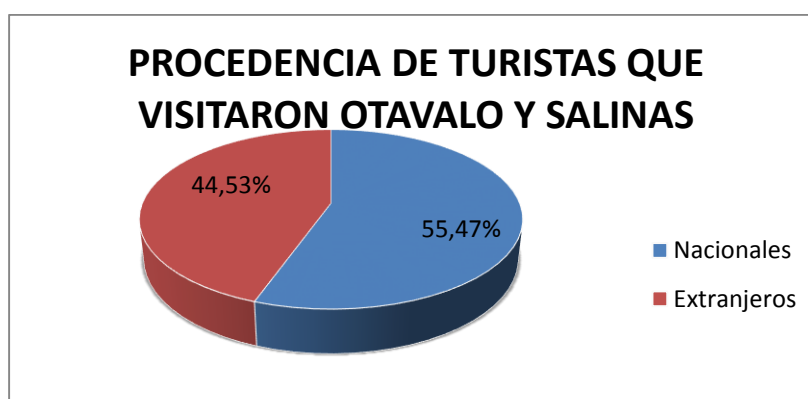


Figura 92 Procedencia de turistas que visitaron Otavalo y Salinas



Figura 93 Procedencia de turistas nacionales que visitaron Otavalo y Salinas

En la Figura 101 se puede observar la procedencia de turistas extranjeros que muestra que el mercado objetivo al que deben dirigirse estrategias publicitarias se encuentra en Estados Unidos, Colombia y Argentina, ya que abarcan los porcentajes más representativos como: 20,47%; 18,71% y 11,70% de visitas a estas localidades respectivamente. Sin embargo, no hay que dejar a un lado a los estados con menores porcentajes como Brasil con 5,85% y México con 4,09%; y lugares que forman parte de la opción “Otro” que corresponden a países no mencionados como Chile, Perú, Francia, Venezuela, España, Canadá e Italia que ocupan el 39,18% del total.

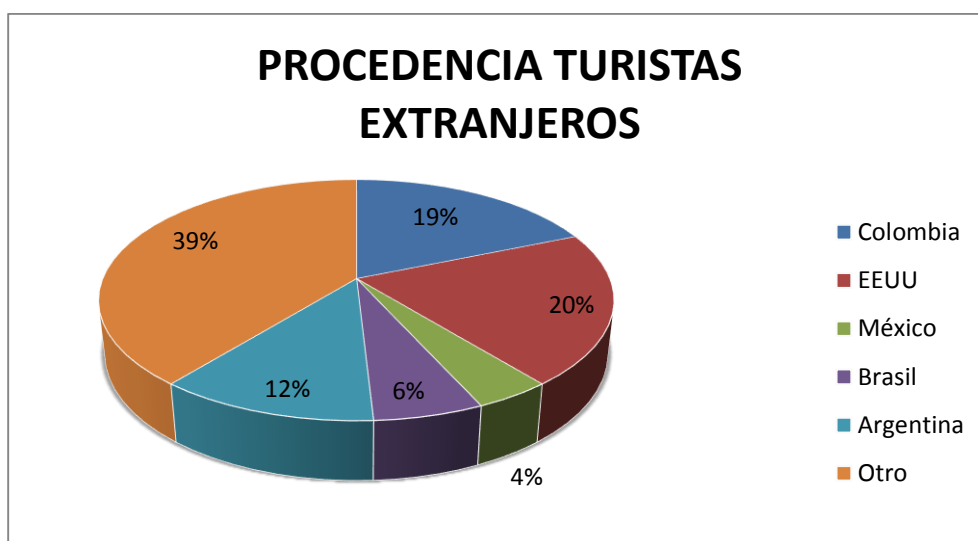


Figura 94 Procedencia de turistas extranjeros que visitaron Otavalo y Salinas

Cuál es el motivo de viaje turistas.

Cuando se realiza un análisis de la demanda en el ámbito turístico es muy importante el tomar en cuenta el motivo de viaje de los turistas que visitan las localidades u objetos de estudio, ya que permite conocer las razones principales que provocan los desplazamientos de los mismos de un lugar a otro y de igual manera ayuda a las comunidades a desarrollar servicios que demanden este tipo de mercado.

Tabla 4

Primera pregunta:Cuál es el motivo de viaje turistas

MOTIVO DE VIAJE	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Educación	9	4,23%	14	8,19%	23	5,99%
Familia	56	26,29%	2	1,17%	58	15,10%
Trabajo	6	2,82%	8	4,68%	14	3,65%
Salud	2	0,94%	0	0,00%	2	0,52%
Religión	13	6,10%	0	0,00%	13	3,39%
Ocio (Turismo)	102	47,89%	118	69,01%	220	57,29%
Otro	25	11,74%	29	16,96%	54	14,06%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100%

Según datos de la tabla 4 presentada anteriormente, se puede determinar que la mayor concentración de turistas representada en el 72,39% comprueba que los mismos se desplazan para realizar turismo y visitar familia. Sin embargo, hay que tomar en cuenta que el viajero nacional y extranjero tienen diferentes motivaciones de viaje por lo que se puede mencionar que el visitante nacional viaja en un 47,89% por turismo y un 26,29% por familia, los demás motivos que representan un menor porcentaje se encuentran en religión, educación, trabajo y salud ubicados de esa manera en orden de preferencia. Por otro lado, se observa que el turista internacional es impulsado a desplazarse por turismo en un 69,01% y por educación un 8,19% se explica éste último ya que vienen a aprender el idioma español y otro motivo que por temporada que fue la conferencia del Hábitat III. También, se movilizan por trabajo y familia aunque hay que mencionar que no se desplazan por salud y religión a diferencia del turista nacional.

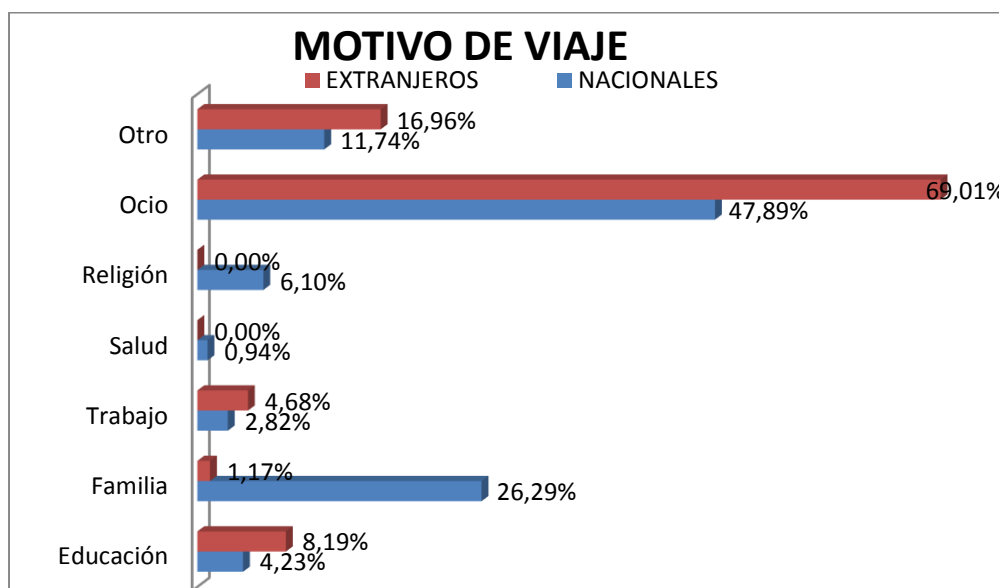


Figura 95 Motivación de viaje de turistas

Cuántos días destinan para los viajes los turistas

Es menester saber la cantidad de días que un turista destina a sus viajes para establecer paquetes que se ajusten a sus necesidades y de esta manera conocer exactamente el tiempo que tienen las personas para visitar atractivos turísticos y las actividades que se pueden incluir de acuerdo a su estancia. Cabe destacar que el número de días que destina un turista nacional será diferente al de un extranjero por la disponibilidad y poder adquisitivo.

Tabla 5

Segunda pregunta: Cuántos días destinan para los viajes los turistas

DÍAS DE VIAJE	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
1-3 días	104	48,83%	15	8,77%	119	30,99%
4-7 días	64	30,05%	28	16,37%	92	23,96%
8-15 días	24	11,27%	50	29,24%	74	19,27%
16-30 días	10	4,69%	54	31,58%	64	16,67%
Más de un mes	11	5,16%	24	14,04%	35	9,11%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100,00%

Se puede comprobar que alrededor del 50% de encuestados nacionales destina para sus viajes de uno a tres días, en este caso se logra afirmar que viajan los fines de semana, así mismo el 30,05% predispone de 4 a 7 para viajar y un porcentaje mínimo lo hace por más de 8 días. En cambio cerca de un 61% de los turistas extranjeros tiene la predisposición de designar de 8 a 30 días para recorrer y disfrutar de diferentes lugares, seguido de un 16,37 que viaja de 4 a 7 días y un 14,04% que dispone de más de un mes, es casi nulo el porcentaje que destina de 1 a 3 días en sus viajes, este es el caso de mochileros.

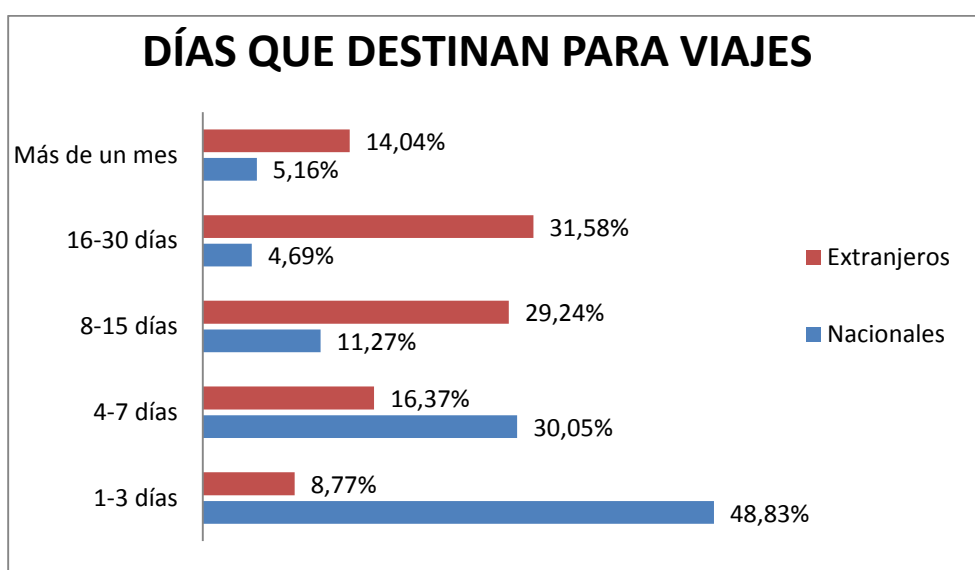


Figura 96 Días que destina a viajes los turistas

Cuántos días destinan para turismo los visitantes de Otavalo y Salinas

Se considera importante el conocer el tiempo que un turista dedica a sus viajes, pero junto a ello es más importante el saber el número de días que destina para realizar turismo únicamente ya que este es uno de los elementos significativos dentro de un estudio turístico. Por tal motivo se puede determinar qué tipo de turista visita más estos lugares y de esta manera establecer su perfil junto con servicios que van a ser atractivos para el mismo durante su estadía.

Tabla 6

Segunda pregunta: Cuántos días destinan para turismo

MOTIVO DE VIAJE	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
1 día	98	46,01%	66	38,60%	164	42,71%
2-3 días	65	30,52%	12	7,02%	77	20,05%
4-5 días	12	5,63%	28	16,37%	40	10,42%
6-8 días	23	10,80%	14	8,19%	37	9,64%
Más de 10 días	15	7,04%	51	29,82%	66	17,19%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100%

En la tabla 6 se puede observar que los porcentajes más altos reflejados en el 42,71% y el 20,05% corresponden a los turistas que realizan viajes de uno hasta tres días respectivamente. Sin embargo esto varía notablemente con cada tipo de turista por ejemplo, el viajero nacional que destina de uno a tres días para realizar turismo se representa en un 76,53%, seguido de un 16,43% que dedica de cuatro a ocho días y tan solo un 7,04% realiza turismo más de diez días. Con respecto al turista extranjero se puede observar una realidad diferente ya que éste destina de uno a tres días en un 45,62%, de cuatro a ocho días un 24,56% y un 29,82% destinan más de diez días, concluyendo que los dos últimos porcentajes son más altos al del turista nacional.

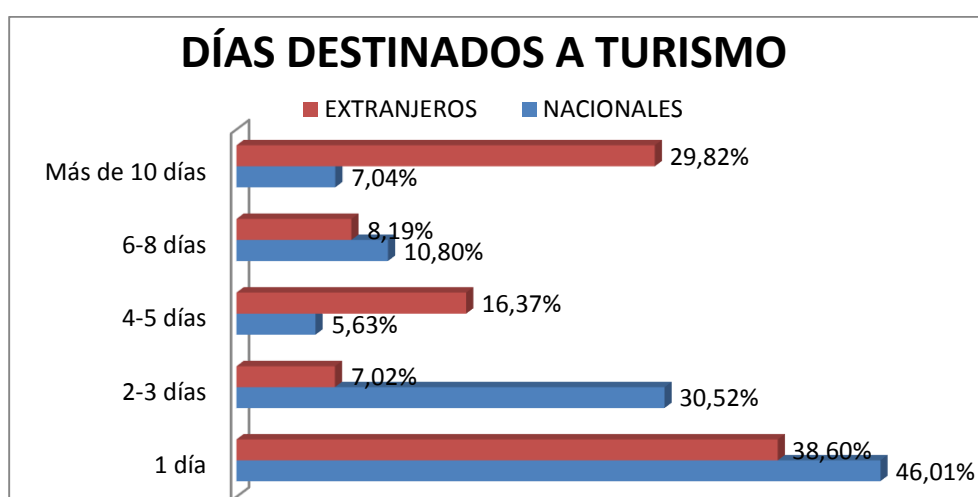


Figura 97 Días que destinan para turismo

Qué tipo de turismo buscan las personas cuando viajan

Para determinar nuevas rutas se debe conocer qué tipo de turismo buscan las personas y de esta manera poder establecer estrategias publicitarias que permitan promocionar e impulsar lugares y destinos que ofrezcan lo que busca los turistas de acuerdo a las pautas identificadas. Esto puede ser de mucha ayuda para que pequeñas localidades den a conocer las actividades turísticas que realizan y que pueden ser del agrado de los visitantes.

Tabla 7

Tercera pregunta: Qué tipo de turismo buscan las personas que visitaron Otavalo y Salinas

TIPOS DE TURISMO	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Ecoturismo	64	30,05%	58	33,92%	122	31,77%
Turismo gastronómico	24	11,27%	21	12,28%	45	11,72%
Turismo cultural	59	27,70%	69	40,35%	128	33,33%
Turismo religioso	5	2,35%	3	1,75%	8	2,08%
Turismo de sol y playa	40	18,78%	8	4,68%	48	12,50%
Otro	21	9,86%	12	7,02%	33	8,59%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100,00%

Se puede evidenciar que tanto los turistas nacionales como extranjeros se ven atraídos por el turismo cultural con un total del 33,33%, ya que actualmente esta es una nueva tendencia donde existe mayor interacción entre turistas y comunidades pues las personas buscan ahondar en las tradiciones y costumbres de cada pueblo. También existe una fuerte inclinación hacia el ecoturismo para apreciar la belleza natural con el 31,77%. A los dos mencionados se complementa el turismo gastronómico que alcanza un porcentaje similar de turistas nacionales y extranjeros con el 11,27% y el 12,28% respectivamente. El turismo de sol y playa es preferido

por turistas nacionales en un 18,78% quienes se ven atraídos por el descanso y relajación. Y en ambos casos es casi nulo el interés por el turismo religioso.

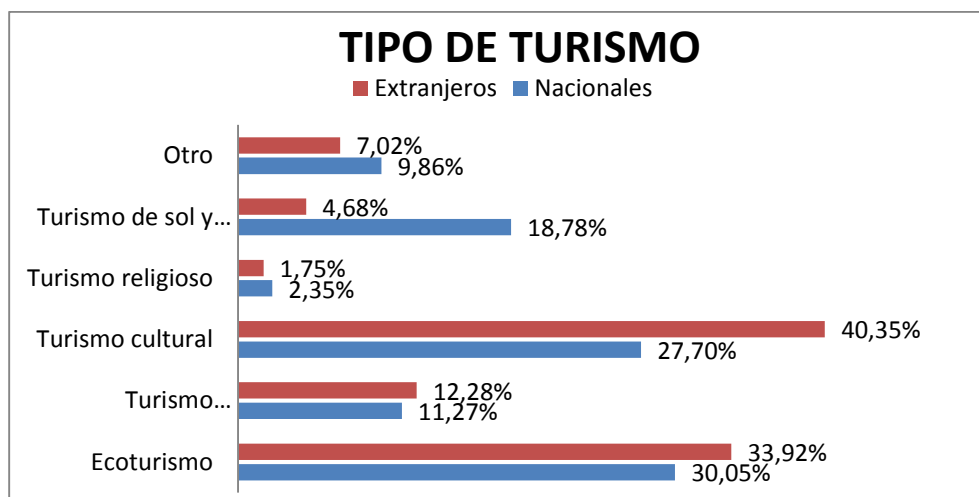


Figura 98 Tipos de turismo preferidos por los turistas

Con qué frecuencia realizan viajes los turistas

Se considera relevante el conocer la frecuencia de viaje de los turistas ya que es indispensable determinar el perfil del cliente que visita cada una de las localidades de estudio y poder establecer la temporalidad, así también como servicios y otros requerimientos que estos tengan al momento de sus desplazamientos. Hay que tomar en cuenta que la frecuencia de viaje de un turista nacional y un extranjero es diferente, por tal motivo se presentan por separado en la siguiente tabla.

Tabla 8

Cuarta pregunta: Con qué frecuencia realizan viajes los turistas

FRECUENCIA DE VIAJE	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Semanal	5	2,35%	3	1,75%	8	2,08%
Mensual	60	28,17%	47	27,49%	107	27,86%
Trimestral	36	16,90%	39	22,81%	75	19,53%
Semestral	57	26,76%	48	28,07%	105	27,34%
Anual	55	25,82%	34	19,88%	89	23,18%
TOTAL	213	100%	171	100%	384	100%

La tabla 8 muestra que existen porcentajes muy similares de turistas que viajan de manera mensual y semestral; sin embargo, en las dos categorías de turistas se puede evidenciar variaciones más diferenciadas en cuanto a las demás opciones. De esta manera se menciona que el turista nacional realiza viajes en mayor porcentaje en las categorías mensual, semestral y anual en un 28,17%, 26,76% y 25,82% respectivamente, aunque también viajan de manera trimestral y semanal en menor porcentaje. Con respecto al viajero internacional se observa que los porcentajes más altos se encuentran en las opciones semestral, mensual y trimestral con el 28,07%, 27,49% y el 22,81% correspondientemente, a más del 19,88% que se desplaza de manera anual y tan sólo el 1,75% de forma semanal.

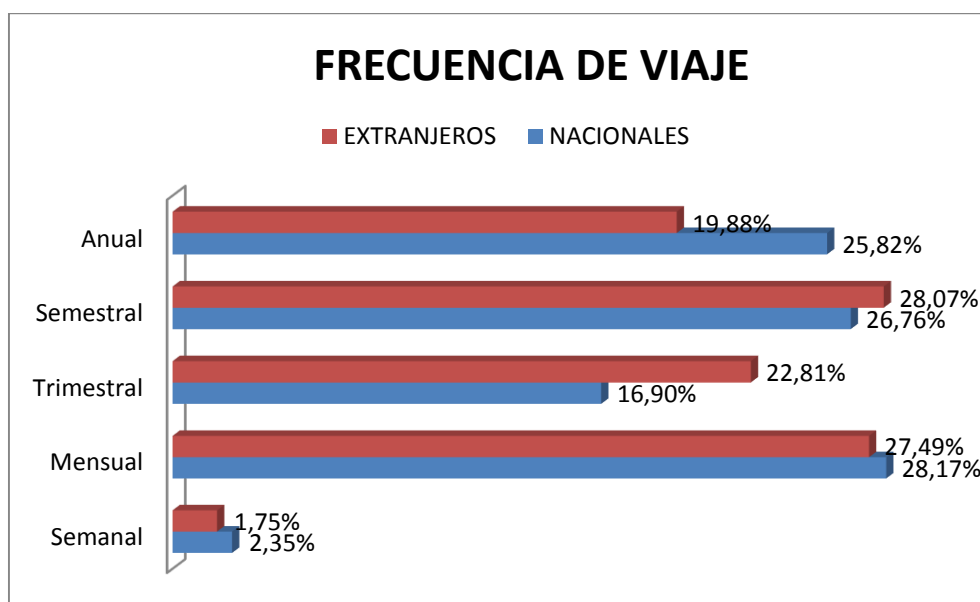


Figura 99 Frecuencia de viaje los turistas

Con cuántas personas viajan los turistas

Para determinar paquetes y rutas es importante conocer con quienes y cuántas personas prefieren viajar los turistas, de esta manera se pueden establecer lugares turísticos, actividades, hospedaje y alimentación de acuerdo al número de personas que viajan y establecer una cantidad promedio que se adapte a la capacidad de las instalaciones tales como restaurantes y hoteles. Es necesario diferenciar entre turistas nacionales y extranjeros ya que los servicios requeridos son diferentes.

Tabla 9

Quinta pregunta: Con cuantas personas viajan

PAX	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Solo	12	5,63%	52	30,41%	64	16,67%
Pareja	37	17,37%	31	18,13%	68	17,71%
Amigos	66	30,99%	64	37,43%	130	33,85%
Familia	93	43,66%	21	12,28%	114	29,69%
Compañeros de trabajo	5	2,35%	3	1,75%	8	2,08%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100,00%

Los porcentajes presentados dan a conocer que en el caso de turistas nacionales alrededor del 90% prefiere viajar acompañado de su pareja, amigos y familia un promedio de cuatro y seis personas respectivamente. Respecto a los turistas extranjeros 37,43% viaja en compañía de amigos y existe una inclinación de viajar solos con un 30.41%, así mismo solo un 12,28% lo hace en compañía de familiares. En ambos casos tan solo el 2,08% de personas realizan viajes con sus compañeros de trabajo

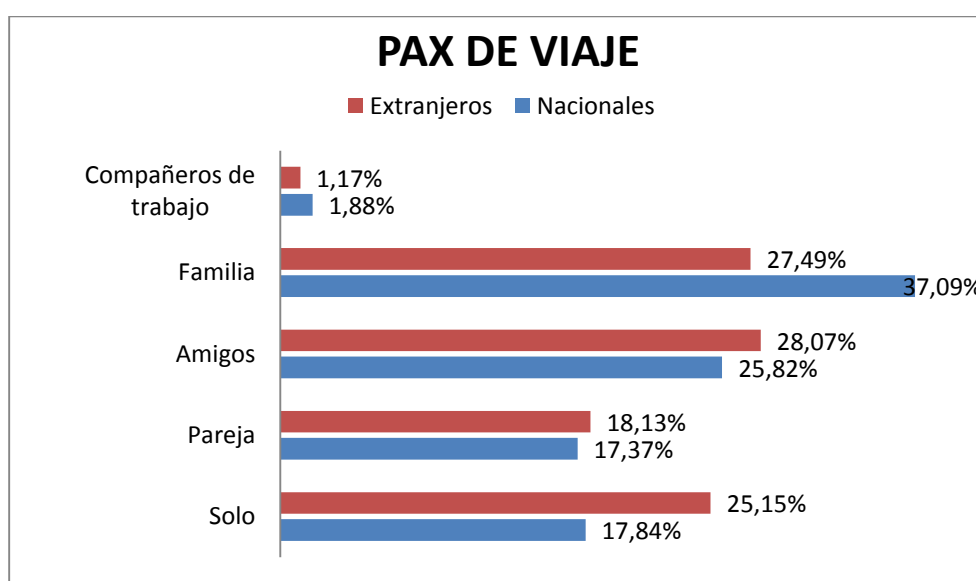


Figura 100 Personas con las que viajan los turistas

Qué servicio dentro del alojamiento busca al momento de viajar el turista

Uno de los servicios indispensables al momento de realizar turismo, es el servicio de alojamiento que se complementa con el de alimentación y transporte; existen varias categorías y clasificaciones de estos establecimientos que varían de acuerdo a los servicios que éstos tienen. Dentro de las localidades que se estudian se ofrece hospedaje comunitario y conocer cuáles son los servicios que más requieren los visitantes es muy importante, ya que permite conocer los más demandados para incluirlos posteriormente y brindar un mejor servicio.

Tabla 10

Sexta pregunta: Servicios que utiliza en alojamiento

ALOJAMIENTO	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Áreas verdes	81	38,03%	110	64,33%	191	49,74%
TV cable	21	9,86%	9	5,26%	30	7,81%
Internet	55	25,82%	44	25,73%	99	25,78%
Piscina	56	26,29%	8	4,68%	64	16,67%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100%

En la tabla 10 se puede observar que los servicios más demandados por el turista dentro del alojamiento están áreas verdes e internet; sin embargo, hay que reconocer que las preferencias en categoría de cliente es distinta. Por ejemplo, el viajero nacional busca áreas verdes en un 38,03%, seguido de un 26,29% que prefiere que el establecimiento tenga piscina porque usualmente viaja con familia, los clientes que prefieren internet un 25,82% y tan sólo un 9,86% busca TV cable. Con respecto al turista internacional se puede observar que prefiere áreas verdes en un 64,33% porque prefieren disfrutar de actividades al aire libre, buscan internet un 25,73% ya que de esa manera se mantienen conectados con el mundo y tan sólo un 9,94% desean que el establecimiento tenga TV cable y piscina.

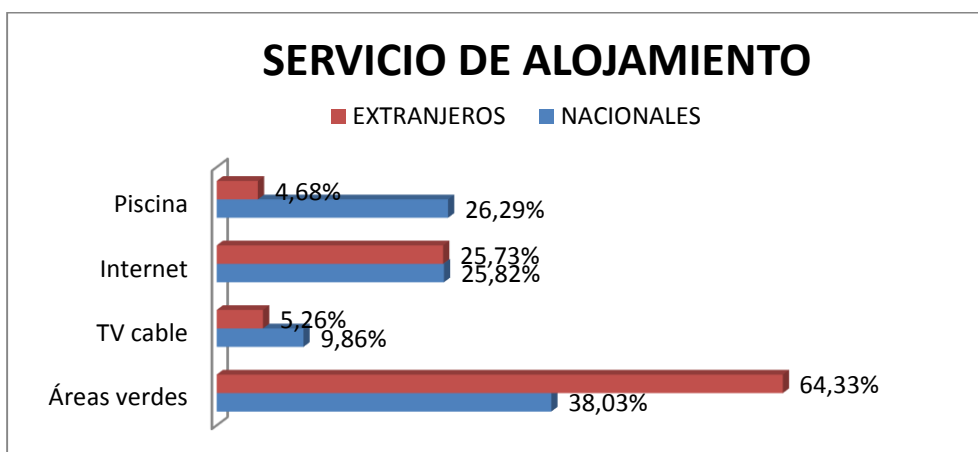


Figura 101 Qué servicio prefieren los turistas en alojamiento

Qué tipo de comida busca al momento de viajar el turista

Conocer acerca del tipo de comida que prefieren los turistas permite determinar la gastronomía que pueden ofertar los sitios turísticos y el tipo de alimentación que se puede incluir en paquetes y rutas turísticas. De esta manera se puede promocionar restaurantes y pequeños puestos de comida, así como identificar un menú apetecido por los visitantes. Esto permite que los establecimientos de alimentación promocionen más los platillos preferidos por turistas tanto nacionales como extranjeros.

Tabla 11

Sexta pregunta: Alimentación que prefieren

SERVICIO DE ALIMENTACIÓN	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Comida nacional	159	74,65%	138	80,70%	297	77,34%
Comida internacional	7	3,29%	3	1,75%	10	2,60%
Comida exótica	19	8,92%	13	7,60%	32	8,33%
Comida rápida	28	13,15%	17	9,94%	45	11,72%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100,00%

Un 77,34% de encuestados dio a conocer que cuando visitan la provincia de Imbabura prefieren probar comida nacional y deleitarse con la gastronomía propia de cada lugar que visitan. Un 11,72% se inclina a la comida rápida como hamburguesas, pollo, papas fritas. Un 8,33% buscan comida exótica y diferente. Y tan solo un 2,6% se ve atraído por probar comida internacional. Con ello se puede promocionar lugares de comida típica y dinamizar la economía local. Los resultados son similares entre turistas nacionales y extranjeros.

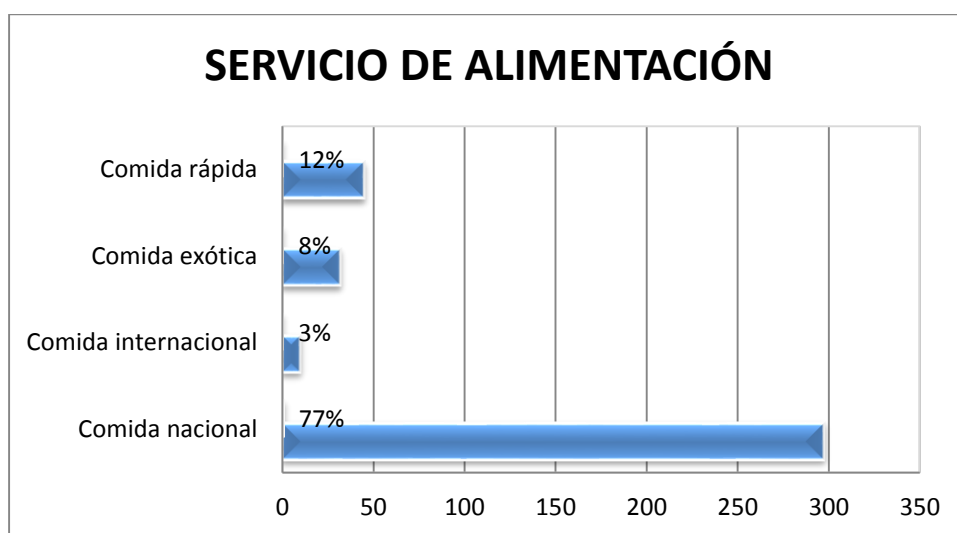


Figura 102 Alimentación que prefieren los turistas

Qué tipo de transporte busca el turista al momento de viajar

Uno de los servicios que permite el desplazamiento de los turistas es el transporte y éste se divide en varias clases: alquiler de autos que usualmente es utilizado por turistas extranjeros, transporte público que se considera el más utilizado a nivel de país, el transporte privado que lo utilizan las personas que tienen autos propios y transporte ecológico que puede considerarse a la bicicleta o simplemente el caminar.

Tabla 12

Sexta pregunta: Tipo de transporte más utilizado

TRANSPORTE	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Alquiler de autos	0	0,00%	64	37,43%	64	16,67%
Transporte público	122	57,28%	51	29,82%	173	45,05%
Transporte privado	91	42,72%	48	28,07%	139	36,20%
Transporte ecológico (bicibleta)	0	0,00%	8	4,68%	8	2,08%
TOTAL	213	100%	171	100%	384	100%

En la figura 110 se puede observar que los turistas nacionales que visitan las localidades objeto de estudio utilizan el transporte público en un 57,28%, el transporte público en un 42,72% y no utilizan alquiler de autos ni bicicleta. Por otro lado, se determina que un 37,43% de turistas extranjeros prefiere alquilar un auto para movilizarse, seguido de un 29,82% que viaja en transporte público ya que muchas veces disminuye gastos, también un 28,07% viaja en transporte privado que se considera a los turistas que llegan con agencias de viajes y un 4,68% se moviliza en bicicleta o simplemente camina.

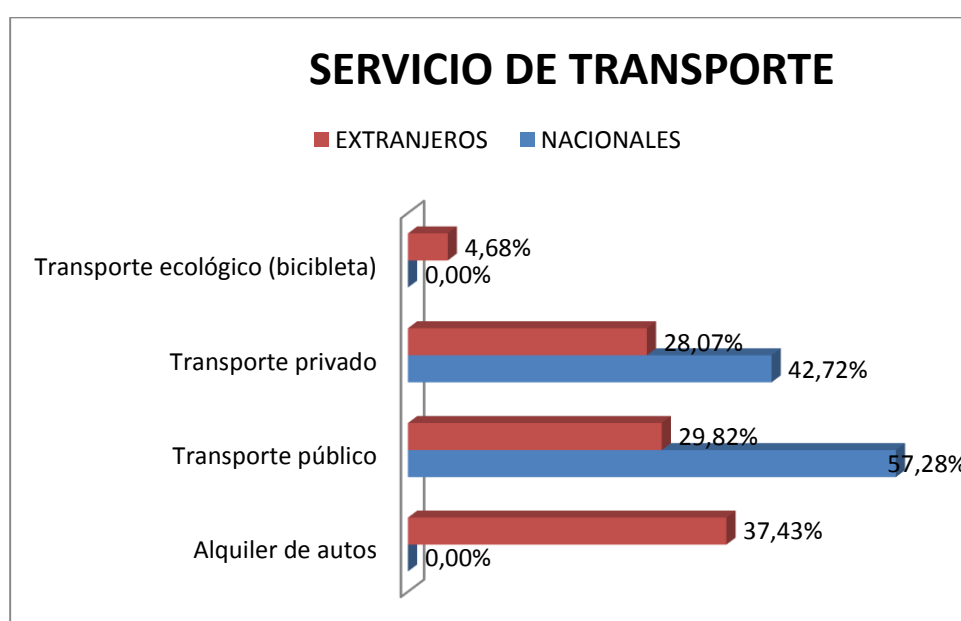


Figura 103 Transporte que prefieren los turistas

Comunidades que conoce o ha investigado el turista

En el Ecuador existen muchos pueblos y nacionalidades que son poco conocidos, ahí radica la importancia de saber si los turistas tanto nacionales como extranjeros están al tanto o han escuchado acerca de las nacionalidades de la provincia de Imbabura para de esta manera determinar cuáles son las más representativas y fortalecer la imagen y promoción turística de localidades que pasan desapercibidas y que pueden ser olvidadas.

Tabla 13

Séptima pregunta: Comunidades de Imbabura más conocidas por los turistas

COMUNIDADES QUE CONOCE	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Otavalo	124	58,22%	115	67,25%	239	62,24%
Afroimbabureños	31	14,55%	19	11,11%	50	13,02%
Natabuelas	13	6,10%	7	4,09%	20	5,21%
Karankis	18	8,45%	5	2,92%	23	5,99%
Cayambes	27	12,68%	25	14,62%	52	13,54%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100,00%

El 62,24% de turistas nacionales y extranjeros conoce, escuchado o ha investigado acerca del pueblo Otavalo, esto puede deberse a la fuerte presencia turística de este grupo tanto nacional como internacionalmente, así como sus tejidos, artesanías y música que trascienden fronteras. Seguido está el pueblo Cayambe que alcanza un 13,54% y es más conocido por extranjeros. Luego se encuentra la comunidad afrodescendiente con un 13,02% que se visualiza es más difundido nacionalmente, se podría afirmar que la presencia del Tren La libertad ha contribuido a la promoción de esta localidad. Un mínimo porcentaje del 5,99% conoce acerca de los Natabuela y Karanquis por lo que éstos últimos deben contar con mayor difusión.

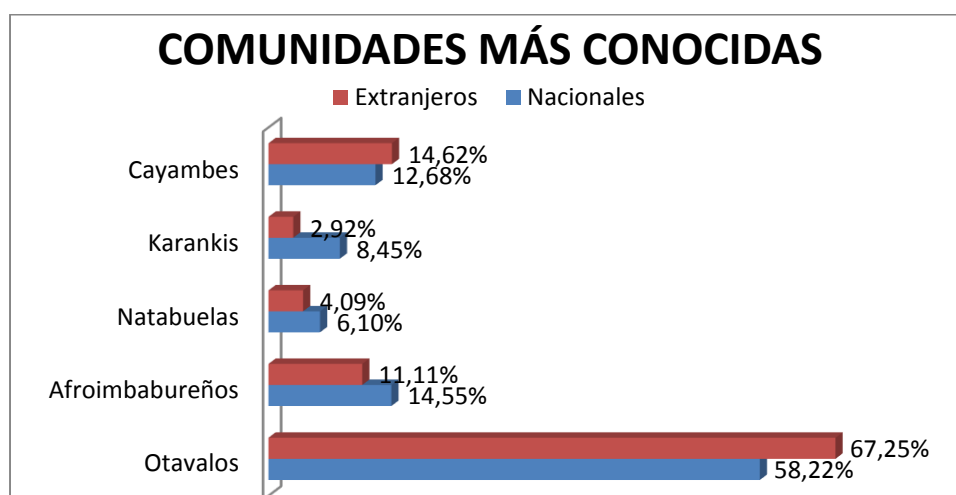


Figura 104 Comunidades de Imbabura más conocidas por los turistas

Nivel de interés de los turistas por convivir con comunidades de la provincia de Imbabura

Ecuador es un país que se caracteriza por la pluriculturalidad de su gente que en la actualidad se van dando a conocer a nivel mundial por propaganda turística. Una de los grupos más conocidos son los Otavalos por sus textiles y demás, también hay que reconocer que una de las razones de la visita de turistas extranjeros al país es por conocer la cultura del mismo. Por otra parte, los turistas nacionales que cada vez se ven atraídos por este tipo de turismo que permite conocer más de la historia del lugar en el que viven.

Tabla 14

Octava pregunta: Nivel de interés por convivir con comunidades de Imbabura

INTERES DEL TURISTA	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Totalmente en desacuerdo	26	12,21%	15	8,77%	41	10,68%
En desacuerdo	17	7,98%	7	4,09%	24	6,25%
Ni de acuerdo, ni en desacuerdo	29	13,62%	15	8,77%	44	11,46%
De acuerdo	76	35,68%	71	41,52%	147	38,28%
Totalmente de acuerdo	65	30,52%	63	36,84%	128	33,33%
TOTAL	213	100%	171	100%	384	100%

En la tabla 14 muestra que un 20,19% de los turistas nacionales no encuentra interés en convivir con comunidades de la provincia de Imbabura, un 13,62% no está de acuerdo ni en desacuerdo y un 66,20% está dispuesto a disfrutar de este tipo de turismo. Por otro lado el

12,86% de los turistas extranjeros no quisiera compartir su tiempo de viaje en comunidades, un 8,77% no encuentra relevante esta actividad pero tampoco descarta la idea de realizarla y un 78,36% muestra interés para convivir con estos grupos que muestran su cultura en cada una de sus manifestaciones como atractivo.

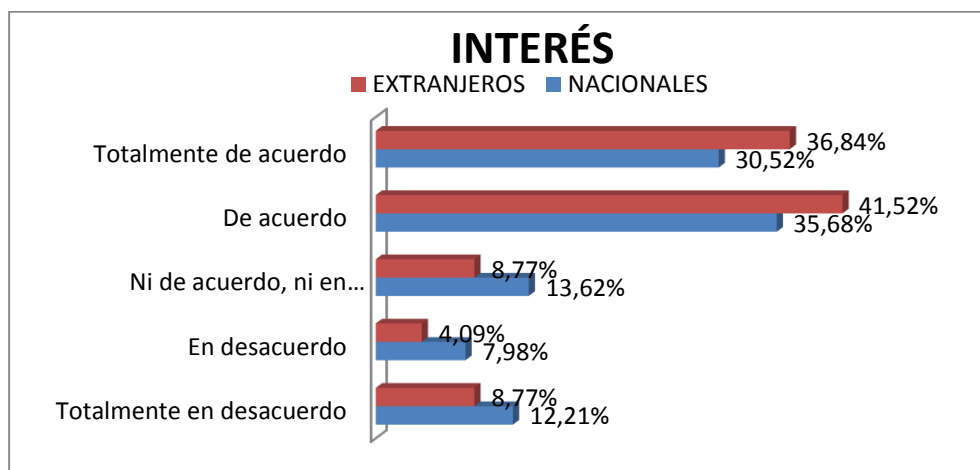


Figura 105 Interés por convivir con comunidades de la provincia

Importancia de las actividades dentro de las comunidades de Imbabura

Para realizar un paquete turístico es menester conocer los gustos y preferencias así como el interés que pueda tener un turista por realizar actividades dentro de las comunidades que visita y cuáles llegan a ser las predilectas. Para caso de estudio se ha tomado en cuenta seis actividades que forman parte de las costumbres de los pueblos de Imbabura. En primera instancia está la realización de vivencias místicas ya muchos turistas vienen atraídos por este elemento muy importante del turismo cultural. Su música autóctona interpretada con instrumentos propios, con melodías y canciones únicas. La danza que es una de las manifestaciones tradicionales de los grupos étnicos y que se realizan por diferentes motivos y festividades. El agroturismo que es una tendencia que tuvo buena acogida y es una actividad que permite relacionar al turista con las comunidades especialmente aquellas agrónomas. Finalmente, los ritos y medicina ancestral ya que estas son actividades milenarias de las comunidades que se basan en la utilización de hojas y otros productos naturales con poderes curativos, esto permite por otra parte rescatar las raíces indígenas y profundizar su cultura.

Tabla 15

Décima pregunta: Importancia de actividades dentro de las comunidades de Imbabura

ACTIVIDADES COMUNITARIAS	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL		
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	
Vivencias místicas	653	17,35%	863	20,07%	1516	18,80%	5
Música	975	25,91%	859	19,97%	1834	22,74%	6
Danza	635	16,87%	865	20,11%	1500	18,60%	4
Agroturismo	524	13,93%	526	12,23%	1050	13,02%	2
Ritos y Purificaciones	478	12,70%	571	13,28%	1049	13,01%	1
Medicina Ancestral	498	13,23%	617	14,35%	1115	13,83%	3
TOTAL	3763	100%	4301	100%	8064	100%	

El siguiente gráfico muestra que la actividad predilecta es la música autóctona con el 22,74%, seguido está la realización de vivencias místicas con 18,80%, luego se posiciona la danza con el 18,60% considerando que esta es un complemento primordial para dar a conocer la cultura de un grupo indígena o afroecuatoriano. Esto indica que alrededor del 40% de encuestados tanto nacionales como extranjeros están interesados en realizar actividades relacionadas con la música y danza autóctonas, por ende estos elementos propios del patrimonio intangible de los pueblos pueden llegar a ser alternativas de promoción turística de la provincia de Imbabura.

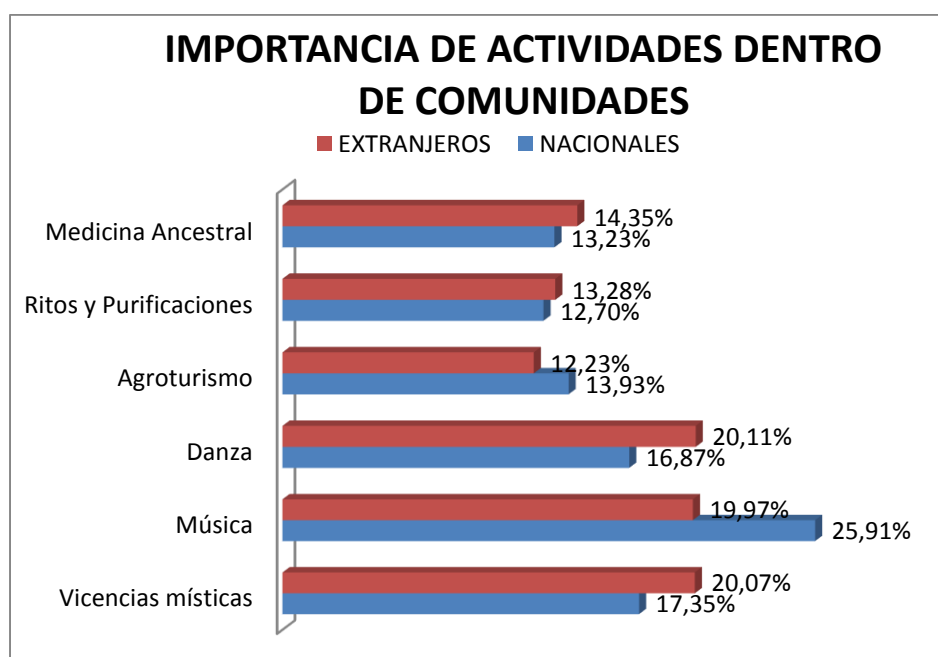


Figura 106 Importancia de las actividades dentro de las comunidades

1.3.3. Precios

Al momento de realizar una ruta turística y establecer un precio para la misma se hace ineludible saber la cantidad que un turista estaría dispuesto a pagar por los servicios que se van a incluir dentro de la misma. Para fijar una ruta de música y danza es necesario conocer la predisposición de los visitantes de pagar servicios tales como alimentación, hospedaje, visita de atractivos tanto naturales como culturales y las manifestaciones artísticas que ofrece cada localidad.

Precio que está dispuesto a pagar por alimentación el turista dentro de una Comunidad

Dentro del turismo uno de los principales elementos es el servicio de alimentación, tomando en cuenta que comunidades van a ofrecer productos de la zona y gastronomía típica es necesario analizar el precio que estaría dispuesto a pagar el turista por su comida y de esta manera determinar si es factible incluir este servicio dentro de un paquete o actividad turística, de igual manera conocer esta variable ayuda a determinar la valoración hacia el esfuerzo de las personas pertenecientes a los diferentes pueblos.

Tabla 16

Cuánto estaría dispuesto a pagar por alimentación dentro de las comunidades

CUÁNTO PAGARÍA POR ALIMENTACIÓN	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Hasta \$3	81	38,03%	24	14,04%	105	27,34%
Entre \$3,01 y \$7	122	57,28%	102	59,65%	224	58,33%
Más de \$7	10	4,69%	45	26,32%	55	14,32%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100,00%

La tabla 16 demuestra que una gran mayoría del 58,33% de turistas tanto nacionales como extranjeros está dispuesto a pagar entre 3 y 7 dólares por el servicio de alimentación que es un rango aceptable que dejaría beneficios a las comunidades

y que está al alcance de todos los bolsillos. En el caso de turistas nacionales un 38,03% solo pagaría hasta 3 dólares, este es un precio muy bajo y por ende los pueblos se verían poco favorecidos y un mínimo porcentaje del 4,69% pagaría más de \$7. Por otro lado los extranjeros en un 26,32% y estaría predispuesto a pagar más de \$7 por este servicio. Cabe destacar que turistas extranjeros son los que más reconocen económicamente el esfuerzo y calidad ofrecida por pequeñas localidades.

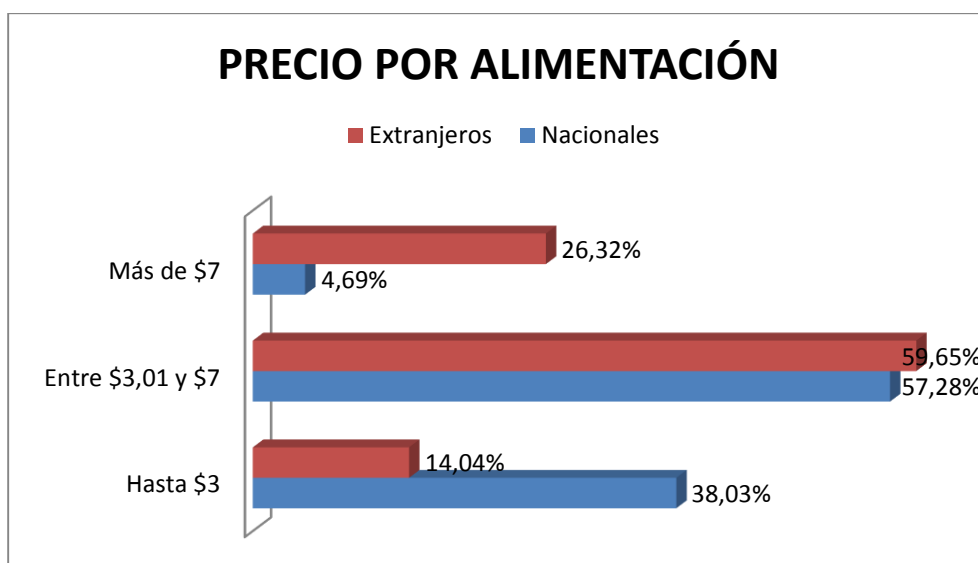


Figura 107 Precio que pagarían los turistas que visitaron Otavalo y Salinas

Precio que está dispuesto a pagar por hospedaje el turista dentro de una Comunidad

Uno de los principales emprendimientos dentro del turismo comunitario es el servicio de alojamiento, hay que tomar en cuenta que estos hospedajes en muchas ocasiones son un poco rústicos y no cuentan con tantas comodidades pero es un elemento importante a analizar para conocer cuánto dinero está dispuesto a dejar el turista cuando visita la localidad, de igual manera con los análisis que se ha realizado anteriormente se puede determinar los servicios más utilizados y ver la posibilidad de que sean implementados en un futuro.

Tabla 17

Cuánto estaría dispuesto a pagar por hospedaje dentro de las comunidades

HOSPEDAJE	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hasta \$10	98	46,01%	23	13,45%	121	31,51%
Entre \$10,01 y \$20	102	47,89%	128	74,85%	230	59,90%
Más de \$20	13	6,10%	20	11,70%	33	8,59%
TOTAL	213	100%	171	100%	384	100%

La tabla 17 muestra que la mayoría de los turistas que están dispuestos a pagar entre \$10,01 y \$20 por hospedaje dentro de las comunidades que visiten; sin embargo, es importante mencionar que la liquidez económica de turistas nacionales y extranjeros es diferente. El viajero nacional que está dispuesto a pagar entre \$10,01 a \$20 representa el 47,89%, un 46,01% pagaría hasta \$10 y tan solo un 6,10% costearía más de \$20. Con respecto al turista extranjero prefiere un 74,85% gastar entre \$10,01 y \$20, un 13,45% costearía hasta \$10 y un 11,70% pagaría más de \$20 por este servicio. Hay que recalcar que los porcentajes del turista extranjero a diferencia del nacional que están dispuestos a pagar entre \$10 y más de \$20 tienen una diferencia representativa.

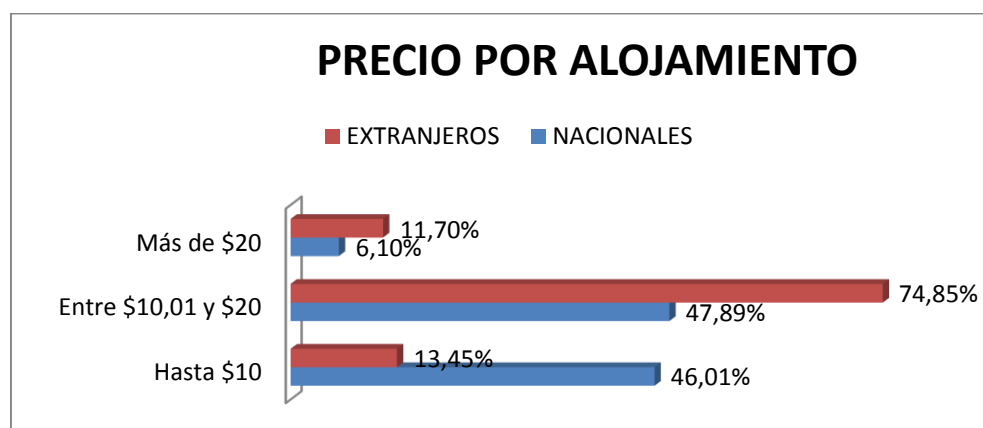


Figura 108 Precio que pagarían los turistas por alojamiento dentro de las comunidades

Precio que está dispuesto a pagar por entrada a atractivos

El turismo es una actividad integral que reúne varios elementos es por ello que se hace necesario analizar cuánto dinero está dispuesto a pagar el turista por visitar,

conocer y apreciar atractivos tanto culturales como naturales, si bien es cierto estos últimos pueden ser gratuitos se hace importante realizar una inversión de dinero para mejorar senderos e implementar señalética, algo que se realiza en muchos lugares es pedir una colaboración voluntaria.

Tabla 18

Cuánto estaría dispuesto a pagar por visitar atractivos dentro de las comunidades

ATRATIVOS	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Hasta \$2	62	29,11%	23	13,45%	85	22,14%
Entre \$2,01 y \$4	109	51,17%	85	49,71%	194	50,52%
Más de \$4	42	19,72%	63	36,84%	105	27,34%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100,00%

El 50,52% de turistas nacionales y extranjeros estaría dispuesto a pagar entre 2 y 4 dólares por visitar atractivos naturales, este es un precio razonable y que contribuye al desarrollo de las localidades. En el caso de nacionales un 29,11% pagaría hasta \$2, lo que recalca la falta de conciencia ambiental y la poca predisposición de contribuir al cuidado y preservación de atractivos, un 19,72% estaría dispuesto a pagar más de \$4. Se puede evidenciar que el 36,84% de los turistas extranjeros tienen mayor predisposición de pagar más de \$4 precio que podría contribuir en gran medida a la conservación de sitios naturales así como implementación de señalética y mejoramiento de senderos.

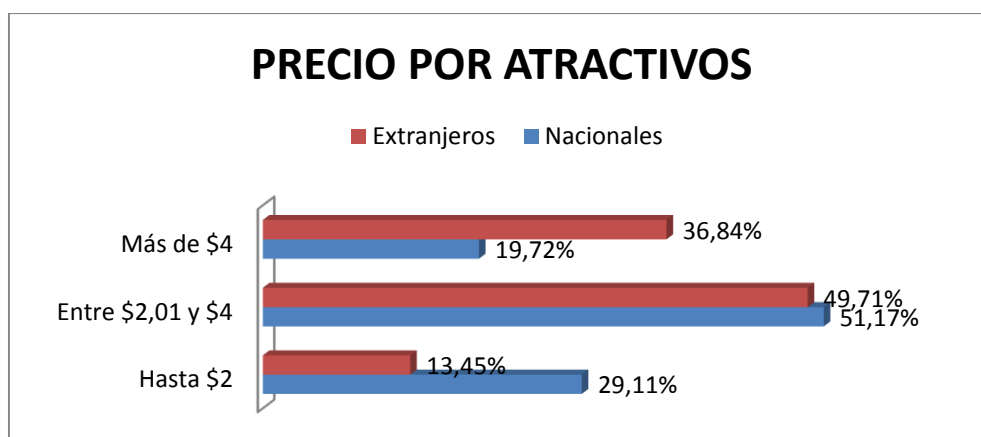


Figura 109 Precio que pagarían por visita a atractivos

Precio que está dispuesto a pagar por apreciación de música y danza el turista dentro de una Comunidad

La música y danza de los pueblos indígenas y afroecuatorianos son símbolo de su identidad que desde hace años han tratado de mantenerlo para no perder parte de su cultura con el proceso de globalización que sufren actualmente. Este proyecto analiza los elementos que conforman el mismo como instrumentos, vestimenta y manifestaciones, por tal motivo es importante conocer si este patrimonio intangible puede generar ingresos económicos que contribuyan al desarrollo de los grupos ya mencionados.

Tabla 19

Cuánto estaría dispuesto a pagar por apreciar música y danza dentro de las comunidades

MÚSICA Y DANZA	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE
Hasta \$5	127	59,62%	61	35,67%	188	48,96%
Entre \$5,01 y \$10	68	31,92%	84	49,12%	152	39,58%
Más de \$10	18	8,45%	26	15,20%	44	11,46%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100%

La tabla 19 muestra que el 48,96% de los turistas pagaría hasta \$5 por apreciar las manifestaciones de música y danza, de los cuáles el 59,62% corresponde a turistas nacionales y un 35,67% a extranjeros. Con respecto a la categoría de entre \$5,01 y \$10 el turista extranjero suma el mayor porcentaje con el 49,12% frente al 31,92% del nacional y el 15,20% de los turistas extranjeros está dispuesto a pagar más de \$10 por presenciar estas actividades y tan solo el 8,45% de los turistas nacionales pagarían ese valor.

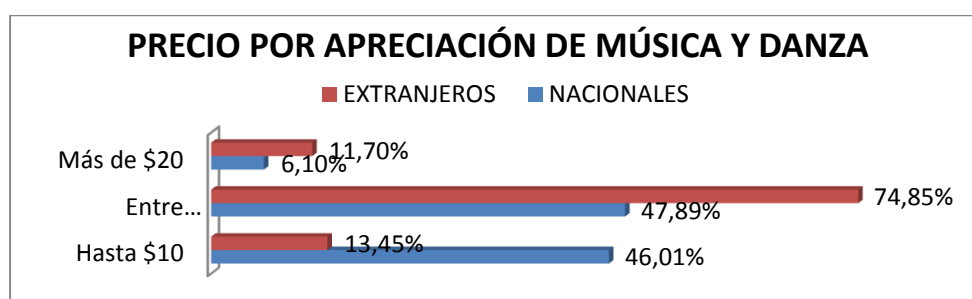


Figura 110 Precio que pagarían los turistas por Apreciación de Música y Danza

1.3.4. Promoción y Difusión

Al introducir un nuevo producto al mercado es de suma importancia el definir estrategias de promoción turística que no es más que determinar todas las formas que se utilizarán para hacer que los clientes conozcan sobre los productos y sus características que estimularán su adquisición (Cruz & Camargo, 2008). También se reconoce que se debe presentar al turista información sobre todos los atractivos y planta turística con la que cuenta al momento de sus viajes; en San Miguel de Ibarra la promoción turística se da por medio de la página web de turismo que se encuentra en proceso de adquisición del dominio “.travel”, en ella se presenta sólo lugares característicos de Salinas de Ibarra como el Centro Cultural Gastronómico, La Estación del Tren y el Museo de Sal, mas no toma en cuenta atractivos complementarios que se han especificado anteriormente en oferta turística.

Por otra parte, las comunidades han apostado a las ferias turísticas y charlas en universidades de Quito la ciudad capital que poco a poco han incrementado la llegada de turistas a estos lugares. En Otavalo la publicidad se maneja con mayor importancia ya que son una cultura conocida a nivel mundial y todos los turistas extranjeros visitan esta localidad en cada uno de sus viajes para realizar sus compras.

En el cantón Otavalo se están manejando estrategias publicitarias mediante el uso de sitios web y redes sociales, la Dirección de Turismo del lugar cuenta con una página oficial turística (otavalo.travel) donde se promocionan todas las actividades, emprendimientos, atractivos naturales y culturales, servicios de hospedaje y alimentación que ofrece el cantón; así mismo, se publican noticias actualizadas dando mayor prioridad a las acciones que se van a realizar y festividades próximas. El encargado de turismo comunitario Lic. Segundo Terán menciona que esta es la manera más factible de llegar a todo el mundo y que no requiere de mayor inversión.

Por otra parte, tienen material impreso donde se promocionan los lugares y servicios, éstos se reparten en los centros de información de los diferentes cantones y ciudades para que sea entregando al turista. Actualmente están planificando lanzar spot publicitario de 30 segundos en los Multicines de la ciudad de Quito, ya que éste constituye el mercado más grande. Dentro de las estrategias se encuentra colocar una valla publicitaria gigante en la plaza Fosh y la elaboración de un video turístico

actualizado y enfocado en nuevas opciones. El marketing turístico está encaminado más al mercado nacional, especialmente Quito, ya que la ciudad constituye la principal demanda potencial por la cercanía.

Medios por los que el turista se ha informado sobre Imbabura

Se puede evidenciar una fuerte presencia tecnológica en la publicidad, actualmente el uso de Internet para buscar información ha aumentado en gran medida, sin dejar de lado la folletería y guías de turismo. Se hace indispensable conocer que medios está utilizando actualmente el turista para informarse y de esta manera determinar si las estrategias utilizadas están dando buenos resultados y en cuáles se debe prestar mayor atención e inversión.

Tabla 20

Novena pregunta: Medios por los cuales han obtenido información acerca de comunidades de Imbabura

MEDIOS POR LOS QUE OBTUVO INFORMACIÓN	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOTAL	
	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%	CANTIDAD	%
Redes sociales	54	25,35%	38	22,22%	92	23,96%
Guías de turismo	33	15,49%	29	16,96%	62	16,15%
Folletería	12	5,63%	10	5,85%	22	5,73%
Página web	53	24,88%	43	25,15%	96	25,00%
Blogs	3	1,41%	3	1,75%	6	1,56%
Agencia de viajes	7	3,29%	10	5,85%	17	4,43%
Otro	51	23,94%	38	22,22%	89	23,18%
TOTAL	213	100,00%	171	100,00%	384	100,00%

Actualmente, se vive una revolución tecnológica es por eso que los medios para obtener información más utilizados son las páginas web que tiene un 25% de aceptación, seguido de las redes sociales con un 23,96%, mediante éstos los turistas tanto nacionales como extranjeros han podido conocer acerca del turismo de las diferentes comunidades que forman parte de la provincia de Imbabura. Las guías de turismo también son muy utilizadas en un 16,15%, una cantidad baja del 4,43% y

1,56% tienen las agencias de viaje y los blogs respectivamente. Alrededor del 23,18% ha obtenido información mediante otros medios como correo electrónico.

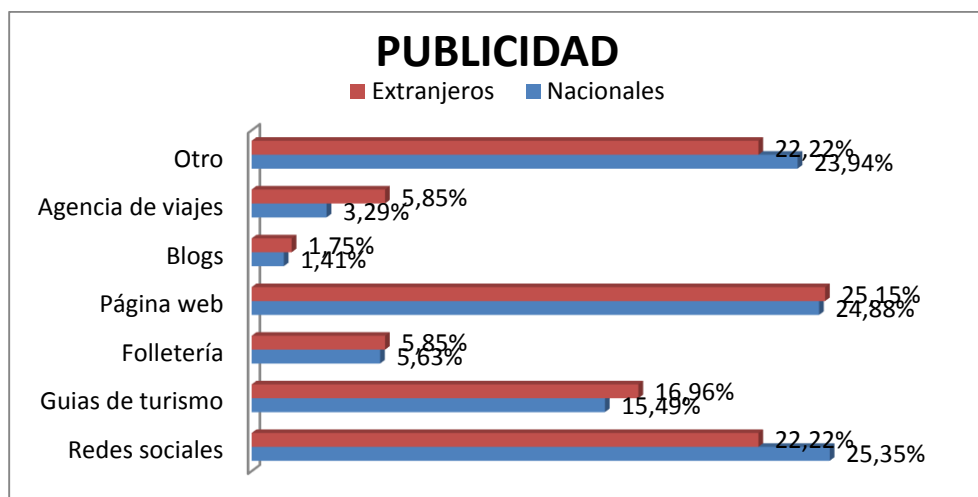


Figura 111 Medios por los que obtiene información el turista

Medios por los que el turista quisiera conocer de rutas que incluyan música y danza

En la actualidad el uso de medios electrónicos para obtener información ha aumentado considerablemente, situando así al uso de redes sociales como uno de los principales buscadores de información. De igual manera, en el ámbito turístico existen guías que facilitan la obtención de contactos y ubicación en un lugar desconocido; por esta razón, es indispensable el conocer los medios que utiliza más el turista para determinar estrategias de comunicación que lleguen por los canales más utilizados y sea optimizada.

Tabla 21

Décimo primera pregunta: Medios por los cuales le gustaría obtener información turística

MEDIOS PARA OBTENER INFORMACIÓN TURÍSTICA	NACIONALES		EXTRANJEROS		TOT AL	
	CANTIDAD	PORCENTAJE	CANTIDAD	PORCENTAJE		
Redes sociales	101	47,42%	74	43,27%	175	45,57%
Guias de turismo	34	15,96%	29	16,96%	63	16,41%
Página web	41	19,25%	40	23,39%	81	21,09%
Folletería	11	5,16%	7	4,09%	18	4,69%
Vallas publicitarias	21	9,86%	13	7,60%	34	8,85%
Otros	5	2,35%	8	4,68%	13	3,39%
TOTAL	213	100%	171	100%	384	100%

La tabla 21 muestra que los medios por los que el turista nacional quisiera recibir información son redes sociales, página web y guías de turismo que representan el 82,63% de los encuestados, sin dejar atrás medios como vallas publicitarias, folletería y otros cómo boca a boca y recepción de e-mail. Con respecto al viajero extranjero prefiere en un 43,27% redes sociales, 23,39% página web y un 16,96% guías de turismo siendo los porcentajes más altos igual a las preferencias del visitante nacional. También mencionaron en un menor porcentaje que les gustaría ver vallas publicitarias con ofertas turísticas al igual que recibir e-mails y recibir folletería.

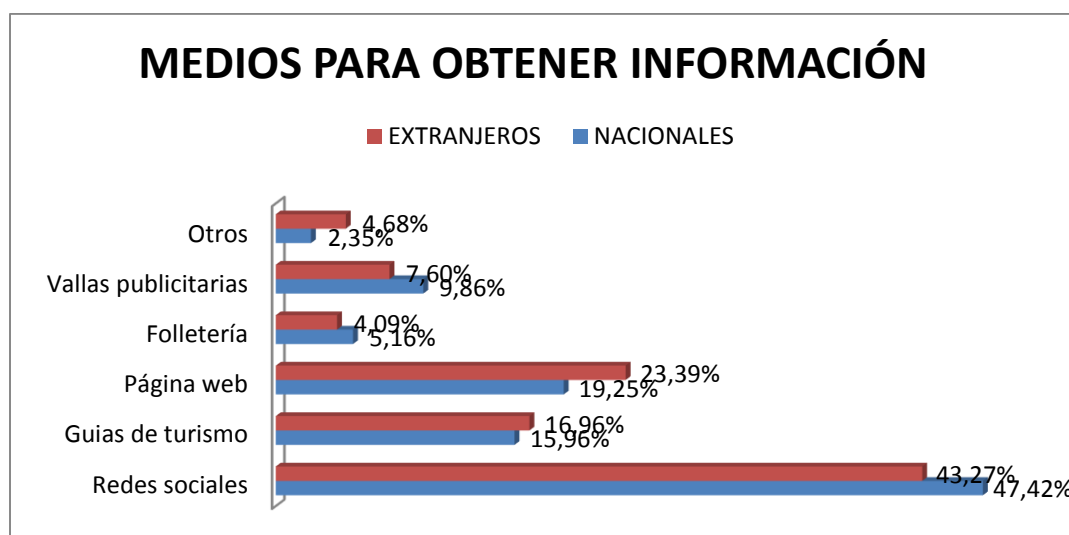


Figura 112 Medios para obtener información

Perfil del Turista Extranjero

Con lo expuesto anteriormente se determina que el perfil de turista extranjero que visita las localidades de Peguche y Salinas de Ibarra es en su mayoría de género femenino en un rango de edad que varía de los 20 a 40 años y que proceden principalmente de Colombia uno de los países vecinos y Estados Unidos, en donde se puso énfasis al lanzar la promoción turística “All You Need Is Ecuador”. Estos viajeros se ven motivados a viajar especialmente por ocio (turismo) y educación ya que llegan al país para aprender el idioma Español; también es importante mencionar

que destinan a sus viajes alrededor de 4 a 30 días y en algunos casos más de un mes, de los cuales destinan al turismo alrededor de un día por visita de localidad y de 4 a más de 10 días para conocer el país.

El tipo de turismo que prefieren es esencialmente el ecoturismo y el turismo cultural que se relacionan directamente con esta investigación, que demuestra que la música y danza autóctona de Peguche-Otavalo y de Salinas-Ibarra son elementos que atraen turistas y pueden ser utilizados como promoción turística. Por otro lado se observa que el visitante extranjero viaja de manera mensual y semestralmente, dando a conocer que cuentan con una capacidad económica mucho mayor al del viajero nacional. Así mismo es importante mencionar que en la mayoría de ocasiones viaja con amigos o preferentemente solo, mostrando una cultura diferente a la que se vive en el país.

Los servicios que demanda este tipo de turista dentro del alojamiento son principalmente áreas verdes porque les gusta realizar actividades al aire libre e internet que los mantiene conectados con su familia. Con respecto a la alimentación no dudan en deleitar su paladar con la comida nacional que ofrece cada una de las localidades. Estos turistas utilizan en su mayoría transporte privado cuando viajan con agencias de viajes, alquilan autos cuando se movilizan solos; sin embargo, hay que mencionar que también utilizan el transporte público los visitantes a los que usualmente se los denomina “mochileros”.

El turista extranjero tiene conocimiento de la existencia de la Cultura Otavaleña, Cayambis y Afroimbabureños; que son las culturas que ofrecen turismo comunitario dentro de la provincia de Imbabura y han tenido la oportunidad de visitar o conocer de ellas por medio de sitios web o redes sociales. Estos viajeros están de acuerdo en convivir con comunidades ya que les atrae el conocer sobre la cultura y costumbres de diferentes pueblos en la que prefieren actividades relacionadas con la música, danza y vivencias místicas.

Con respecto a los precios a este tipo de turista no le incomoda gastar más de \$3 en alimentación o entre \$10 y \$20 en hospedaje; también está dispuesto a pagar más de \$2 por visita a atractivos turísticos naturales y culturales, a más de considerar un

precio idóneo el pagar más de \$5 por apreciación de música y danza dentro de las comunidades. Es importante mencionar que los medios por los que obtienen información son páginas web, redes sociales y guías de turismo; por tal motivo se ha encaminado propuestas con respecto a los medios anteriormente mencionados que se presentarán en el siguiente capítulo.



Figura 113 Perfil de turista extranjero

Perfil del Turista Nacional

Luego del análisis correspondiente se ha podido establecer que el turista nacional que visita Imbabura son hombres y mujeres cuya edad oscila entre 20 y 40 años, proceden mayoritariamente de Quito ciudad bastante cercana y donde se ha enfatizado estrategias publicitarias ya que la capital constituye el mercado potencial. Estas personas buscan tranquilidad y descanso por medio de actividades turísticas, además realizan viajes con fines familiares, éstos destinan de 1 a 7 días para viajar

por lo que es importante realizar paquetes cortos y ofrecer servicios que se encuentren dentro de un full day. Cabe mencionar que el turista nacional prefiere viajar acompañado de su familia o amigas, son escasos quienes lo hacen solos.

En cuanto a los servicios de alojamiento deben contar con áreas verdes y piscina principalmente, cabe destacar que una gran mayoría busca comida nacional y deleitarse con gastronomía propia del lugar que visita. Se debe enfatizar en la implementación de transporte público para acceder a los diferentes atractivos. Imbabura cuenta con una diversidad cultural impresionante, sin embargo, el pueblo Otavalo es el más conocido gracias a la buena promoción turística que existe actualmente. El turista que visita Imbabura busca conocer Otavalo y a los pueblos afroecuatorianos principalmente, además se muestran interesados en convivir con comunidades indígenas y realizar actividades como música, vivencias místicas y danza.

El turista está dispuesto a pagar un precio medio por servicios de alimentación, hospedaje, visita de atractivos y apreciación de música y danza. Es por ello que las comunidades no deben excederse en los costos y se debería fijar un precio aproximado entre 16 y 36 dólares por día. Es importante intensificar estrategias publicitarias mediante internet ya que ello permite llegar de mejor manera al público objetivo.



Figura 114 Perfil de turista nacional

CAPÍTULO IV:

PROPUESTA

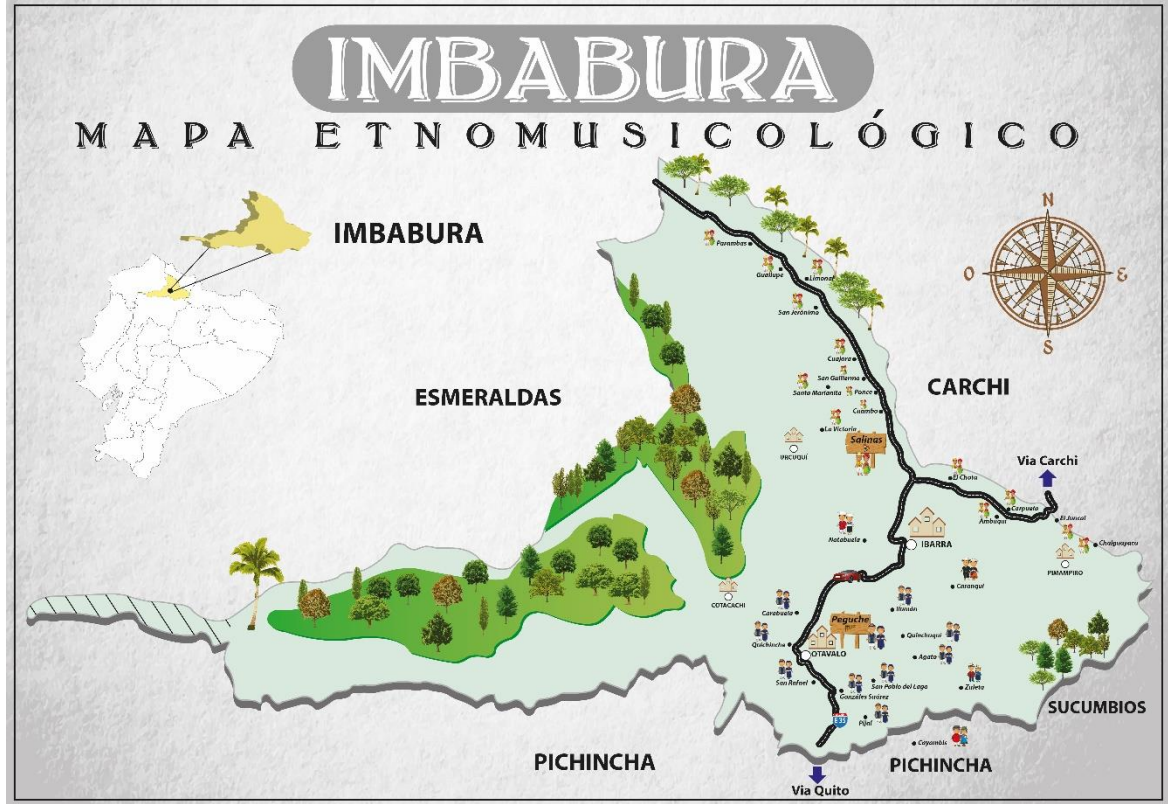
4.1. Mapa Etnomusicológico

La etnomusicología estudia la música como parte de la cultura, mediante la investigación y trabajo de campo se ha podido evidenciar que la provincia de Imbabura cuenta con una riqueza cultural muy amplia y es impresionante que en un solo lugar se concentren comunidades con costumbres y rasgos claramente diferenciados, aquí se ha identificado cinco grupos étnicos de los cuales cuatro son indígenas y uno pertenece al grupo de los Afrodescendientes. Así mismo, se ha podido determinar que los turistas se ven interesados en la música y danza autóctona, cada comunidad cuenta con instrumentos y bailes propios que pueden ser admirados.

Por ello, la elaboración de un mapa etnomusicológico permite que se pueda entregar un material didáctico y atractivo visualmente para el turista y que éste pueda identificar fácilmente los lugares y comunidades que ofrecen música y danza como parte del turismo cultural con ello. En el mapa que se observa a continuación se ha incluido pequeños dibujos en el lugar donde existen asentamientos de los diferentes grupos como: Zuleta, Caranquis, Cayambis, Natabuela, Afroecuatorianos, Otavalos; destacando las comunidades objeto de estudio, como son Peguche y Salinas donde se muestra la riqueza indígena y la presencia negra respectivamente. El mapa se encuentra dentro de un fondo color gris a escala del 20%; por otro lado, el área del mismo tiene una mezcla de colores tales como: celeste 18%, magenta 1,77%; amarillo 16,92%; con degradados del 14%, 8% y 83% respectivamente.

También se ha incluido en la parte izquierda el mapa del Ecuador en el que se señala la ubicación de la provincia de Imbabura donde se ha realizado el mapa etnomusicológico. Así mismo, se ha colocado la vía principal que es la E35 conocida como Troncal de la Sierra y los límites dentro de los cuales se asienta la provincia. Es importante mencionar que la impresión del mismo se debe realizar en papel couche de 150gr en tamaño 330x483mm.

483 mm



330 mm

Figura 115 Mapa Etnomusicológico de la Provincia de Imbabura

4.2. Página Web

4.2.1. Otavalo

Como una de las estrategias de difusión se ha determinado crear una página web con la que se busca dar a conocer la información obtenida sobre las localidades de estudio. Al momento de realizar las investigaciones de campo se logró determinar que la localidad de Otavalo se encuentra muy bien organizada en el ámbito turístico y como parte de su publicidad manejan un portal web al que se propone incluir datos referentes a su patrimonio intangible en el que se mostrará su música y danza en dos pestañas diferentes, estas opciones han sido diseñados en Wix dando como resultado el siguiente link: <http://turismootavalo.wixsite.com/arte/musica>.

Al hacer click en la pestaña de música el usuario podrá visualizar varias imágenes alusivas a este arte presentadas en forma de diapositivas, bajo estas se encuentra información acerca de grupos musicales representativos la composición de las letras y otros datos de interés, así también un audio de una interpretación realizada por la Banda de Paz de Peguche, Así mismo, se puede visualizar imágenes de los principales instrumentos musicales andinos de viento, percusión y cuerda con su respectiva descripción acerca de su uso y materiales de construcción. Se incluye dos videos donde se muestra la destreza artística.

En la pestaña de danza se ha incluido fotografías de los danzantes otavaleños con una breve descripción. Los principales movimientos son presentados de manera dinámica, con una imagen y su respectiva explicación, de igual manera se puede ver información de los cuatro ritmos principales: fandango, yumbos, San Juanito y culebrillado, acompañados de un video del grupo “Andanzas”. Finalmente, se incluye una reseña de la vestimenta de los hombres y mujeres.

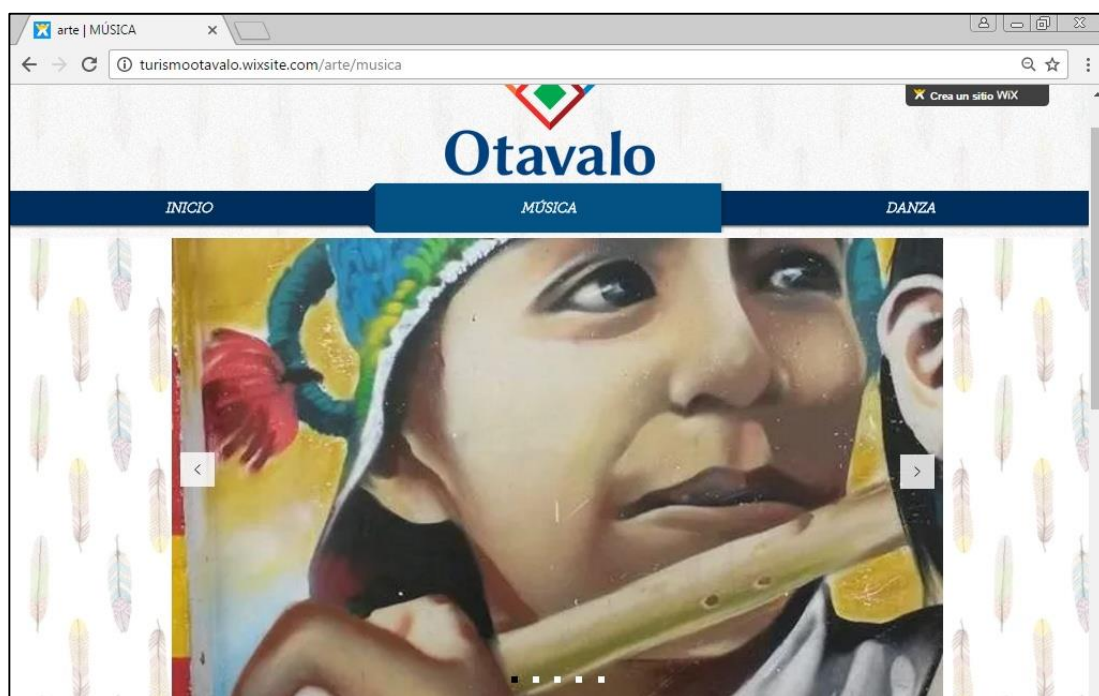


Figura 116 Pestaña “Música” de la página web para Otavalo

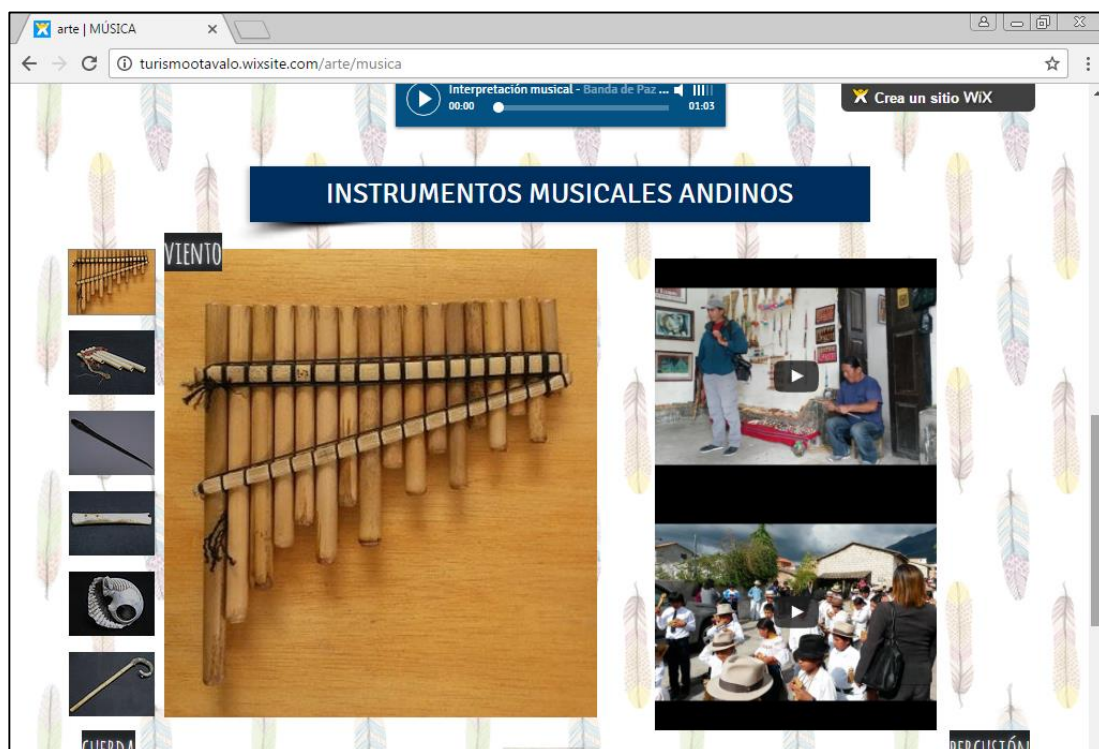


Figura 117 Pestaña “Música” de la página web para Otavalo

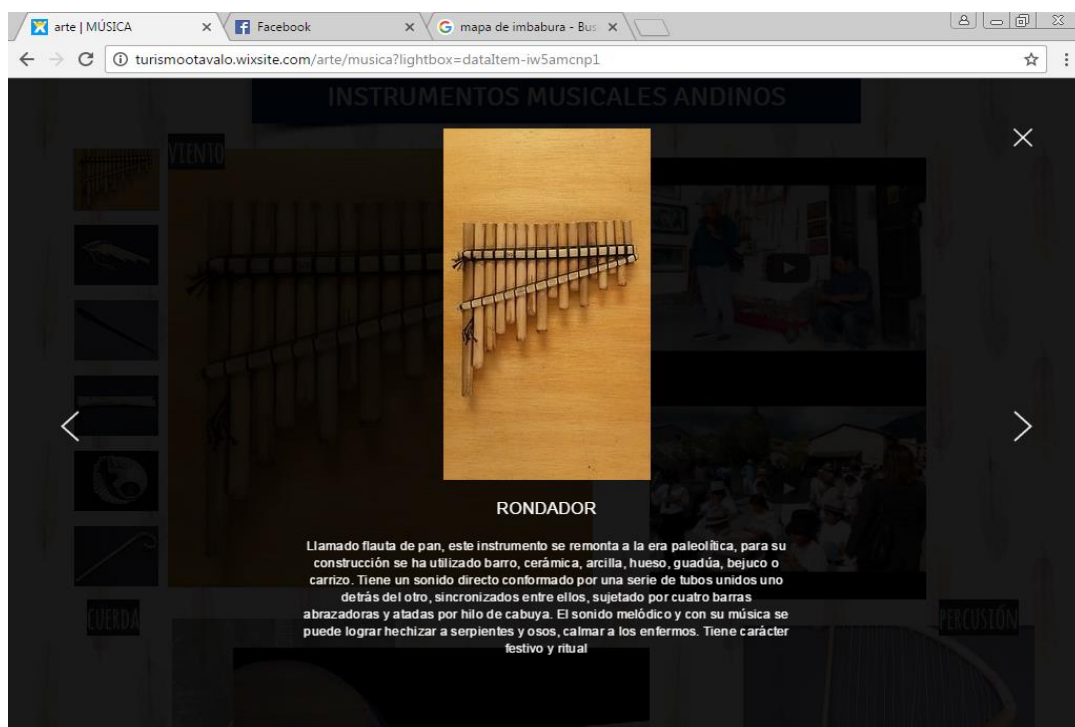


Figura 118 Información del Rondador de la pestaña “Música”



Figura 119 Pestaña “Danza” de la página web para Otavalo

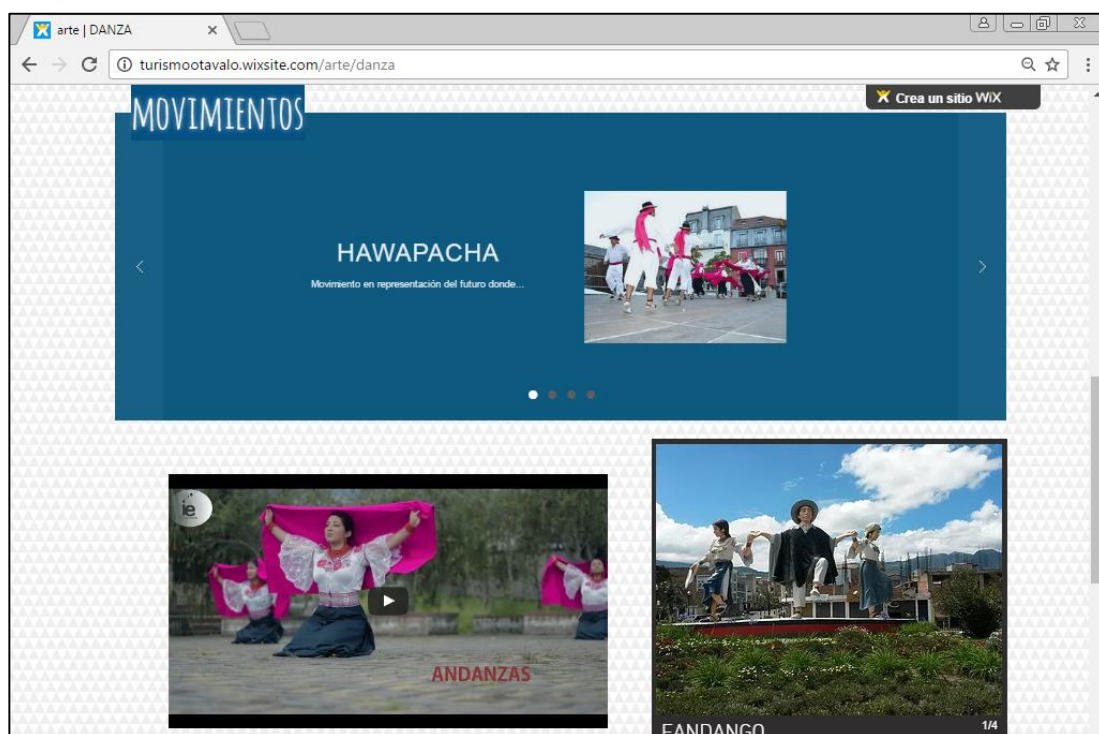


Figura 120 Pestaña “Danza” de la página web para Otavalo

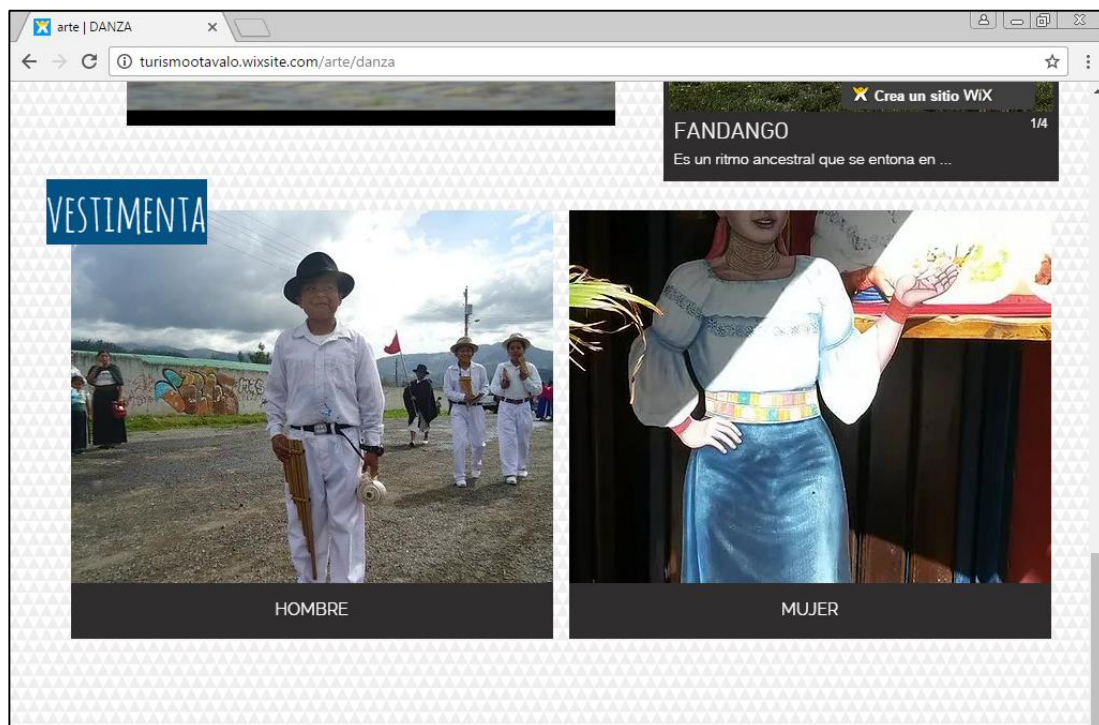


Figura 121 Pestaña “Danza” de la página web para Otavalo

4.2.2. Salinas de Ibarra

La comunidad de Salinas en el Valle del Chota ha evidenciado una gran oportunidad de desarrollo en el ámbito turístico con la reapertura de la estación del Tren “La Libertad” y ha incluido servicios que no son dados a conocer por la página web del cantón al que pertenece. Por lo cual, se ha decidido realizar una página web de manera gratuita en uno de los programas más utilizados en la actualidad denominado Wix, en donde se ha incluido videos de los bailes tradicionales y las fiestas populares que justifican esta investigación.

Como primer paso se realizó el registro en Gmail para la creación de un correo electrónico el cual es turismosalinasdeibarra@gmail.com, se lo realizó en este programa ya que Google da apertura a la creación de varios servicios como blogs, encuestas, registro de visitas, entre otras que son muy útiles. Posteriormente, se ha creado la página web con el dominio “salinasibarra” dando como resultado <http://turismosalinasdeib.wixsite.com/salinasibarra> en la que se incluye información acerca de datos de interés de este grupo como su música, danza, atractivos turísticos, planta turística, precios y contactos; todo esto con el fin de dar a conocer esta comunidad y facilitar su contacto con el turista nacional y extranjero.

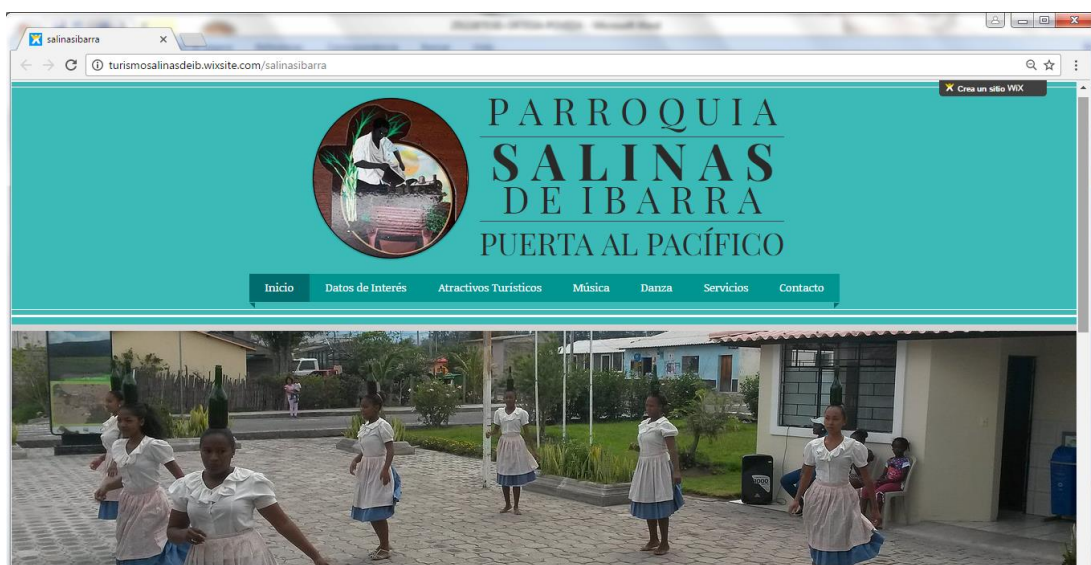


Figura 122 Página principal de la parroquia de Salinas

En la primera pestaña “Inicio” se ha incluido un resumen de lo que el turista podrá encontrar en toda la página web como datos de interés, atractivos y planta turística que cuentan con sus respectivos botones que direccionarán al visitante a su pestaña de interés.

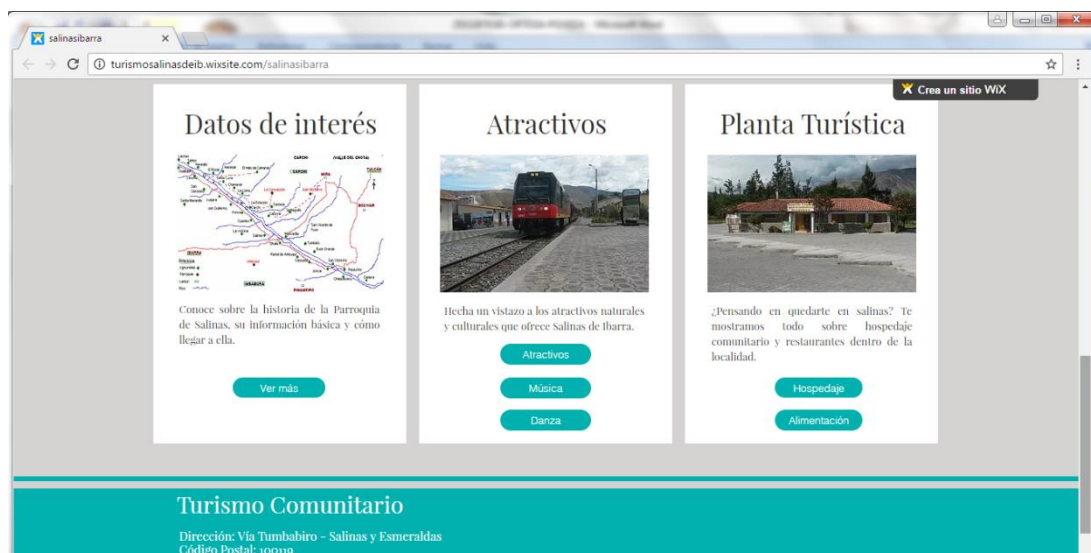


Figura 123 Pestaña “Inicio” de la página web

Posteriormente se encuentra la pestaña “Datos de interés” la cual se ha dividido en tres partes en la que se muestra, primeramente, información de cómo llegar a la parroquia junto con un botón que direccionará al visitante a una página dónde se encuentra el mapa y cómo llegar desde las principales ciudades como lo son Quito, Guayaquil y Cuenca. Junto a la misma se encuentra la historia de la localidad del Valle des Chota que se encuentra complementado con un hipervínculo hacia una noticia del diario “La Hora” que contiene información de la parroquia de Salinas. Y finalmente, se encuentra la información general del lugar campo de estudio como temperatura, ubicación y población.

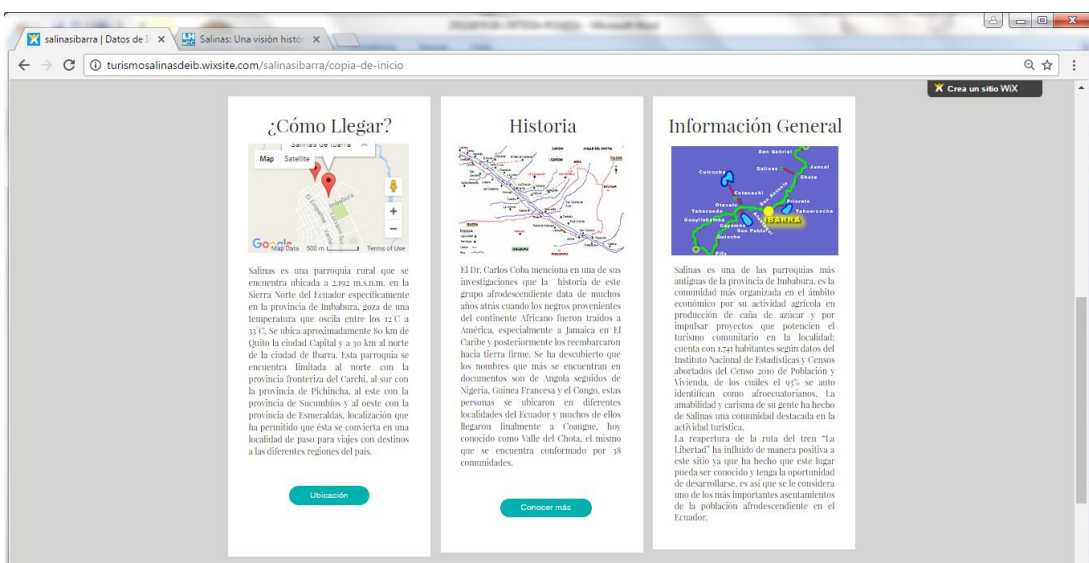


Figura 124 Pestaña “Datos de Interés” de la página web

Siguiendo con la barra de dirección se encuentra la pestaña de “Atractivos Turísticos”, en la que se muestran los atractivos turísticos que se encuentran dentro de la localidad y cercanos a ella. Se visualiza como un cuadro de fotografías al que hay que darle “click” para obtener más información sobre el mismo como se muestran posteriormente en las imágenes.

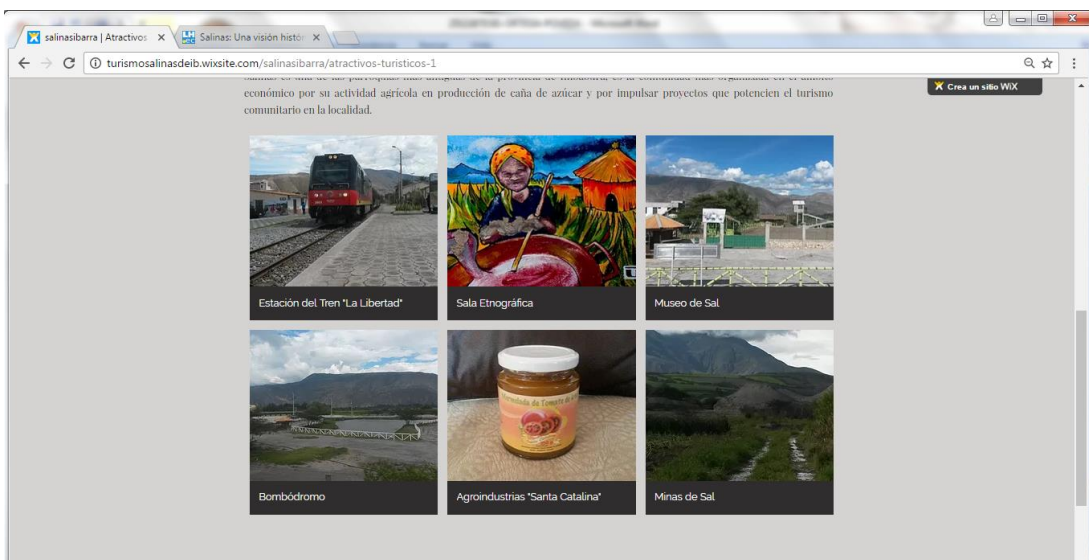


Figura 125 Pestaña “Atractivos Turísticos” de la página web

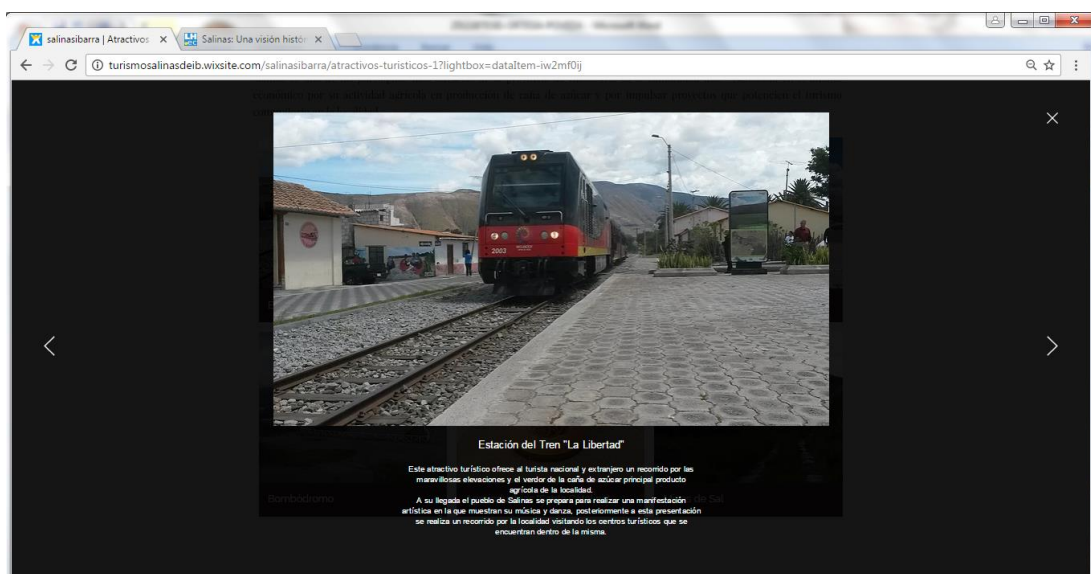


Figura 126 Información de la Estación del ferrocarril de la pestaña “Datos de Interés”

En la cuarta pestaña se encuentra un espacio dedicado a uno de los elementos de estudio que es la “Música” en dónde se puede observar los instrumentos con los que la comunidad de Salinas alegra sus cantos. También se visualizan como una galería fotográfica y al dar “click” se abre un vínculo que muestra la información de cada instrumento; por otro lado, hay que mencionar también el ritmo que caracteriza a este pueblo el cual se ha descrito al final de la página.



Figura 127 Pestaña “Música” de la página web

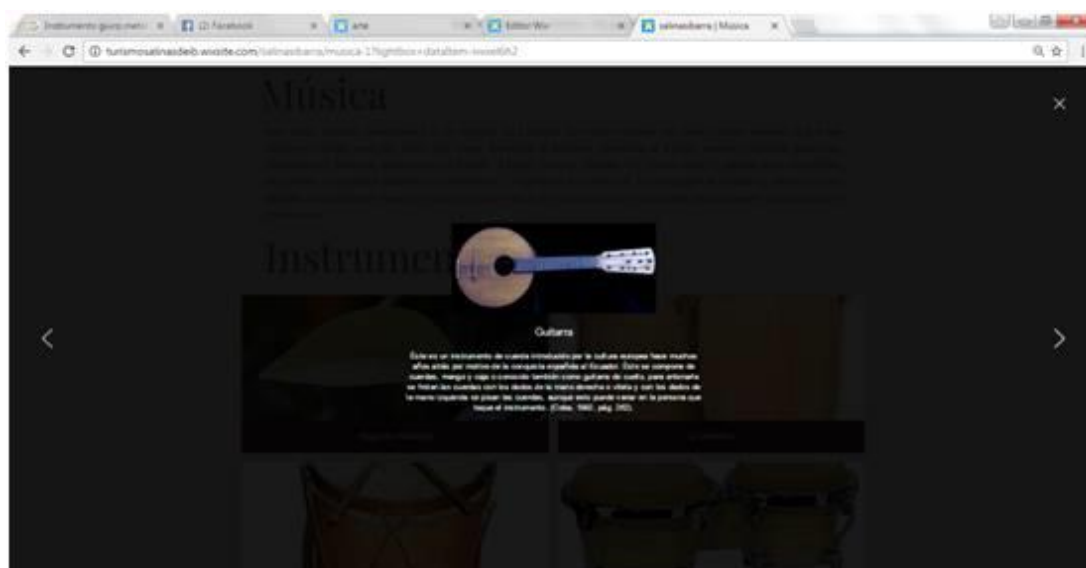


Figura 128 Información de la guitarra de la pestaña “Música”

Junto a la pestaña de música se encuentra la información del segundo elemento de estudio que es la “Danza”, en ésta se ha colocado información sobre la historia del baile característico de la comunidad de Salinas. Posteriormente, en una galería fotográfica se muestra los movimientos principales de esta manifestación en el cual mediante un “click” se puede obtener más información de los mismos; seguidamente se encuentra la descripción de la vestimenta característica de esta comunidad junto con un video de un baile realizado en la Estación del Tren “La Libertad”. Además, se ha incluido información sobre las fiestas tradicionales de este pueblo y los contactos de los grupos de danza de esta localidad.

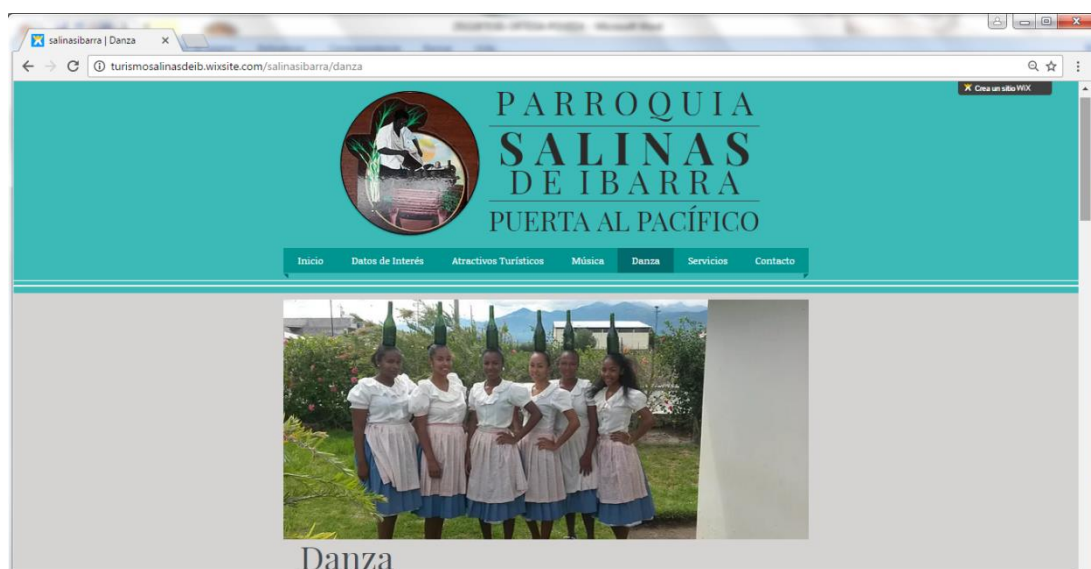


Figura 129 Pestaña “Danza” de la página web



Figura 130 Información dl movimiento de caderas de la pestaña “Danza”



Figura 131 Video de la presentación del grupo de danza “Mandela”

Como una petición especial de la población se ha incluido una pestaña dedicada a mostrar al turista los servicios con los que cuenta la comunidad, tal es el caso de hospedaje comunitario y lugares de alimentación. Se presentan en dos subpestañas diferentes en las que el visitante puede encontrar fotografías e información sobre los servicios con los que cuenta cada establecimiento; también, se encuentra el precio de los mismos y el contacto para más información.

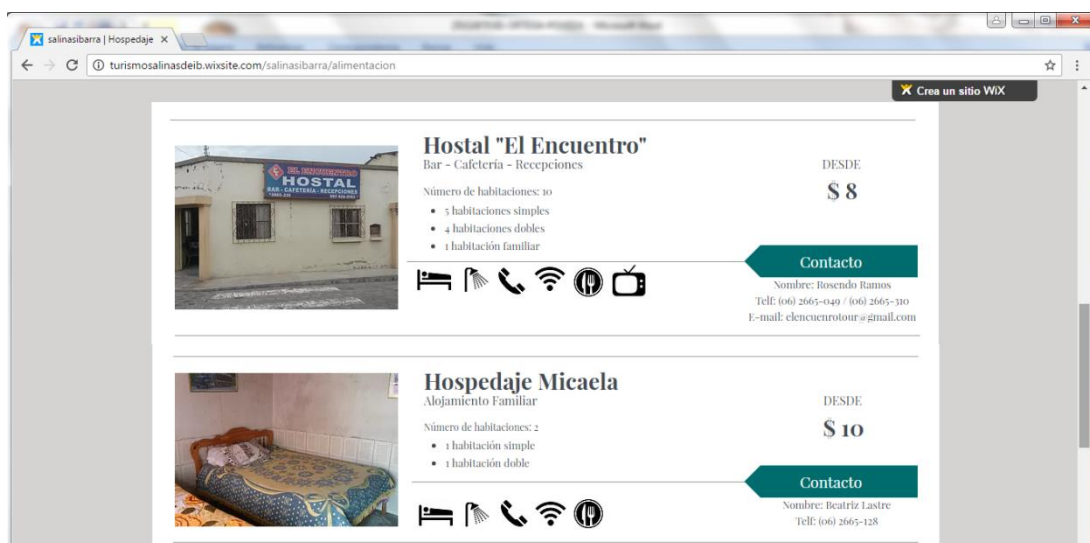


Figura 132 Información de la subpestaña “Alojamiento” de la pestaña de “Servicios”

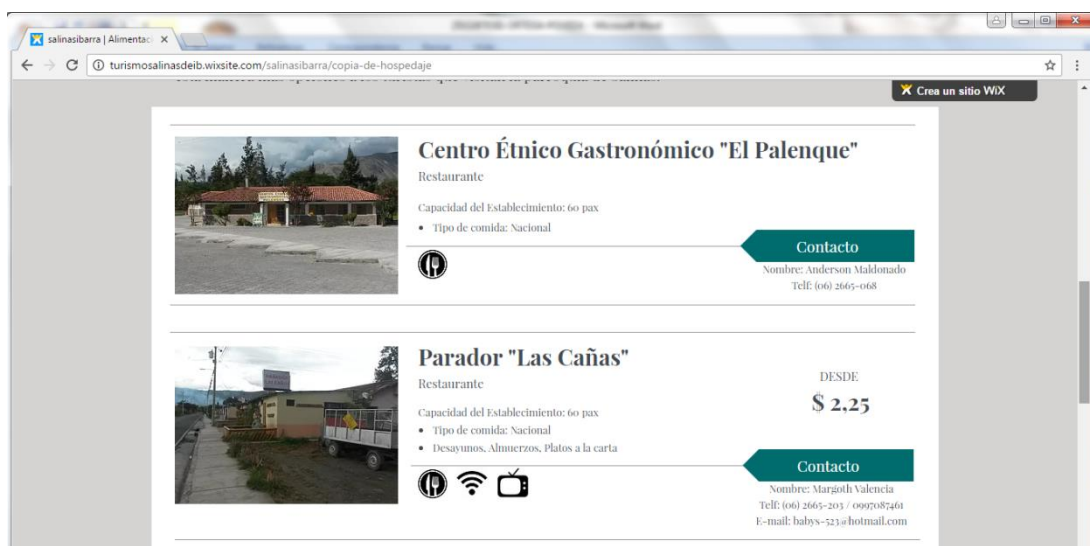


Figura 133 Información de la subpestaña “Alimentación” de la pestaña de “Servicios”

Finalmente, se ha incluido una pestaña denominada “Contacto” en la que se ha añadido un formulario para que el turista pueda escribir en caso de tener alguna duda o sugerencia del trato recibido o de su interés por visitar la localidad; es decir, un espacio dedicado a opiniones que ayuden a mejorar los servicios de la comunidad.

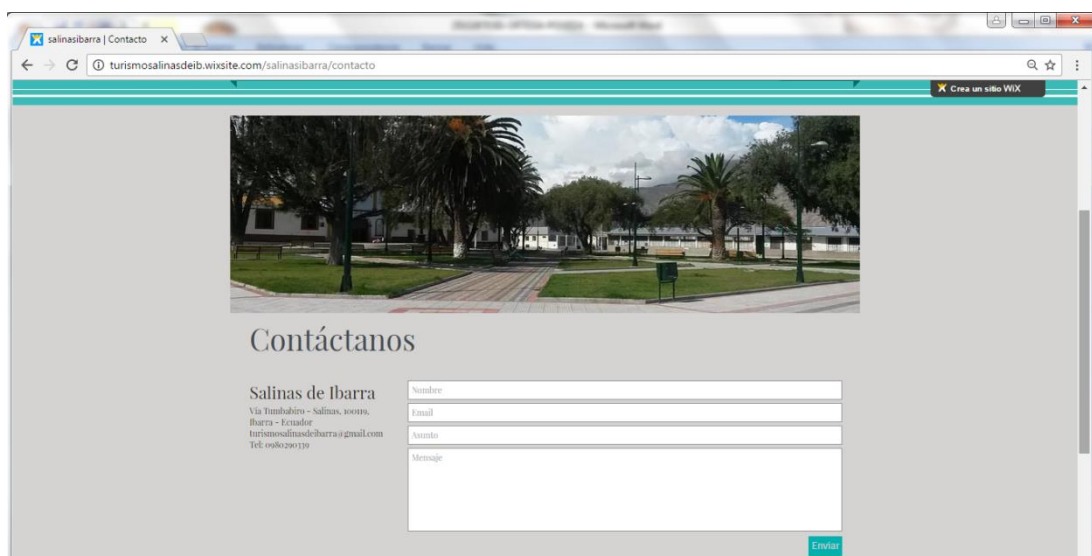


Figura 134 Pestaña “Contactos” de la página web

4.3. Redes Sociales

4.3.1. Otavalo

Al ser el cantón Otavalo visitado por muchos turistas nacionales y extranjeros han visto la necesidad de crear publicidad que sea accesible o tenga mayor alcance a nivel mundial, es por esta razón que ellos manejan su red social Facebook con noticias de interés para los turistas en donde mencionan eventos o actividades que estén realizándose dentro de la localidad.



Figura 135 Página de Facebook de Otavalo

4.3.2. Salinas de Ibarra

Según datos otorgados por las encuestas realizadas en las localidades objeto de estudio, se determinó que los medios por los que los turistas obtienen información son las redes sociales. Por tal motivo se ha decidido crear una página en Facebook <https://www.facebook.com/salinasibarraec/> para la localidad de Salinas y por medio de ella mantener informados a los seguidores sobre fiestas, programas y datos de interés para los turistas. La misma que se encuentra compuesta por seis pestañas: la primera, “publicaciones” en donde se mostrará datos o noticias de interés para el turista; después se encuentra “videos” lugar específico para subir manifestaciones artísticas que se realicen dentro de la comunidad para mostrar a sus posibles visitantes.

Después se encuentra “fotos” en donde se publicarán todas las fotografías que se hagan con el fin de promocionar a Salinas; después de ésta se encuentra “información” la cual está llena con todos los datos de la parroquia. Posteriormente, se puede observar “me gusta” espacio dedicado al manejo de estadísticas de seguidores y alcances de las publicaciones que se realicen en la página y por último “eventos” que difundirá programas de eventos culturales que tienen gran interés dentro de los turistas.

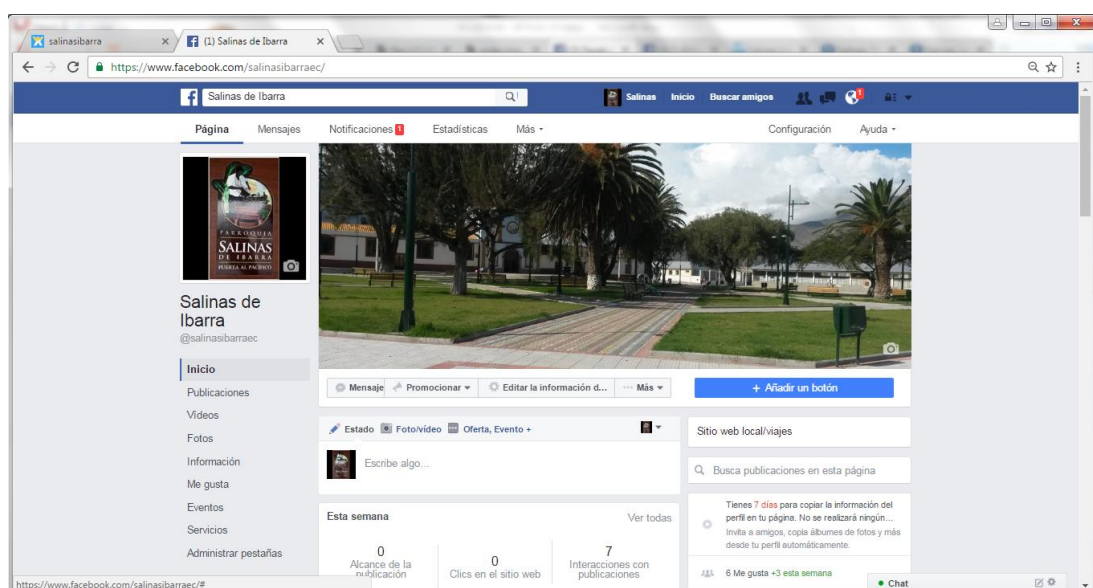


Figura 136 Página de Facebook de Salinas de Ibarra

En esta página se ha colocado información principal de la parroquia y posteriormente será entregada a Eliana Ferigra Coordinadora de la Estación del Tren “La Libertad” para su futuro manejo ya que conoce sobre todos los servicios turísticos que ofrecen en la localidad y es la persona más idónea para ello, ya que la va a utilizar de la manera más adecuada la misma.

4.4. Letreros para hospedaje comunitario en Salinas de Ibarra

Al realizar la visita de campo a Salinas de Ibarra se pudo evidenciar que esta localidad cuenta con más atractivos y planta turística de la que se muestra en la página web de turismo de la parroquia San Miguel de Ibarra. Por esta razón, se considera necesario el presentar la propuesta de elaborar letreros sobre el hospedaje comunitario y restaurantes que ofrecen para que sea mucho más fácil la localización de los mismos dentro de la localidad, así también como el proporcionar el contacto para reservaciones de grupos de ser el caso, ayudando a posicionar el lugar en la mente de los turistas.

El modelo que se presenta a continuación tiene un diseño realizado en madera con materiales propios de la zona, sujetado a la pared con pequeñas cadenas y un tubo de metal que puede ser sustituido por cuerda que junto con su forma ovalada le brinda un toque más artesanal. En el letrero se talla en la parte superior la frase “Hospedaje Comunitario” ya que se debe especificar que éste alojamiento muchas veces no podrá satisfacer todos los requerimientos y comodidades a las que el turista puede estar acostumbrado cuando asiste a otro tipo de establecimiento.

Posteriormente, se encontrará el nombre del hospedaje seguido de una imagen que sea representativa al grupo étnico que se ubica en el Valle del Chota, bajo el cual se encontrará la ubicación del mismo. También, se ha colocado el logotipo del cantón al que pertenece esta parroquia que es San Miguel de Ibarra y la marca All You Need Is Ecuador; y finalmente, es importante colocar el número de contacto para poder facilitar la comunicación entre el turista y el dueño del hospedaje.

El letrero tendrá una dimensión de 420x594 mm al cuál se le cortará las esquinas para darle una forma ovalada más artesanal, se elaborará en madera de pino y su

decoración será tallada y posteriormente pintada. Para realizarlo se ha creído conveniente determinar la marca de la comunidad que estará presente en este diseño, se conoce que la tipografía es uno de los principales elementos dentro de la identidad visual y es por ello que se establecen dos tipografías: la primera, utilizada en el nombre y primera frase del letrero es “Cooper Black” número 90 que debido a la dimensión de los diferentes nombres variará de tamaño de 90 a 55, se ha escogido ésta ya que es una letra legible y su forma armoniza con el diseño del mismo, y la segunda, utilizada en ubicación y contacto es “Dotum” número 16 que es un poco más seria y con menos curvas.

Dentro del mismo se ha incorporado la imagen de una persona afroecuatoriana que muestra los grupos que forman parte de esta localidad; del mismo modo, se presenta en el modelo de hospedaje la imagen de un hombre y en el diseño de restaurante, una mujer que lleva en sus manos una bandeja con el grano más consumido dentro de su gastronomía que es el fréjol.

El costo por realizar los letreros que se presentan a continuación: es aproximadamente de \$50 el letrero en madera de laurel con el corte que se presenta a continuación y el tallado de lo que lleva escrito, adicionalmente el tubo tiene un costo de \$10 y las cadenas a las que va sujeto de \$6; dando un costo final de \$66 que pueden variar de acuerdo a cambios en el diseño o materiales con los que se decida realizarlos.

HOSPEDAJE



Figura 137 Letrero para Hospedaje Comunitario

Dimensiones: Alto: 420mm Ancho: 594mm

Tipografía:

- **Cooper Black T18:** Hospedaje Comunitario
- **Cooper Black T90:** Dina
- **Dotum T16:** Salinas – Ibarra - Ecuador
- **Dotum T14:** Contacto: (06) 2665-042

Imágenes: Hombre afroecuatoriano, All You Need Is Ecuador, Logo Municipal

RESTAURANTE



Figura 138 Letrero para Restaurante Comunitario

Dimensiones: Alto: 420mm Ancho: 594mm

Tipografía

- **Cooper Black T18:** Restaurante Comunitario
- **Cooper Black T90:** El Don de Vikita
- **Dotum T16:** Salinas – Ibarra - Ecuador
- **Dotum T14:** Contacto: 09933301188

Imágenes: Mujer afroecuatoriana con canasta de fréjol, All You Need Is Ecuador, Logo Municipal

4.5. Guía de Revalorización Cultural

Mediante la aplicación de encuestas se pudo determinar que una de las maneras por las que los turistas obtenían información es por medio de guías de turismo, es por esto que se ha decidido elaborar una guía de revalorización cultural a manera de tríptico, con seis divisiones en las que se ha incluido información valiosa sobre prácticas ancestrales relacionadas con la música y danza autóctonas; así como, los instrumentos, bailes, movimientos, interpretaciones y vestimenta. Mediante este material se pretende dar a conocer el patrimonio intangible plasmado en las tradiciones artísticas de los pueblos y lograr que éstas perduren en el tiempo, es decir que nuevas generaciones las practiquen y conserven.

Dentro del diseño se puede observar que el fondo se encuentra en una mezcla de colores como: celeste 4,31%; magenta 9,41% y amarillo 12,94% sobre el cual se distingue la figura del mapa de Imbabura en la que se han ubicado las comunidades afroecuatorianas pertenecientes al Valle del Chota y localidades otavaleñas, resaltando los lugares objeto de estudio. Además incluye un código QR que indica que se puede completar la información dirigiéndose al sitio web que se ha elaborado anteriormente. Es muy importante que las estrategias vayan completamente vinculadas unas a las otras para poder llegar de una mejor manera al turista y atraerlo por medio de la presentación de estos dos elementos muy importantes como lo son la música y la danza.

483 mm

Música

Los afroecuatorianos crearon una nueva cultura musical ya que sus canciones reflejan cosas del diario vivir, fusionaron el dolor que sufrieron en el pasado, el látigo, torturas, castigos, etc. con su ritmo y animan así a sus pueblos con sus melodías.

Instrumentos musicales

Hoja de naranja. Este instrumento musical fue descubierto y empleado desde hace muchos años atrás por grupos afroecuatorianos que la utilizaban para armonizar sus melodías de la vida cotidiana.



Bombo andino. Se elabora con la corteza "La espina de monte" su cuerpo y con el cuero de vaca la membrana que será golpeada con el mazo que puede ser realizado de cuero o lona, con rellenos de algodón o trapos.




La bomba. Instrumento característico de Salinas se realiza de madera de pambil o balsa, cuero de chivo o de borrego, aros de muelle, y vetas de res para la tensión de los parches.




Bongó. Es un instrumento que consta de dos tambores pequeños en donde cada uno posee una sola membrana o parche afinado a una altura sonora diferente, se encuentran unidos por una pieza de madera y siempre se tocan juntos.




Puros o Mates. Es un instrumento agudo y hueco que tiene semillas en el interior con lo que genera un sonido muy similar al de una maraca.



Maraca. Está construida con una parte esférica hueca que va sostenida de un mango que la atraviesa o va adherida a ella, en su interior se colocan elementos percusivos.




Guazá. se lo realiza con un pedazo de caña guadúa, delgado y de forma cilíndrica; ahuecado y relleno de clavos, pepas de árboles silvestres o piedras.



Guíro o raspa. Se elaboraba con una calabaza larga semirredonda o del caparazón del armadillo, actualmente se utiliza uno de metal que se frota con una peñilla o varilla.



Guitarra. De origen español se compone de cuerdas, mango y caja o conocido también como guitarra de cuello.



Requinto. Está compuesto de laúdes, mango, cuello y caja o guitarra de cuello, su forma física es semejante a la de una guitarra.





MÚSICA Y DANZA

SALINAS DE IBARRA

GUIA DE REVALORIZACION CULTURAL

Danza

Nace como una especie de artes marciales, en las que la gente se reunía después del trabajo para planear su libertad, bailar y cantar sus pesares. El baile tradicional de Salinas es "La Bomba" se considera que es una combinación indo-hispano-afroecuatoriana por sus movimientos y ritmo.

Movimientos

- Hombros
- Cadera
- Destreza con botella / canasta
- Coquefeo en pareja



Ritmos

La bomba es considerada un ritmo festivo que no tiene una estructura definida, se ha determinado que tiene varias influencias: la andina, la afro y la europea. También ha recibido algunos rasgos de los bailes afrocolombianos ya que en la actualidad su rítmica ha sido influenciada por la cumbia y el mapale.

Vestimenta

La mujer viste colores fuertes y llamativos que significa el mantener las raíces africanas. Consiste en una blusa y una falda plisada a la que se le añade un delantal ya que las mujeres estaban íntimamente relacionadas a la actividad de la cocina, a demás de un pañuelo que cubría su cabello. Los hombres hace muchos años utilizan pantalón blanco; sin embargo, no usaban ningún tipo de camisa como lo hacen actualmente, las cuales combinan con la indumentaria usada por sus parejas de baile.



330 mm

Figura 139 Tríptico Salinas parte externa



Figura 140 Tríptico Salinas parte interna

483 mm

Música

La música es una de las muestras culturales de este pueblo, sus canciones van acompañadas por instrumentos únicos que son utilizadas para alegrar el espíritu y engrandecer el alma. Las letras de las canciones están enfocadas en temas rituales y se pretenden imitar el canto de las aves, el silbido de los pájaros, el sonido del viento y todo lo relacionado con la naturaleza.

Instrumentos Musicales

Rondador: En su construcción se ha utilizado barro, cerámica, arcilla, hueso, guadua, bejuco o cañizo. Conformado por una serie de tubos unidos uno detrás del otro, atados con hilo de cabuya. Tiene carácter festivo, ritual y social.

Paya: Flauta de pan más pequeña que el rondador, instrumento de carácter ritual propio de Otavalo, elaborado con tubos de carrizo, caña guadua o bejuco.

Pifano: Pequeña flauta que antiguamente era elaborada con el hueso del ala del cóndor.

Pingullo: Significa flauta vertical, elaborado en carrizo, tunda o bejuco, también solía emplearse huesos de ave y de personas. Se toca verticalmente con una sola mano usando los dedos índice, medio y pulgar y con la otra mano se percute el tambor o caja.

Churos o Caracoles: Trompeta natural, instrumento prehispánico hecho de barro y concha marina. Era usado en las festividades para el huasichay, anunciar fiestas o para prevenir invasiones.

Bocinas: Largo tubo de tunda, en uno de sus extremos se añade un cuerno de res y se scipla a manera de trompeta para dar aviso de fiestas, reunir al ganado o anunciar cuando el pueblo está en peligro.

Flautas travesas: - Son realizadas en caña de carrizo, tunda, madera o hueso, se la interpreta horizontalmente, existe una flauta macho y otra hembra por eso es interpretada por 2 personas.

Cuerno o Cachos: Es una trompeta natural que tiene gran importancia para emitir mensajes sonoros, son realizados con el cuerno de res.

Ocarinas y Silbatos: Hechos de arcilla, barro o cerámica, presentan variedad de formas dependiendo del tipo de ceremonia.

Tambores indígenas o Bombo: Los grandes son para dar señales de guerra, los medianos para las festividades y los pequeños para quehaceres y trabajos diarios. Son hechos de tronco de capulí, cuero de vaca y venado. Es golpeado con la baqueta o Llámungo.

Bandolín: instrumento de cuerda pulsada, su interpretación es una importante expresión de la diversidad cultural y musical del Ecuador.



OTAVALO

GUÍA DE REVALORIZACIÓN CULTURAL



www.otavalotravel.com

[/otavalotravel](https://www.facebook.com/otavalotravel)

turismootavalo@gmail.com



Otavalo — Imbabura — Ecuador
Código Postal: 100450

Danza

Las danzas representan la alegría de los pueblos, son muy coloridas y los pasos de baile son muy auténticos, las coreografías se basan en un tema específico como siembra, florecimiento y cosecha, es utilizada en ritos y purificaciones, celebraciones sagradas y

Movimientos

Para realizar los bailes y movimientos los indígenas se basan en el Acha Kana que significa la cruz andina proveniente de los Incas, la cual se basa en los cuatro puntos cardinales. Algunos movimientos de las danzas tienen una connotación agrícola y ecológica, tratando de representar su cosmovisión, rituales, formas de vida, actividades cotidianas.

- **Hawapacha** - Movimiento en representación del futuro donde predominan los saltos.
- **Kay pacha** - Movimiento que simboliza el ahora es decir el presente, se caracteriza por utilizar pasos rectos y se trabaja con las personas que están alrededor.
- **Uku pacha** - Movimiento que significa pasado, los pasos son más fuertes para que sean sentidos por la Madre Tierra.



Ritmos

- **San Juanito** - Es un género alegre y bailable que se ejecuta en las festividades, es interpretado con instrumentos como el bandolín, pingullo y rondador.
- **Yumbada:** Los yumbos reciben mensajes de las montañas a través de los sueños e interpretan sus danzas en la plaza principal.
- **Fandangos:** Es un ritmo ancestral que se entona en ceremonias de entierros de niños, matrimonios y bautizos.

Vestimenta

- ⇒ Camisa de lienzo blanco con coloridos bordados hechos a mano.
- ⇒ Fachalinas: especie de capa o paño de colores fascia o negro.
- ⇒ Amacos azul marino, café o negro.
- ⇒ Mama chambi: faja ancha y roja para moldear la figura de la mujer.
- ⇒ Guagua chambi: faja delgada con decoraciones.
- ⇒ Halcas: collares, huatarina, pañuelo para la cabeza.
- ⇒ Alpargatas capelladas azul marino o negras.
- ⇒ Sombrero: de paja con colores oscuros.
- ⇒ Shambo: trenza que simboliza su fuerza, pureza e identidad.
- ⇒ Makitcalzo: pantalón ancho, blanco sin costuras.
- ⇒ Camisa blanca y poncho de lana azul o negro.
- ⇒ Alpargatas blancas.



330 mm

Figura 141 Tríptico Otavalo parte externa



Figura 142 Tríptico Otavalo parte interna

4.6. Restricciones presentadas en la realización del proyectos de investigación

En el estudio de mercado dentro de Otavalo, la principal limitación fue la falta de colaboración de varios turistas al momento de aplicar las encuestas y esto se debe al poco tiempo que tenían las personas especialmente extranjeras para visitar los lugares turísticos en Otavalo. Con respecto a la localidad de Salinas de Ibarra resultó difícil el lograr que la comunidad facilite información ya que se sentían cansados de ayudar en proyectos que no los ayuden en su desarrollo; por otro lado, existía falta de predisposición por parte de los trabajadores del Tren la Libertad para colaborar en la investigación.

Al momento de recopilar la información se presentó la restricción para acceder al Museo del Instituto Otavaleño de Antropología, donde se exponían manifestaciones artísticas, instrumentos musicales, vestimenta de los diferentes grupos étnicos y aspectos relacionados con la investigación y que hubieran servido para complementar el estudio realizado. Este lugar fue cerrado por falta de presupuesto y sólo se pudo obtener pocas fotografías que todavía están a disposición del público.

En el museo de la Casa de la Cultura Ecuatoriana se exponen instrumentos musicales originales, lamentablemente no fue posible acceder al lugar ya que las piezas se encontraban empacadas debido a la remodelación que se está realizando en el lugar, sin embargo fueron entregadas varias fotografías que se han incluido en la presente investigación

4.7. Propuesta para nuevos proyectos de investigación

- Estudios de la música y danza autóctonas en otras localidades y pueblos del país para establecer una ruta etnomusical total de la provincia.
- Investigación del perfil del inversionista en establecimientos del sector turístico.
- Estudio sobre una memoria histórica de las comunidades indígenas.

CONCLUSIONES

- A través de la investigación se ha podido determinar que las comunidades de Peguche en el cantón de Otavalo y Salinas en Ibarra cuentan con una gran riqueza musical que puede ser valorada por turistas tanto nacionales como extranjeros. La música y danza ha estado presente desde tiempos ancestrales y actualmente se está fortaleciendo mediante la recuperación de ritmos tradicionales que se han ido perdiendo en por el pasar del tiempo, con ello las comunidades pueden dar un valor agregado a las actividades turísticas ofertadas, ya que éstos pueden constituirse en importantes elementos dentro del turismo cultural, contribuyendo a la diversificación del producto turístico de estas localidades
- Se ha realizado un estudio en las parroquias de Peguche y Salinas de Ibarra lo que ha permitido determinar que éstas tienen amplio potencial turístico, además mediante el inventario de atractivos se ha identificado los principales sitios que se pueden ofertar y que pueden ser complementados con música y danza dentro de las comunidades de estudio, en los cuáles los más representativos son el Taller de Instrumentos Andinos, El Bosque Protector Cascada de Peguche, Parque El Cóndor y el Lechero respecto a Otavalo. Por otro lado, en la comunidad de Salinas existe principalmente la Estación del Tren la Libertad que ha impulsado el turismo dentro de esta parroquia desde su reapertura y ha hecho que la misma inicie su desarrollo en el ámbito turístico. A más de atractivos como el Museo de Sal, Minas de Sal, el Centro Étnico Gastronómico “El Palenque”, Sala Etnográfica, Complejo Bombódromo y emprendimientos como Agroindustrias Santa Catalina, a más de hospederías comunitarias.
- Al realizar el estudio de mercado se determinó que el 39,18% de los turistas extranjeros que visitan normalmente éstas localidades son hombres y mujeres cuya edad oscila entre 20-40 años, buscan lugares que ofrezcan ecoturismo o turismo cultural para visitarlos en una frecuencia de viaje mensual o semestral, que por lo general viaja con amigos o sólo y que proviene de Colombia y

Estados Unidos. En cambio el 40,38% de los turistas nacionales provienen principalmente de la ciudad de Quito, gustan de viajar acompañado por su familia y amigos, destina entre tres y cinco días para su viaje. En general, los turistas se ven realmente atraídos por un 60,14% por realizar actividades turísticas relacionadas con la música, danza y vivencias místicas, por lo que se puede afirmar que dichas manifestaciones pueden llegar a ser una buena alternativa de promoción turística dentro de cada una de las comunidades.

- El 65,11% de los turistas antes de viajar utiliza cómo medio de información las redes sociales principalmente, seguido de los sitios web que pueden ser páginas oficiales o blogs de información y guías de turismo de cada país. También reciben información por medio de Spam Publicitarios que son enviados por establecimientos que buscan dar a conocer sus servicios y aumentar su cartera de clientes. Por esta razón, se ha promocionado turísticamente las comunidades de Otavalo y del Valle del Chota, enfatizando en su música y danza autóctonas, mediante la creación de una página web donde se expone información relevante sobre estas manifestaciones artísticas lo que permite una mayor difusión y con ello lograr que se conserve su identidad cultural.

RECOMENDACIONES

- Se recomienda para los Gobiernos Autónomos Descentralizados de Otavalo e Ibarra, la implementación de programas y proyectos de recuperación encaminados a rescatar y revalorizar prácticas ancestrales como la música y danza autóctonas. Así por ejemplo en la localidad de Peguche, se conoció a la “Banda de Paz” denominada así porque toca instrumentos autóctonos, sembrando el interés en los niños por su música andina. Es indispensable que para salvaguardar la cultura de un pueblo los más pequeños entiendan la importancia de ella, por tal razón sería recomendable actuar en escuelas de los cantones a los que pertenecen.
- Se recomienda a las diferentes comunidades tomar en cuenta la información recopilada en esta investigación, ya que se determinó que la música y danza son elementos que atraen a los turistas y pueden ser considerados alternativas para promocionar sus comunidades en redes sociales, páginas web o guías de revalorización proporcionadas en el último capítulo de este estudio.
- Con respecto a la localidad de Salinas de Ibarra se recomienda el mejoramiento de la infraestructura de los alrededores en la estación del tren “La Libertad”, ya que sus alrededores no se encuentran en buen estado actualmente y en vista de que este lugar recibe afluencia de turistas diaria debería brindarse una mejor imagen al mismo mediante las correcciones de estas fachadas y espacios públicos. Además, resulta recomendable un manejo adecuado de redes sociales y de la página WEB, ya que son uno de los principales medios por los que los turistas nacionales y extranjeros obtienen información antes de realizar sus viajes.

BIBLIOGRAFÍA

- Alemán, D. (21 de Octubre de 2016). Música Indígena. (K. Ortega, & A. Poveda, Entrevistadores)
- Andanzas. (23 de Abril de 2016). *Youtube*. Obtenido de <http://bit.ly/2gxmR7q>
- Artesi, L. (Diciembre de 2003). *Desarrollo Turístico en Ushuaia*. Recuperado el 02 de Junio de 2016, de <http://bit.ly/2hwhYve>
- Barreiro, F. (Noviembre de 2000). *Desarrollo desde el territorio. A propósito del Desarrollo Local*. Obtenido de <http://bit.ly/29AcJCD>
- Boisier, S. (2001). Transformaciones globales, Instituciones y Políticas de desarrollo local. *Revista Madoery*, 22.
- Boisier, S. (2005). ¿Hay espacio para el desarrollo local en la Globalización? *Revista CEPAL*, 86, 48-61.
- Cabascango, V. (21 de Diciembre de 2012). *PP Digital*. Obtenido de <http://bit.ly/2hwiQA4>
- Carlos J, v.-d. H. (2005). *El libro de las Habilidades de Comunicación*. España.
- Causse, M. (2009). El Concepto De Comunidad Desde El Punto De Vista Socio - Histórico-Cultural. *Ciencia en su PC*(3), 12-21.
- Centro de Investigaciones Sociológicas. (2013). *¿Qué es una encuesta?* Obtenido de <http://bit.ly/1R6GkI1>
- Centro Interamericano de Artesanías y Artes Populares CIDAP. (1989). *La Cultura Popular en el Ecuador Tomo V Imbabura*. Quito: CIDAP.
- Chacón, M. D. (2010). Desarrollo Comunitario. *Revista digital innovación y experiencias educativas*(29), 1-11.
- Chierichetti, L. (2012). La promoción del turismo musical: los festivales de música en Facebook. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 10(4), 49-58.
- Coba, A. (1992). *Instrumentos musicales populares registrados en el Ecuador*. Otavalo: Pendoneros Instituto Otavaleño de Antropología.
- Coba, C. (2015). *Música etnográfica y popular*. Otavalo: Editorial Pendoneros Instituto Otavaleño de Antropología.

- Condo, M. (9 de Septiembre de 2016). Turismo Comunitario en el Valle del Chota. (K. Ortega, & A. Poveda, Entrevistadores)
- Córdova. (2009). *Procedimiento de inventario de atractivos*. Obtenido de <http://bit.ly/2hg8V0o>
- Cortés, M., & Iglesias, M. (2004). *Generalidades de la Metodología de la Investigación*. Ciudad del Carmen, México: ISBN.
- Covarrubias, R. (2015). *Evaluación del Potencial en Municipios Turísticos a través de Metodologías Participativas*. Obtenido de Sitio Web. Enciclopedia Virtual: <http://bit.ly/2gRObet>
- Cruz, G., & Camargo, P. (Junio de 2008). *Análisis de las mejores estrategias de promoción en la web desarrolladas por los destinos turísticos internacionales*. Recuperado el 21 de Noviembre de 2016, de sitio Web. Scielo: <http://bit.ly/2hFtC38>
- Denzin, N., & Lincoln, Y. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative*. London: Sage.
- Dirección de Turismo y Desarrollo Económico Social. (2016). *Otavaló Travel*. Obtenido de <http://bit.ly/2gxphTv>
- Ecuador Turístico. (s.f.). *Turismo en Ecuador Cascadas de Peguche*. Obtenido de sitio Web de Ecuador Turístico: <http://bit.ly/2gROdRC>
- El Comercio. (3 de Diciembre de 2014). *Víctor Sisa es el último artesano de las arpas*. Obtenido de sitio Web de El Comercio: <http://bit.ly/2gEF4Ox>
- El Comercio. (s.f.). *Un replanteamiento de la bomba del valle del Chota*. Obtenido de sitio Web de El Comercio: <http://bit.ly/2hq9hzN>
- El Mercurio. (27 de Enero de 2016). *El bandolín vuelve a sonar con Cuerdas del Ecuador*. Obtenido de sitio Web de El Mercurio: <http://bit.ly/2gRN7Ft>
- El Norte. (02 de Agosto de 2012). *El Chota Festeja a la Virgen de las Nieves*. Obtenido de sitio Web de El Norte: <http://bit.ly/2hg1whL>
- El Universo. (05 de Julio de 2014). *Diario el Universo*. Obtenido de <http://bit.ly/2gEG05K>
- Escalona, M., Peña, F., & Hiriarte, R. (2012). Oferta turística y perfil sociocultural de los empresarios. *Estudios y perspectivas del Turismo*, 21, 306-321.

- Escobar, I. (2009). *Biblioteca Luis Ángel Arango*. Obtenido de <http://bit.ly/2gsYTVI>
- Espinoza, F. (21 de Julio de 2016). *La mermelada también da fama a Salinas*. Obtenido de sitio Web de Revista Líderes: <http://bit.ly/2hm8jad>
- Fabeiro, C. (2012). *Instrumentos de percusión*. Obtenido de <http://bit.ly/2hmGgEQ>
- Fandom. (s.f.). *Instrumentos Andinos*. Recuperado el 1 de Diciembre de 2016, de sitio Web de Fandom: <http://bit.ly/2hwiSrQ>
- Ferigra, E. (22 de Octubre de 2016). Situación actual del turismo en Salinas de Ibarra. (K. Ortega, & A. Poveda, Entrevistadores)
- Fernández, I., & Fernández, I. (2012). Aproximación Teórica a la identidad cultural. *Centro de Información y Gestión Tecnológica de Santiago de Cuba*, 18(4), 1-13.
- Fuentes, A. (2013). *Teoría y Desarrollo del Turismo en el Ecuador*. Quito: ISBN.
- Fundación Bat. (s.f.). *Hoja de naranja como instrumento musical*. Obtenido de sitio Web de Fundación Bat: <http://bit.ly/2eMSwg7>
- Garrido, P. (2011). Creatividad e innovación en la promoción turística online. *Creativity & Society*(18), 1-20.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra. (s.f.). *Parroquia de Salinas*. Obtenido de Sitio Web. Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal San Miguel de Ibarra: <http://bit.ly/2gEGzwo>
- Gonzáles, J. (2013). Conceptuación del Producto Turístico: Dar sentido al concepto para su gestión. *Investigación y Marketing*, 92, 42-48.
- Grupo Etnias del Ecuador. (18 de Abril de 2013). *Negros del Chota*. Obtenido de sitio Web de Grupo Etnias del Ecuador: <http://bit.ly/2gRNVKz>
- Grupos Étnicos del Ecuador. (26 de Octubre de 2012). *Negros del Chota*. Obtenido de sitio Web de Grupos Étnicos del Ecuador: <http://bit.ly/2hmKxrz>
- Guiraud, P. (2004). *La Semiología* (Vigésimoctava ed.). México: Siglo veintiuno editores. Obtenido de sitio Web de Google Books.
- Huaraca, J. (6 de Noviembre de 2016). Danza Afro Choteña. (K. Ortega, & A. Poveda, Entrevistadores)

- Indio Inn Hotel. (s.f.). *Cómo llegar: Mapa turístico*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de El Indio Inn Hotel: <http://bit.ly/2fxhOIV>
- InterMarkit. (2013). El Mercado Turístico. En M. Socatelli, *Mercadeo Aplicado al Turismo. La Comercialización de Servicios - Productos y Destinos Turísticos Sostenibles* (págs. 1-4). San José: Universidad Estatal a Distancia de Costa Rica.
- Jaramillo, H. (2014). *Otavaló Pequeñas historias (II)*. Otavaló: Editorial Pendoneros Instituto Otavaleño de Antropología.
- Joep Hendriks. (2016). *Parque Cóndor*. Obtenido de <http://www.parquecondor.com/>
- La Hora. (06 de Julio de 2010). *Avanza proyecto de geotermia en Chachimbiro*. Obtenido de sitio Web de La Hora: <http://bit.ly/2hm6uKh>
- La Hora. (15 de Mayo de 2013). *Salinas Construye su Bombódromo*. Obtenido de Sitio Web. Diario la Hora: <http://bit.ly/2fMCMPE>
- La Hora. (15 de Mayo de 2015). *La bomba, de instrumento a música*. Obtenido de sitio Web de La Hora: <http://bit.ly/2hqfhIL>
- La posada del Quinde. (Octubre de 2011). *La Posada del Quinde*. Obtenido de <http://bit.ly/2gEHIJT>
- Landázuri, K. (2012). *Tu Cultura*. Obtenido de <http://tubailetucultura/2012/11/vestimenta-de-la-mujer-otavalena-y-el.html>
- Latorre, A., Del Rincón, D., & Arnal, J. (1992). *Bases metodológicas de la investigación educativa*. Barcelona: Ediciones Experiencia.
- Machado, E., & Hernández, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico. *Teoría y Praxis*, 161-174.
- Maldonado, C. (2006). Turismo y comunidades indígenas: Impactos, pautas para autoevaluación y códigos de conducta. *Serie Red de Turismo Sostenible Comunitario para América Latina (REDTUR)(79)*.
- Malgesini, G., & Giménez, C. (2000). *Interculturalidad*. Recuperado el 03 de Junio de 2016, de <http://bit.ly/2hg8CTj>
- Medina, J. A. (2012). La investigación turística. *Revista de investigación en el turismo y desarrollo local*, 5(12), 1-5.

- Merino, J. (2006). *Las vibraciones de la música*. Alicante: Editorial Club Universitario.
- Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información. (2014). *MINTEL*. Obtenido de Tecnologías de la Información y Comunicaciones para el Desarrollo: <http://bit.ly/111BDXh>
- Ministerio de Turismo. (26 de Septiembre de 2007). *PLANDETUR 2020*. Recuperado el 02 de Junio de 2016, de Diseño Del Plan Estratégico De Desarrollo De Turismo Sostenible Para Ecuador: <http://bit.ly/1pANJBa>
- Morales, J. (Julio de 01 de 2015). *La Hora*. Obtenido de <http://bit.ly/2gsY0wA>
- Mullo, J. (2009). *Música Patrimonial del Ecuador*. Quito: Ministerio de la Cultura del Ecuador.
- Muñoz, J. (2002). *Folklore y Turismo* (Segunda ed.). (L. Chávez, Ed.) Tegucigalpa: Guaymuras.
- Muñoz, J. L. (2012). Intervención comunitaria, concepto del desarrollo comunitario. *Revista CCCSS Contribuciones a las Ciencias Sociales.*, 1-10.
- Nacionalidades y Grupos Étnicos del Ecuador. (07 de Octubre de 2013). *Afroecuatorianos del Chota*. Obtenido de sitio Web de Nacionalidades y Grupos Étnicos del Ecuador: <http://bit.ly/2hwlx4E>
- Nier, A. (9 de Septiembre de 2016). Situación actual del turismo en la provincia de Imbabura. (K. Ortega, & A. Poveda, Entrevistadores)
- Ochoa, I., Conde , E., & Maldonado, E. (2012). *Revista de investigación en Turismo y Desarrollo Local*. Obtenido de Eumed: <http://bit.ly/2gsUHW7>
- OMPI. (2000). *Propiedad intelectual y expresiones culturales tradicionales o del folclore*.
- Orgaz, F. (2013). El club del producto turístico como herramienta para el desarrollo socioeconómico en países subdesarrollados. *UTESA*, 13.
- Orizaga, C. (22 de Junio de 2011). *Tipos o clases de fichas bibliográficas*. Obtenido de Universidades Autónoma de Nayarit: <http://bibliotecas.uan.mx/rincon/pdf/FICHAS.pdf>
- Orjuela, S., & Paulina, S. (2002). Guía del estudio de mercado para la evaluación de proyectos. *Seminario de prueba para optar por un título de Ingeniero Comercial*, (pág. 149). Santiago de Chile.

- Orozco, J., & Núñez, P. (2013). Las teorías del desarrollo. En el análisis del turismo sustentable. *Revista electrónica de las Sedes Regionales de la Universidad de Costa Rica*, XIV(27), 143-167.
- Padilla, L. (Marzo de 2014). *FLACSO Ecuador*. Recuperado el 5 de Octubre de 2016, de Desarrollo local y frodescendencia: El caso de la Parroquia Salinas, en el Valle del Chota, Ecuador: <http://bit.ly/2hg3RJu>
- Parque el Cóndor. (2016). *Parque el Cóndor*. Obtenido de Creative web: <http://www.parquecondor.com/>
- Pérez, Y. (Enero de 2010). *Procedimiento Para Obtener Información Y Caracterizar Comportamientos Y Determinantes Individuales De Elección De Opcionales TurísticaS*. Obtenido de sitio Web de Eumed: <http://bit.ly/2hbjEqy>
- Pineda, Y. (21 de Octubre de 2016). Danza indígena. (K. Ortega, & A. Poveda, Entrevistadores)
- Plataforma Comúsica. (s.f.). *Bongos*. Recuperado el 30 de Noviembre de 2016, de sitio web de Plataforma Comúsica: <http://bit.ly/2hg3MWc>
- Prefectura de Imbabura. (2016). *Prefectura de Imbabura*. Obtenido de <http://bit.ly/2gsWZV0>
- Quintero, J. (2006). *Red Europea de Información y Documentación sobre América Latina*. Obtenido de <http://bit.ly/2hFAJZO>
- Real Academia Española. (s/f). Recuperado el 05 de junio de 2016, de <http://dle.rae.es/?id=M2v6jgO>
- Real Academia Española. (s/f). *Concepto de Mercado*. Recuperado el 02 de Junio de 2016, de <http://dle.rae.es/srv/fetch?id=OyRtG0r>
- Resico, M. (s.f.). *Introducción a la Economía Social de Mercado*. Recuperado el 02 de Junio de 2016, de http://www.kas.de/wf/doc/kas_29112-1522-4-30.pdf?111103181408
- Revilla, G., & Ramírez, G. (2015). La música como parte integral de la oferta turística cultural para un. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 61-69.
- Ritmos Ecuatorianos. (16 de Abril de 2015). *Instrumentos que se utilizan en el San Juanito*. Obtenido de sitio Wb de Ritmos Ecuatorianos: <http://bit.ly/2hqj5tr>

- Rivadeneira, L. (06 de Octubre de 2014). *Ecuador universitario*. Obtenido de <http://bit.ly/2hmM6G6>
- Rosales, J. (21 de Julio de 2016). *La mermelada también le da fama a Salinas*. Obtenido de Sitio Web. Revista Líderes: <http://bit.ly/2hm8jad>
- Ruiz, A. (26 de Enero de 2016). Instituto Otavaleño de Antropología dio inicio al cincuentenario de su creación. *La Hora*, pág. 6.
- Ruiz, E., & Doris, S. (2007). *Turismo Comunitario en el Ecuador, Desarrollo y Sostenibilidad Social* (Primera Edición ed.). Quito: Ediciones ABYA-YALA.
- Salsa Blanca. (s.f.). *Cuban Instruments*. Obtenido de sitio Web de Salsa Blanca Cucan Music & More: <http://salsablanca.com/ethnomusicology/cuban-instruments/>
- Sanahuano, M., & Ricaurte, C. (s.f.). *Los inventarios de atractivos turísticos en la costa ecuatoriana*. Obtenido de <http://bit.ly/1TVBA9N>
- Sánchez, E. (2011). El turismo 2.0 un nuevo modelo de promoción turística. *Redmarka*, 3(6), 33-57.
- Santagua. (s.f.). *Termas de Chachimbiro*. Obtenido de <http://www.santagua.com.ec/index.php/es/>
- Sen, A. (1998). Las teorías del desarrollo a principios del siglo XXI. *Dialnet: Cuadernos de Economía*, XVII(29), 73-100.
- Stevenazzi, F. (2013). *Geocities.ws*. Obtenido de Metodología cualitativa: <http://www.geocities.ws/uaexam/Felipe-Entrevista.pdf>
- Terán, S. (14 de Octubre de 2016). Situación actual del turismo comunitario y la influencia de la música y danza autóctona. (K. Ortega, & A. Poveda, Entrevistadores)
- Tobar, A. (2001). *Instrumentos musicales de tradición popular en el Ecuador*. Obtenido de FLACSO: [file:///C:/Users/PC/Downloads/LFLACSO-Tobar%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/PC/Downloads/LFLACSO-Tobar%20(1).pdf)
- Todomercado.com. (s.f.). *Güiro Acero Inoxidable*. Recuperado el 29 de Noviembre de 2016, de sitio Web de Todo Mercado: <http://bit.ly/2hwm1GI>
- Tren Ecuador. (s.f.). *Andes del Norte - Tren La Libertad*. Obtenido de sitio Web de Tren Ecuador: <http://bit.ly/2fi2nv9>

- UNESCO. (15 de Noviembre de 1989). *Recomendación sobre la Salvaguardia de la Cultura Tradicional y Popular*. Recuperado el 03 de Junio de 2016, de <http://bit.ly/2hqiPuK>
- UNESCO. (2012). *Manual de Investigación Cultural Comunitaria*. Managua.
- Universidad Iberoamericana Ciudad de México. (s.f.). *Glosario de términos*. Obtenido de sitio Web de Universidad Iberoamericana Ciudad de México: <http://bit.ly/2gkuMom>
- Valadez, M., & Conde, E. (2011). La integración de la oferta turística a partir del capital intelectual. *Revista de investigación en turismo y desarrollo local*, 4(11), 1-16.
- Vargas, J. (2006). Comunidades y organizaciones locales en la gobernabilidad y gestión del desarrollo. *Nómadas. Revista crítica de ciencias sociales y jurídicas*, 13(1), 1-17.
- Vásquez, C. (2005). Estructura de los mercados turísticos. *Assets education*, 1-18.
- Weber, M. (1949). *La Metodología de las Ciencias Sociales*. New York: Free press.
- Zonu. (s.f.). *Cantones de Imbabura*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de Zonu.com: <http://bit.ly/2eHhTCd>